

UNIVERSIDAD DE MANIZALES



**UNIVERSIDAD DE
MANIZALES**

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Especialización en Comunicación Organizacional

Estudio de caso

**La Comunicación Organizacional y su papel frente a la Responsabilidad Social
Empresarial.**

Caso Fundación Luker

Arly Cardona Rivera

Noviembre de 2016

Dedicatoria

A mi madre Gladys Rivera Q.E.P.D. quien con su ejemplo y tenacidad me enseñó el valor de la familia y de luchar por lo que se quiere en la vida. Siempre vivirás en mi corazón.

Asesor del escrito:

Alberto Bedoya. Magister en Educación de la Universidad Javeriana. Especialista en Comunicación Organizacional de la Universidad de Manizales. Comunicador Social y Periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Licenciado en Filosofía y Letras. De la Universidad Santo Tomás y profesor titular de la Especialización en Comunicación Organizacional.

Acerca del autor

Arly Cardona Rivera. Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia -sede Manizales-.

Ha trabajado en el sector financiero durante varios años, siendo un apasionado por la comunicación y el entorno organizacional.

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 cardona039@hotmail.com

Tabla de contenido

Introducción	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivo específico	6
Justificación	7
Contextualización	8
Educación	13
Emprendimiento	16
Proyectos Especiales y otras iniciativas	18
Marco conceptual	22
Comunicación	22
Responsabilidad Social Empresarial	25
Evidencias	28
Mejoramiento, participación y compromiso	31
Referencias	33

La Comunicación Organizacional y su papel frente a la Responsabilidad Social Empresarial. Caso Fundación Luker.

Introducción

La pretensión consistió en un análisis de cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación, con los diferentes proyectos que manejan organizaciones privadas, encargadas de la Responsabilidad Social Empresarial RSE, caso Fundación Luker perteneciente a la organización Casa Luker.

Por medio de un estudio tipo análisis descriptivo, se realizó contacto con las personas encargadas de manejar la Fundación Luker y la comunicación tanto en la propia fundación, como en Manizales Más, que es el área encargada del manejo del emprendimiento, amablemente brindaron su colaboración para conocer cómo se llevan a cabo los procesos de comunicación y gestión de los proyectos de la fundación.

En este trabajo se le brinda especial relevancia a los siguientes aspectos:

- Comunicación organizacional.
- Responsabilidad Social Empresarial.
- Manejo de los proyectos de educación y emprendimiento en la Fundación Luker
- Importancia de la relación comunicación y emprendimiento en la Fundación Luker

Objetivos:

Objetivo General:

Realizar un análisis acerca de cómo inciden la Comunicación y la Responsabilidad Social Empresarial en la Fundación Luker.

Objetivos específicos

- ✓ Conocer la forma como se maneja la Comunicación Organizacional en la Fundación Luker y cómo se lleva a cabo este proceso con los proyectos de Educación y Emprendimiento.
- ✓ Establecer una relación entre la Comunicación y la Responsabilidad Social Empresarial y el papel que cumplen en la fundación Luker.

Justificación

La realización del presente estudio obedeció a la importancia que cobra hoy día la Comunicación Organizacional para crear ventajas competitivas sostenibles en entornos cambiantes, al igual permitió denotar la forma como la comunicación incide en todas las áreas de la empresa y validar hasta qué punto las acciones desarrolladas por la Fundación Luker de Responsabilidad Social Empresarial corresponden con los planteamientos que hacen los autores de este tema.

Se considera de gran interés para la Universidad de Manizales debido a la escasa presencia de este tipo de estudios con organizaciones de la región, y a la importancia de la fundación Luker en la región, además sirve como apoyo para los futuros estudiantes tanto de las facultades de Comunicación Social y Periodismo como de Administración de Empresas puesto que la temática abarca ambos contextos organizacionales.

Teniendo como precedente que muchas organizaciones de la región llevan a cabo acciones que consideran pertenecen a Responsabilidad Social Empresarial RSE, tales como pagar sueldos justos, capacitar a empleados, cumplir con la normatividad vigente en cuanto al trato o manejo que le dan a los recursos al igual que la normatividad del medio ambiente etc. Sin darse cuenta que este tipo de acciones no corresponden a Responsabilidad Social Empresarial, en la mayoría de los casos simplemente corresponde al cumplimiento de la normatividad legal vigente, acuerdos con sindicatos o a exigencias de algún ente certificador que pone esto como requisito para dar reconocimientos.

