



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TÉCNICOS EN RELACIONES PÚBLICAS**



Tema:

"Presente y futuro de la Responsabilidad Social Empresarial de El Salvador, mas que un ejercicio de Relaciones Publicas".

Trabajo presentado por:

**Edgar Noé Hernández Monge
Darlin Yamileth Martínez González
María Roxana Zavaleta**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICOS EN RELACIONES PÚBLICAS.**

Marzo,2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

PÁGINA DE AUTORIDADES.

LIC.JOSÉ MAURICIO LOUCEL

RECTOR

ING.NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

VICERRECTOR GENERAL

LIC. ARELY DE PARADA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

JURADO EXAMINADOR

PRESIDENTE DEL JURADO: LIC RAFAEL ORLANDO APARICIO PACHECO

PRIMER VOCAL: LICDA. MARIA DE LOS ANGELES MELÉNDEZ DE LÓPEZ

SEGUNDO VOCAL: LIC.DOMINGO ORLANDO ALFARO ALFARO

MARZO,2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS.

A DIOS: Por ser bueno en mi vida y darme el privilegio de llegar a culminar un peldaño de todo lo que él me tiene preparado.

A MI MADRE: Por su paciencia ante la adversidades que surgieron y su motivación para seguir apoyándome hasta terminar la carrera.

A MI NOVIA: Por ser especial y mostrarme su apoyo incondicional aun en los momentos a donde la deje sola para poder trabajar y sacar el proyecto adelante.

A MI FAMILIA: A toda mi familia en general por todos los consejos sabios que pusieron siempre para que siguiera adelante.

EDGAR NOÉ HERNÁNDEZ MONGE.

AGRADECIMIENTOS.

A DIOS: Primero y antes que nada porque me dio la oportunidad de culminar con la carrera y lograr una meta más en mi vida sin ningún impedimento.

A MI HERMANO: Porque está muy lejos y aun así siempre ha estado pendiente de mí y como iba en el desarrollo de mis materias

A MIS ABUELOS: Porque siempre estuvieron ahí aconsejándome y a veces desvelándose junto a mí.

A MI FAMILIA: A toda mi familia en general por todos los consejos sabios que pusieron siempre y que me llenaron de mucha fuerza aportando un granito de arena para poder terminar esta carrera.

DARLYN YAMILETH MARTÍNEZ GONZÁLEZ.

AGRADECIMIENTOS.

A DIOS: Por poder culminar esta carrera y darme las fuerzas ante todo y que en los momentos de flaqueza faltó su inspiración para luchar y hacerme una mujer responsable en todas las áreas de mi vida.

A MIS PADRES: porque en ellos vi el apoyo siempre, nunca me sentí sola y sus consejos me ayudaron de una forma especial y esa inspiración es la que ahora me coloca con orgullo dentro de sus corazones y mente.

A MI FAMILIA: Gracias porque creyeron en mí y su amor para conmigo fue incondicional aun en los momentos de sufrimiento.

Siempre supieron darme esas palabras y mostraron sensibilidad tocando mi corazón.

MARÍA ROXANA ZAVALA.

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.	3
1.4 DELIMITACIÓN TEÓRICA.....	3
1.5 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	4
1.6 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	4
1.7 OBJETIVOS	4
1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	5
2.3 MARCO HISTÓRICO	5
CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE SE REALIZAN EN EL SALVADOR.....	15
3.1. MÉTODO.....	15
3.1.1. TÉCNICAS	15
3.1.2. INSTRUMENTO.....	15

3.1.3. MITOLOGÍA	16
3.2 SUJETOS DE ESTUDIO.....	16
3.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	17
CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
4.1 CONCLUSIÓN	45
4.2 RECOMENDACIONES.	46
BIBLIOGRAFIAS.	47
ANEXOS	48

INTRODUCCIÓN

Ante el desarrollo de cualquier investigación, una parte importante y esencial es contar con todo un contexto histórico que permita la comprensión del porque de algunos hechos y tendencias actuales y el establecimiento de los conceptos que guíen el estudio, de tal manera que se brinde el escenario actual sobre la temática que se está indagando, para poder conocer tanto estudios anteriores, como las teorías que a lo largo de los años han sido el fundamento para la práctica de las relaciones públicas y públicos de las relaciones públicas.

Es así que se presentan los antecedentes históricos que en este caso corresponden, obteniendo todo un panorama entorno al crecimiento y desarrollo de las mismas, así como de aquellos hechos que han formado parte fundamental para su evolución; por otra parte, se establecen las bases que respaldan la investigación, basadas en la definición de las teorías de las cuales se parte para la fundamentación del resto de la misma, y que permita en un futuro llegar a conclusiones certeras y concretas al problema previamente planteado.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más, la responsabilidad social empresarial (RSE) es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente , la familia, los amigos, el trabajo o estudio, la vida económica, la vida política y la vida de relación con Dios aunque esta última se trasmitan a valores morales , espirituales o religiosos con los diferentes públicos de la empresa sin descuidar los temas económicos que son de trascendencia tanto para la empresa como para sus públicos.

Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales. Sin duda alguna el mayor logro, en materia de RSE, es el compromiso y el esfuerzo realizado por los accionistas, por cada una de las personas que forman parte de la organización.

Pero qué pasa cuando las empresas ubicadas en países y regiones tercermundistas incluyendo El Salvador se niegan a poner en marcha las RSE

como parte de las estrategias que evidentemente serán de beneficio para cualquier tipo de empresa o podemos decir también como es el presente de las empresas que si ponen en marcha acciones de RSE que queda demostrado que es más que un ejercicio de relaciones públicas.

Es necesario plasmar el costo que pueden traer para los países del tercer mundo si las organizaciones tanto públicas como privadas no hacen acciones de responsabilidad social empresarial que permita el desarrollo sostenible de los pueblos serán:

- Falta de alianza estratégicas con diferentes públicos y empresas
- Falta de satisfacción del cliente externo para fidelizarse y por ende baja en la compra de productos o servicios de la empresa y, como consecuencia, cierre de las mismas por no lograr ventas satisfactorias
- Poca motivación de los clientes internos para desarrollar bien su trabajo y por consecuencia pérdida de clientes externos.

Estas serán unas de las consecuencias que no permitirían el desarrollo sostenible de los pueblos por no poseer acciones de responsabilidad social empresarial.

Es importante recalcar que los habitantes de los países tercermundistas que se niegan a poner en marcha acciones de Responsabilidad Social Empresarial se verán afectados en:

- La economía
- La falta de oportunidades de empleo
- Falta de desarrollo social
- Falta de políticas que ayuden a preservar el medio ambiente
- Etc.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Las relaciones públicas en su total dimensión sirvan sin lugar a dudas para medir la eficacia de la organización tanto en el presente como en el futuro para cualquier institución ya que ofrece una serie de beneficios, que ayudan al fortalecimiento de las mismas siempre y cuando estas desarrollen contactos ampliando la cartera de públicos y que ejerzan de forma profesional. El poco interés de este ejercicio impiden a muchas empresas o instituciones desarrollar un trabajo mejor y con mayores garantías dejando atrás oportunidades que aporten resultados positivos y que favorecen al crecimiento de las empresas y al público interno como externo también lograr que sea una herramienta viable para las organizaciones.

1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

¿Cuál es la razón por la que los empresarios salvadoreños prestan poca importancia a la Responsabilidad Social Empresarial?

1.4 DELIMITACIÓN TEÓRICA.

La temática se abordó desde la perspectiva de las ciencias de comunicaciones, enfocada en las relaciones públicas y la (RSE) que estas

realizan para generar confianza en los diferentes públicos de una organización.

1.5 DELIMITACIÓN ESPACIAL.

La investigación se centró en empresas privadas ubicadas en el gran San Salvador dedicadas a la Banca, comercio y servicio.

1.6 DELIMITACIÓN TEMPORAL.

Esta investigación se realizó en el último semestre del 2011.

1.7 OBJETIVOS

Conocer la opinión que tienen los empresarios salvadoreños sobre las acciones que realizan relacionadas con la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.5.1.1. Entrevista a funcionarios de empresas salvadoreñas que realizan Acciones de responsabilidad social empresarial.

1.5.1.2. Elaborar un análisis y resultados de las entrevistas.

1.5.1.3. Interpretar los resultados de la investigación de campo relacionándola con el marco teórico de este documento.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

2.3 MARCO HISTÓRICO

Las Relaciones Públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutua entre una organización y sus públicos.

En la sociedad moderna, el aumento de interdependencia exige interacción social, política y económica, todavía más compleja. Consecuentemente, el establecer y mantener relaciones a todos los niveles sociales constituye un campo muy amplio, tanto de estudio académico, como de la práctica profesional.

Antecedentes Históricos de las Relaciones Públicas.

En sus inicios, fueron los griegos y los romanos quienes hicieron uso de ciertas técnicas con el propósito de modificar la opinión vertida por el público, esto lo hacían con fines políticos, las Relaciones Públicas fueron ampliamente utilizadas. Como modificadoras de la opinión pública siendo la oratoria el medio de comunicación más empleado.

En el siglo XV, jugó un papel importante la invención de la imprenta, ya que impulsó la circulación de la palabra escrita, convirtiéndose en una de

herramientas principales de las Relaciones Públicas.¹

Ya en la Edad Media, se difunde la obra “El Príncipe”, de Nicolás Maquiavelo, que años después se analizaría este documento como un mecanismo de la teorización de las Relaciones Públicas.²

Todo esto demuestra que en el pasado, el uso y la práctica de las Relaciones Públicas correspondieron en su mayoría a los círculos políticos y gubernamentales. Esta era la situación hasta la llegada del nuevo siglo, en el que apareció un joven norteamericano con ideas revolucionarias: Ivy Lee.

El 1906, inició su incursión en el campo de las Relaciones Públicas trabajando en la industria Americana, tratando de mejorar las relaciones existentes entre patronos y los empleados debido principalmente a los violentos métodos utilizados por éstos para combatir las huelgas.