Contextualización

El estudio se realizó en la Fundación Luker perteneciente a la organización Casa Luker.

Precisamente la Fundación Luker es una organización privada, sin ánimo de lucro y de origen empresarial, creada en 1994 con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los manizaleños y fomentar el desarrollo social. En 2010, la Fundación Luker redefinió su estrategia y tiene como misión, proveer liderazgo para contribuir al desarrollo social y económico de Manizales como ciudad del conocimiento, a través de proyectos de educación, emprendimiento en alianza con líderes locales y mundiales.

Misión

Generar desarrollo económico y social, mediante trabajo en alianzas nacionales y/o internacionales, con proyectos transformadores y de alto impacto en educación y emprendimiento, que empoderen individuos, instituciones y comunidades

Visión

La Fundación Luker tiene la capacidad y el conocimiento para transformar comunidades, y es reconocida por los significativos logros en educación y emprendimiento.

Los valores de la organización son entre otros:

- Amor, Pasión y compromiso
- Eficiencia individual y colectiva
- Transparencia
- Excelencia
- Trabajo en Red y en equipo
- Respeto

- Autonomía
- Prudencia y Bajo Perfil
- Corresponsabilidad
- Liderazgo Social
- Alegría

La forma como trabaja la fundación es la siguiente: la fundación Luker enfoca sus esfuerzos en diferentes proyectos de impacto social, entre los cuales se encuentran los siguientes:

Educación: escuela activa urbana, aprende, la escuela en tu colegio, Manizales campus universitario, alianza por una educación de calidad.

Emprendimiento: Manizales Más, Programas Empresas Alto Potencial, Programa académico, Adventure Más, Startup Más, Mentoría Empresarial, Profesores de alto potencial, El mundo emprende Más.

Desde el 2014 la Fundación Luker articuló esfuerzos con la compañía para fortalecer los procesos sociales que desde 2012 viene desarrollando Casa Luker alrededor de las tres escuelas ubicadas en la zona de su proyecto productivo de producción de cacao en Necoclí Antioquia, en las cuales se trabaja en el modelo Escuela Nueva – Escuela Activa y en proyectos de nutrición y seguridad alimentaria.

La Fundación Luker tiene el propósito central de contribuir al desarrollo social y económico de Manizales como ciudad del conocimiento. Para ello, ha definido dos áreas principales de trabajo que son la educación y el emprendimiento como características fundamentales de una ciudad del conocimiento; adicionalmente, el apoyo al fortalecimiento de la cultura mediante proyectos de recreación y tiempo libre como complemento para el desarrollo basado en conocimiento; y un apoyo permanente a diferentes instituciones sociales que asisten a las

poblaciones más vulnerables de la ciudad en diferentes sectores, las cuales también se apoyan hacia su fortalecimiento institucional para el desarrollo local. Cada uno de los proyectos de la fundación, son realizados a través de organizaciones especializadas en su ejecución.

Aliados de la Fundación Luker

- Universidad de Manizales
- Actuar Microempresas
- Alcaldía de Manizales
- Andi
- Asociación Luisas de Marillac
- Banco interamericano de Desarrollo, BID
- Cámara de Comercio de Manizales por Caldas
- CasaLuker
- Corporación Alberto Arango Restrepo
- Ceder
- CHEC S.A. E.S.P.
- Fundación Centro Internacional de Educación de Desarrollo Humano, Cinde
- Congregación Hijas de los Sagrados Corazones de Jesús y de María
- Instituto Ravasco
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
- Comité de Cafeteros de Caldas
- Caja de Compensación Familiar de Caldas, Confa
- Coopsaludcom
- Estoy con Manizales

- Fundación Empresarios por la Educación, ExE
- Fenalco
- Fundación Alejandra Vélez Mejía
- Fundación Orquestas Juveniles e Infantiles de Caldas,
- Batuta Caldas
- Fundación Bolívar Davivienda
- Fundación Corona
- Fundación Fesco
- Fundación Éxito
- Fundación Mario Santo Domingo
- Instituto de Investigación en Salud de la Universidad de Caldas
- Fundación para el Desarrollo de Caldas, Fundeca
- Hogar San Judas Tadeo
- Corporación Incubadora de Empresas de Base Tecnológica, Incubar
- Monasterio La Visitación de María Santísima
- Comité Asesor Voluntario de Nutrición, Nutrir
- Obras Sociales Betania
- Parque Tecnológico del Software, Parquesoft
- Politécnico Jaime Isaza Cadavid
- Red de Emprendimiento de Caldas
- Religiosas Adoratrices de Colombia
- Corporación Rethos Colombia
- Fundación San Ezequiel Moreno
- Municipio de Manizales - Secretaría de Salud

- Municipio de Manizales - Secretaría de TIC y Competitividad
- Municipio de Manizales - Secretaría de Educación Municipal
- Municipio de Manizales - Secretaría del Deporte
- Seminario Mayor de Nuestra Señora del Rosario
- Universidad de Harvard
- Sistema Universitario de Manizales (SUMA)
- Universidad Autónoma de Manizales
- Universidad Católica de Manizales
- Universidad de Caldas
- Universidad Nacional Sede Manizales
- Fundación Universitaria Luis Amigó
- Programa Manizales Cómo Vamos
- Organizaciones de la Alianza por la Educación
- Instituto de Fomento al Desarrollo de Manizales –
- Infimanizales
- Instituciones Educativas EAU
- Aiesec
- Asociación de Fundaciones Empresariales, AFE
- Asociación Gota de Leche
- Babson College
- Centro Colombo Americano
- Comité Intergremial de Caldas
- Corporación para el Desarrollo de Caldas
- Innpulsa

- Sena Regional Caldas
- Fundación Global Arte Ciencia y Tecnología
- Aguas de Manizales S.A. E.S.P.
- Financiera de Desarrollo Territorial, Findeter
- Inversiones Necoclí S.A.
- Cafiaro S.A.S.
- Corporación de la Sagrada Familia
- Escuela Normal Superior de Manizales
- Specialized
- Sura

Para la realización del presente estudio se tomó como base dos de los programas en los cuales trabaja la fundación Luker, los cuales poseen mayor relevancia con el tema propuesto como son Educación y Emprendimiento.

Educación

En este frente la fundación Luker Maneja los siguientes programas:

Escuela activa urbana: Modelo educativo que tiene como objetivo principal contribuir a mejorar la calidad de la educación preescolar, básica y media, a través de la incorporación de pedagogías activas en el aula de clase, el fortalecimiento de la gestión institucional de la escuela y la articulación con padres de familia y comunidad para mejorar la motivación del estudiante y su desempeño.

Aliados: Secretaría de Educación de la Alcaldía de Manizales, CINDE (Fundación Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano), Comité Departamental de Cafeteros de Caldas

Escuela activa urbana: se impactó a 17 instituciones educativas oficiales de la ciudad con 16.975 estudiantes de estratos 1,2,3 con una inversión total de \$ 605.505.411 Este modelo se ha mantenido en los planes de desarrollo de las últimas 5 Administraciones Municipales y ha sido merecedor de dos reconocimientos internacionales

Manizales campus universitario: El objetivo de este programa es generar esfuerzos sistemáticos y deliberados con diferentes actores para contribuir al desarrollo de Manizales como una ciudad atractiva para los estudiantes

Aliados : Sistema Universitario de Manizales SUMA, Universidad de Manizales,, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Católica de Manizales, Universidad de Caldas, , Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Fundación Universitaria Luis Amigó, Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, Chec, Fenalco Caldas, Centro Colombo Americano.

La universidad en tu colegio: se implementó en 14 de las 17 instituciones de Escuela Activa Urbana, beneficio a 830 nuevos estudiante, para un total de 1095 beneficiarios con una inversión total de \$ 408.607.139

Campus Universitario: la inversión en estrategias de educación en la ciudad fue de \$408.845.052

En total en los proyectos de educación se beneficiaron 34.979 Estudiantes

Tabla 1. Inversión en Educación para el desarrollo

TABLA 1 INVERSIÓN EN EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO			
Proyecto: EDUCACIÓN			
Actividad	Aporte Fundación Luker	Aportes otros cofinanciadores	Inversión total 2015
Inversiones estratégicas en la ciudad (Manizales Campus Universitario, ExE y Observatorio)	\$ 460.845.052	\$ 1.237.838.684	\$ 1.698.683.736
Aprende	\$ 256.891.810	\$ 352.323.776	\$ 609.215.586
La Universidad en Tu Colegio	\$ 408.607.139	\$ 644.332.384	\$ 1.052.939.523
EAU	\$ 605.505.411	\$ 557.806.736	\$ 1.163.312.147
Total	\$ 1.731.849.412	\$ 2.792.301.580	\$ 4.524.150.992

Tomado de : <http://fundacionluker.org.co/InformeGestion2015/es/ReporteSostenibilidad2015.pdf>

Tabla 2. Beneficiarios de los proyectos de Educación

TABLA 2 BENEFICIARIOS DE LOS PROYECTOS DE EDUCACIÓN	
EDUCACIÓN	
Escuela Activa Urbana	
Instituciones educativas	17
Estudiantes beneficiados	16.975
Universidad en Tu Colegio	
Instituciones educativas	14
Estudiantes beneficiados	1.095
Aprende	
Estudiantes beneficiados	16.909
Total beneficiarios	34.979

Tomado de <http://fundacionluker.org.co/InformeGestion2015/es/ReporteSostenibilidad2015.pdf>

Emprendimiento

El área de emprendimiento de la Fundación Luker es manejada a través del programa de Manizales Más.

Manizales Más es la alianza público-privada y académica más importante del país por el emprendimiento, que busca impactar el desarrollo económico de la ciudad mediante el fortalecimiento de las condiciones necesarias (ecosistema de emprendimiento) para crear y crecer empresas. <http://manizalesmas.org/>

Manizales Más lo componen los siguientes Programas:

- Programa de empresas de Alto potencial
- Programa de Mentoría Empresarial
- Start ups Más
- Avm Addventure Más

Entre los aliados de Manizales Más se encuentra, la Universidad de Manizales, además de:

- Gobernación de Caldas
- Alcaldía de Manizales
- Universidad de Caldas
- Universidad Autónoma de Manizales
- Universidad Católica de Manizales
- Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales
- Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

- Red Regional de Emprendimiento de Caldas
- Parquesoft
- Incubar
- Actuar Microempresas
- ANDI
- Fundación Bavaria
- Banca
- MIT
- Innpulsa
- Findeter
- Chec

Ecosistema de emprendimiento

CONDICIONES NECESARIAS PARA CRECER Y CREAR EMPRESA



cree crea crece

Tabla 3 Inversión en emprendimiento para el desarrollo

TABLA 3 INVERSIÓN EN EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO			
Proyecto: EMPRENDIMIENTO			
Actividad	Aporte Fundación Luker	Aportes otros cofinanciadores	Inversión total 2015
Emprendimiento (Manizales Más)	1.028.638.829	1.902.000.000	2.930.638.829

Tomado de <http://fundacionluker.org.co/InformeGestion2015/es/ReporteSostenibilidad2015.pdf>

Proyectos especiales y otras iniciativas de ciudad

Lo más destacado

81 % de las madres que continúan en el proyecto están vinculadas laboralmente o se encuentran estudiando, al comienzo del proyecto solo el 41% de las beneficiarias estudiaban o trabajaban

35% de las madres del programa reingresaron al sistema educativo o continuaron estudiando motivadas por el programa

El proyecto alcanzó una mediana de lactancia materna exclusiva de 6 meses y una mediana de lactancia materna continua de 10 meses

Se conformó la red de apoyo comunitario a la lactancia materna, de la cual hacen parte el 28% de las madres del proyecto

El nacimiento de un nuevo proyecto a partir de los aprendizajes de este piloto (Gestar) no solo permite impactar a un nuevo grupo de familias de gestantes, sino que comienza a materializar el propósito de réplica o escalamiento de la experiencia

Tabla 4 Proyectos Especiales

TABLA 4 INVERSIÓN EN PROYECTOS ESPECIALES			
Proyecto: PROYECTOS ESPECIALES			
Actividad	Aporte Fundación Luker	Aportes otros cofinanciadores	Inversión total 2015
Monasterio de La Visitación de María Santísima	\$ 31.553.712	\$ 25.352.016	\$ 56.905.728
Obras Sociales Betania	\$ 66.237.619	\$ 245.674.070	\$ 311.911.689
Nutrir	\$ 104.653.718	\$ 538.079.797	\$ 642.733.515
Instituto Ravasco	\$ 53.169.594		\$ 53.169.594
Fundación San Ezequiel Moreno	\$ 58.563.320		\$ 58.563.320
Proyecto Salud	\$ 88.552.800		\$ 88.552.800
Fundación Alejandra Vélez Mejía	\$ 32.654.306	\$ 44.991.314	\$ 77.645.620
Orden de Religiosas Adoratrices	\$ 19.065.960	\$ 14.453.000	\$ 33.518.960
Tercera Edad	\$ 28.589.904		\$ 28.589.904
Ceder	\$ 48.540.120	\$ 140.327.439	\$ 188.867.559
Vocaciones Sacerdotales	\$ 32.157.116		\$ 32.157.116
Total	\$ 563.738.169	\$ 1.008.877.636	\$ 1.572.615.805

Tomado de <http://fundacionluker.org.co/InformeGestion2015/es/ReporteSostenibilidad2015.pdf>

Beneficiarios de Manizales Más en 2015

-15 Empresas

-25 Empresas entrenadas en 2013 y en 2014 continúan vinculadas a través de actividades de relacionamiento con el ecosistema

-15 Empresas de Adventure Más

-11 Profesores de alto potencial

-3 Profesores de Affiliates

-30 Mentores activos

-Más de 200 estudiantes con iniciativas para emprender

-31 líderes nacionales de financiación

-18.800 personas sensibilizadas en eventos abiertos al público

De acuerdo con la Ley 1014 de 2006 en su artículo 2 numeral J, una de las principales funciones de la ley de emprendimiento es “Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador”.

Se puede concluir según el artículo 1° que: La ley entiende la cultura de emprendimiento como el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización, los cuales propenden por una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Actuando según las oportunidades, con visión global, mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Se visualiza en la fundación Luker el interés por brindar un acompañamiento integral al emprendedor lo cual permite tener una mayor probabilidad de éxito para los diferentes emprendedores puesto que no importa la antigüedad del negocio o en qué etapa del ciclo de vida se encuentre.

Destacar hechos de crecimiento del ecosistema: entrenamiento de empresas en diferentes etapas de su ciclo de vida, no se maneja una visión unificada de emprendimiento pero si una visión unificada de ecosistema, Manizales Más es una alianza para el desarrollo integral del ecosistema de emprendimiento, el cual consiste en crear las condiciones necesarias para crear y crecer empresas.

El emprendimiento de acuerdo a la ley 1014 de 2006 se entiende como: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”

Marco conceptual:

Comunicación

Para el presente trabajo se tomó como concepto básico, como lo indica (Velis, 2011 p.12). “La comunicación planteada como: un proceso que une, construye y comparte capitales simbólicos diversos entre las personas. Su importancia radica precisamente en la necesidad que poseen las personas por expresar y crear relaciones con los demás para resolver inquietudes, comprender y dar puntos de vista entre otros, tal como lo expresa el poder de la comunicación esta en desplegar puentes para hacer posible que las cosas ocurran”.

Es imprescindible tener como precepto que los seres humanos poseemos necesidad de comunicarnos, de expresar y de impactar en las demás personas mediante el uso de las herramientas que a través del tiempo hemos desarrollado. Al igual considerar la comunicación como un proceso que se debe llevar a cabo en doble vía, el cual permita la interacción con todos los involucrados, de otro modo se estaría informando solamente, tal como lo realizan algunas organizaciones.

Un buen acercamiento a lo que se denomina comunicación corporativa “La comunicación corporativa es la integración de todas las formas de comunicación de una organización, con el propósito de fortalecer y fomentar su identidad y, por efecto, mejorar su imagen corporativa” (Sánchez y Múnera, 2003, p.107).

Es significativo tener en cuenta que la comunicación es un proceso que nace desde el mismo momento que se crea la organización, sin importar si se tienen manuales o documentos que la reglamenten al igual que si se cuenta con directrices que guíen su función, es parte de la

naturaleza de la organización y es la viva representación de la cultura organizacional para los diferentes públicos.

Además se hace necesario tener un lineamiento claro en cuanto a políticas de comunicación tal como lo expresa Van Riel (2001).“La variedad de especialidades en comunicación y la diversidad de responsabilidades jerárquicas y geográficas en la comunicación, requieren en general, organizaciones que desarrollen una política clara con respecto del grado de libertad de ejecución que se permitirá a los directores de comunicación. Las organizaciones podrán usar varios métodos para estimular la cooperación entre todos los especialistas de comunicación: introducir un estilo corporativo uniforme, trabajar con puntos de partida comunes de comunicación, dirigir la toma de decisiones mediante reglas presupuestarias estrictas negociar las decisiones vitales de comunicación en los comités de coordinación” (p.168). Esto se observa claramente en la forma como se maneja la comunicación en la Fundación Luker por medio de una directora y otra persona que realiza la misma función en Manizales Más, pero de forma autónoma.

Cada organización es diferente y es precisamente esa diferencia la que permite mediante un manejo estratégico de la comunicación poder llegar a construir una ventaja competitiva sostenible, la cual contribuya al logro de los objetivos que se planteen.

El autor español Joan Costa (2009) muestra el papel trascendental y poco explorado como creadores de conocimiento para la organización y para los diferentes procesos administrativos que en ella se manejan, al igual que la importancia de una adecuada gestión de la comunicación en las organizaciones.

De este modo “Tanto para el crecimiento como para la rentabilidad la comunicación corporativa juega un papel relevante y, en consecuencia como es lógico el Dircom es directo coparticipe de dicho reto, sin embargo infortunadamente en buena parte de las empresas el valor agregado ofrecido por la comunicación corporativa a través de sus diferentes aplicaciones, tiende a ser menospreciado y su potencial subutilizado”. (p.88)

Hoy día la comunicación organizacional es mucho más que transmitir información, es un aliado estratégico de la organización que debe servir de guía en todos los procesos tanto internos como externos

En este trabajo se observa que una de las principales funciones de la comunicación es crear un puente entre lo que tiene la organización y lo que necesita para estar mejor, siempre en pro de los objetivos organizacionales, como lo dice Costa (2009): “Descubrir lo que se tiene, construir lo que se exige: más hay del esfuerzo por conformar equipos de trabajo orientados y motivados, del dominio efectivo de herramientas tecnológicas y la mejora continua de nuestras habilidades gerenciales, de la voluntad creativa para hacer de la innovación una cultura de trabajo y crecimiento, el foco de todo esfuerzo profesional y personal todavía gira a partir de una sola palabra que resume el camino de nuestro éxito” competitividad. (p.81)

Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad Social Empresarial RSE, como lo expresa Vives y Peinado (2011) consiste en: “Crear las mejores condiciones para el funcionamiento socialmente responsable de una organización, se requiere lo siguiente: una institucionalidad fuerte; un liderazgo que articule a todos sus integrantes; una capacidad de gestión, administración y aplicación de recursos y procesos; y un conjunto de valores compartidos que se reflejen en las prácticas de todos sus componentes”(p.324).

En cuanto a Responsabilidad Social Empresarial debemos tener en cuenta que es un tema relativamente nuevo en la región y muchas organizaciones consideran responsabilidad social temas que a través del tiempo se relacionan más con el cumplimiento de normas legales y laborales que con Responsabilidad Social Empresarial como tal, para ello nos basaremos en el libro “La responsabilidad Social de la Empresa en América Latina” de Antonio Vives y Estrella Peinado, debido al análisis profundo que se hace de este tema en la región y al aporte de profesionales expertos en la materia.

Es relevante como lo indican Vives y Peinado (2011) “No solamente el entorno que afecta directamente a la empresa es importante para su operación, el ambiente que la rodea, que la toca indirectamente, también tiene el potencial de impactarla, aunque muchas veces es ignorado dada la limitada capacidad de atención a todos los problemas. Sin embargo, especialmente en países en vías de desarrollo, este entorno no puede ser ignorado. Constituye el mercado actual o futuro de la empresa. A la empresa le conviene operar en una sociedad desarrollada. Pero, ¿hasta dónde llega la responsabilidad de la empresa?”.(p.60)

En parte debemos saber que lo mínimo que las organizaciones deben cumplir es su ética, pero también las normas y regulaciones del sector económico al cual pertenecen, también ser conscientes que no son iguales los estándares de responsabilidad social que manejan países desarrollados que los que se manejan en países en vía de desarrollo tal como el nuestro, pues para países desarrollados basta con cumplir las normas y regulaciones para estar en armonía con la responsabilidad social, pero en países en vía de desarrollo esa función debe trascender la labor de la organización debido a los problemas que aquejan a la sociedad.

Algunas universidades del país, por ejemplo, han comenzado a dar especial importancia al tema de responsabilidad social, no solamente impartiendo cátedra sino también trabajando en este tema e inclusive creando áreas específicas que lo manejen en sus centros de estudio, lo cual muestra la trascendencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el desarrollo de la sociedad, más aún porque son los futuros profesionales quienes se están viendo involucrados en estos procesos.

La responsabilidad social nace del sentir de las personas y de las empresas de querer mejorar la sociedad y el mundo según lo argumentan Vives y Peinado (2011) “La filantropía y la acción social pueden ser muy valiosas para la sociedad, pero deben hacerse además de las responsabilidades fundamentales, no en substitución de. La filantropía y la acción social no son parte de la estrategia de mercadeo o de relaciones públicas, deben ser parte de una estrategia integral de responsabilidad. Y si no, que lo hagan los accionistas o los dueños con su propio dinero, como lo demuestra el ejemplo de la Fundación Bill y Melinda Gates, que usan su dinero, no el de su compañía Microsoft.”(p.62).

En tal caso lo podemos apreciar en algunas cadenas de almacenes del país donde las empresas realizan acciones con el dinero que entregan sus clientes por medio de donaciones y que después es manejado como si la empresa fuera la donante de ese dinero, valga aclarar que la Responsabilidad Social Empresarial no es filantropía ni la implementación de programas que conlleven a donaciones ni a entregar “regalos a la sociedad”, va encaminada a la creación de programas que trasciendan y permanezcan en el tiempo con los cuales la empresa se compromete a sostener a través del tiempo para permitir un mejoramiento de la sociedad y de la población en que pretende impactar.

La norma ISO 26000 ofrece a las organizaciones, al gobierno y a la sociedad herramientas sobre las tres dimensiones del desarrollo sostenible: social, ambiental y económica. También entrega soluciones y beneficios para diferentes sectores económicos. La Responsabilidad Social Empresarial RSE, pretende colaborar para la transformación del mundo en sostenible y socialmente responsable.

Tal como lo muestra Stramberg (2010) “La norma subraya que una organización debería ser responsable de sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente; ser transparente con las decisiones y actividades que afecten a la sociedad y al medio ambiente; comportarse éticamente; respetar, considerar y responder a los intereses de sus grupos de interés; aceptar que el estado de derecho es obligatorio; respetar las normas internacionales de comportamiento, como mínimo el principio de acatamiento al estado de derecho; y respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y su universalidad”(p.19).

Cómo se evidencia la comunicación en la Fundación Luker

En la fundación Luker la comunicación se maneja como un eje transversal que involucra a toda la organización, mediante la estrategia de la fundación. Actualmente se encuentran construyendo el manual de comunicaciones para darle un mayor soporte a todos los procesos de comunicación.

Además en la Fundación la comunicación es flexible a los diferentes públicos, debido a que cada proyecto cuenta con diversos beneficiarios a los cuales se hace necesario llegar del modo correcto para lograr efectividad y buenos resultados. Por esto, se maneja una estrategia de comunicación para la fundación en general y para cada uno de los proyectos. La estrategia general la construye solo la fundación, y la estrategia para cada proyecto se construye de la mano con los aliados, solamente el área de emprendimiento se maneja de forma autónoma en cuanto comunicación.

Desde la comunicación los proyectos que se manejan en la Fundación Luker se les hace un acompañamiento permanente por medio del equipo profesional de la propia fundación, teniendo como principio la relevancia de llegar a los beneficiarios que se pretende impactar, esto haciendo claridad en la diferencia existente por ejemplo, en el programa escuela activa urbana que maneja escuelas y colegios donde se imparte formación básica primaria y formación básica secundaria, y el programa de Campus universitario, el cual trabaja con las universidades de la región.

La importancia de la comunicación en la fundación se basa en dar a conocer lo que hace la fundación en las diferentes proyectos que maneja, así se logra que los beneficiarios entiendan porque la fundación le apuesta a la educación y al emprendimiento, pues la fundación considera que una persona educada y emprendedora genera desarrollo.

Se cuenta con un boletín interno, cartelera, correos electrónicos, campañas y realización de actividades en las cuales cada cierto tiempo, con los colaboradores visitan los proyectos que apoya y/o gestiona la fundación para recoger inquietudes, aportes dudas y comentarios de los beneficiarios y generar soluciones.

Cómo se evidencia la comunicación la comunicación en Manizales Más

Manizales Más tiene como objetivo principal de comunicaciones, generar cultura de emprendimiento, procurando buscar que las palancas que se accionan en comunicación generen esa cultura. La comunicación está enfocada en los aliados, en los programas, en los medios de comunicación, emprendedores en cualquier etapa de emprendimiento, referentes de emprendimiento nacionales e internacionales, al dirigir la comunicación hacia esas acciones con la pretensión que sean estos quienes generen la cultura de emprendimiento.

Manizales Más como parte de las acciones de comunicación realiza distintos eventos y certámenes al año, tanto abiertos como cerrados. Los abiertos al público son entrenamientos que realizan con Babson College de Massachusetts, a través de convocatorias por intermedio de Facebook o emailing, o también utilizando los diferentes grupos de chat que posee el ecosistema de emprendimiento que suman 15. También realizan eventos cerrados, dirigidos a entidades o personas puntualmente.

Las herramientas de comunicación utilizados por Manizales más son entre otros Free Press y en tal sentido han aparecido en 590 publicaciones en diferentes medios, escritos, periódicos, radio, televisión desde que se creó el programa de Manizales Mas, hace 4 años aproximadamente. Por otra parte cuentan con página web, perfiles en redes sociales, tal caso de Twitter, Facebook, canal de YouTube, se suman igualmente News letter y boletines de prensa cuando se amerita, al igual que realización de artículos para aliados cuando se los solicitan.

Se maneja un concepto de marca muy unificado, así cada evento, certamen o convocatoria tenga su propia campaña.

Conclusiones

En la fundación Luker el proceso de comunicación se relaciona directamente con la Responsabilidad Social Empresarial en el sentido que todos los proyectos que maneja la fundación, tanto en Educación, Emprendimiento y Proyectos especiales, están orientados al mejoramiento de la calidad de vida del entorno en el cual se desenvuelven sus distintas acciones, concretamente en Manizales – Caldas y en Necocli – Antioquia, en este último municipio la fundación Luker cuenta con un centro de operaciones y se realizan actividades propias por parte de Casa Luker.

Continuamente tanto la Fundación Luker como Manizales Más, están comunicando por diferentes medios los resultados de sus proyectos, los recursos utilizados, y el impacto que se ha logrado con los mismos, al igual que se cuenta con una interacción directa y constante con sus aliados y benefactores quienes realizan aportes y mejoras tanto a los proyectos como al proceso de comunicación.

La trascendencia de la comunicación en organizaciones sin ánimo de lucro, tipo fundación Luker permite la consolidación de las mismas mediante la creación de redes de apoyo haciendo participe de su actuar al sector privado, entidades gubernamentales y demás actores de la sociedad que trabajan en pro del mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

La fundación Luker se encuentra en constante búsqueda del mejoramiento de sus procesos de comunicación, se evidencia esto en el esfuerzo que realizan cotidianamente, no solo en la creación de su manual de comunicaciones, también en la utilización de los diferentes medios, tradicionales y tecnológicos tales como: cartelera, boletín interno, campañas, correos electrónicos, perfiles en redes sociales.

Todas las actividades de comunicación de los proyectos, se realizan en cooperación con los aliados a excepción del área de Manizales Más en donde la fundación juega un papel fundamental mediante el apoyo a esta iniciativa.

Es menester señalar que la Fundación Luker cuenta con el empeño y la energía para mejorar los procesos de comunicación como lo han venido haciendo, además de continuar con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, teniendo en cuenta que es un tema nuevo para muchas empresas colombianas las cuales aún no han comenzado el largo camino hacia la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual no permite una completa armonización entre la sociedad y el sector productivo del país, pues la Responsabilidad Social Empresarial ayuda al logro de una buena imagen corporativa ante la sociedad, además de beneficiar la calidad de vida de los habitantes hacia quienes va dirigidos los programas y proyectos que las fundaciones gestionan.

Referencias

Velis, F. (2011) Comunicar. *Construyendo diálogos estratégicos en 360° para organizaciones del nuevo siglo*. Barcelona, España: Gedisa, S.A.

Sánchez y Munera (2003). Comunicación empresarial. *Una mirada corporativa*. Medellín, Colombia: Editorial Zuluaga.

Costa, J. (2009) Dircom. *Estrategia de la complejidad*. Barcelona, España: Guada Impresores.

Vives, A y Peinado, E. (2011) *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Nueva York, Estados Unidos: Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo.

Van Riel B (2001). Comunicación Corporativa. Madrid. España. Printece Hall

Stramberg, (2010) La medición y la comunicación de la RSE: *Indicadores y normas*. Universidad de Navarra, Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Citado en La gestión de la responsabilidad social empresarial como elemento fundamental para la creación de valor compartido entre la organización y sus grupos de interés. Prieto Aristizábal, Nathalia Alejandra; Bustamante Idárraga, Manuela

Trabajos citados

Páginas web:

www.fundacionluker.com

<http://www.manizalesmas.org>

<http://fundacionluker.org.co/InformeGestion2015/es/areas.html>

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html