Por todos sus aportes se dice que Ivy Lee fue el primer técnico que surgió en el campo de las Relaciones Públicas y, al parecer, fue él también quien creó el primer departamento de esa especialidad, diseñándolo para la Standard Oil Company, empresa a la que se le atribuye haber sido la primera en incluir las Relaciones Públicas de manera formal, como una de las funciones de la empresa.

En ese sentido “... Las prácticas de las Relaciones Públicas estructurales y coordinadas a través de una institución son relativamente nuevas, a la fecha, se

² Biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/.../capitulo%201.pdf-17-11-2011 3:30pm

carece de un documento que reúna investigaciones y referencias históricas al respecto. No obstante, por ser una sociedad consumista que recibe abundante influencia de los Estados Unidos, cuando este país las impulsó dentro de la recuperación sociopolítica y económica de posguerra, la noticia de sus buenos resultados se expandió hasta el istmo...”

LOS PÚBLICOS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS.

PÚBLICO:

Se entiende por público a cada uno de los grupos diferenciados con los que una organización entra en contacto cada uno de ellos tienen características propias y una relación específica y diferente con la organización. Esta referido también a la segmentación de toda las personas que interactúan con la organización, o que sí bien no interactúan, a la organización les suele resultar interesante.³

Las Relaciones Públicas hacen segmentación de públicos, ya que ésta permite identificar, a los sujetos receptores de los mensajes y eso permite construir o elevar una comunicación diferente y única para cada uno de esos públicos, de esa manera aumenta la efectividad del impacto, hay mayor concentración de esfuerzos.

CLASIFICACIÓN DE PÚBLICOS

Los públicos pueden ser reales y potenciales.

➤ PÚBLICO EFECTIVO, REALES O ACTUALES:

³ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Publicos-En-Relaciones-Publicas/95098.html>. Jueves 17 de Noviembre del 2011. 11:30 am

Es donde la organización está interactuando, son aquellos que consumen un determinado producto de una empresa. Dentro de los reales se encuentran los cautivos por elección y los cautivos por imposición. Por elección: bebidas, cigarrillos, etc. Por imposición: servicios como la luz, el gas, etc.

➤ **PÚBLICO POTENCIAL:** Si bien la organización no interactúa, tienen las características para transformarse en públicos efectivos. Una de las funciones de las Relaciones Públicas es actualizar públicos potenciales, entre este tipo de clientes podemos distinguir: Los más fáciles de persuadir: ante un mínimo estímulo, realiza la compra.

➤ **PÚBLICO**

Intermedios: se necesita un poco más de esfuerzo, como por ejemplo, dar a probar el producto o servicio. Los más difíciles de persuadir: necesitaran bonificaciones o acciones de marketing.⁴

OTRA CLASIFICACIÓN.

Público interno: Se denomina Público Interno a los grupos sociales afines que integran el organigrama de la empresa o institución. Así, por ejemplo: los accionistas; los directivos; los funcionarios; los empleados.

✓ **Empleados:** en todos sus niveles, desde la alta dirección hasta los empleados, todos son portavoces de la empresas, de su imagen y

⁴ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Publicos-En-Relaciones-17-12-2011:10am172011Publicas/95098.html> <http://www.xtrategy.com.mx/index.php/83-negocios/91-importancia-de-las-relaciones-publicas-en-las-empresas>

prestigio, pero para lograr esto, ellos deben estar dentro de un clima satisfactorio que deberá ser creado por el departamento de relaciones públicas.

- ✓ **Accionista:** el accionista parte importante y fundamental de la empresa, se les debe hacer sentir seguros de su propiedad colectiva y eso lo lograremos mediante informes, balances, memorias y cartas.
- ✓ **Los directivos:** se les debe dar el valor que ellos merecen dentro del marco de sus funciones y hacer respetar sus ideas, así también el ente regulador de hacer valer sus derechos será el relacionista público ya que este debe discutir y dar las proyecciones a futuro.

Público externo: por su parte, son todos aquellos grupos sociales que tienen un determinado interés que vincula a sus miembros entre sí y que no forman parte del organigrama de la organización de que se trata. Los Públicos Externos de una organización son numerosísimos, pero, no debe perderse de vista que alguno de ellos interesan más que otros a la empresa o institución en cuestión. Sólo unas cuantas de ese gran espectro social surgirán los clientes o nos servirán para difundir la imagen que pretendemos proyectar de la organización de que se trata.

Con relación a la organización:

- Clientes
- Proveedores
- Bancos y financieras
- Organismos públicos
- Hacienda publica
- Comunidades

- Ministerios
- Gobiernos

Funciones de las relaciones públicas

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:⁵

- Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder

⁵ <http://www.mitecnologico.com/main/publicosinternos,19-12-2011,6:18am>

luego actuar sobre ella.

- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de todas relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

¿Qué son las estrategias de relaciones públicas?

Se describe en cómo se va alcanzaren teoría, un objetivo, ofreciendo líneas y directrices y temáticas del programa global se puede destacar una estrategia o puede contener diversas en función de los objetivos señalados.

Tipos de Estrategias:

1. Relaciones Públicas

- ✓ Imagen Institucional
- ✓ Marca
- ✓ Interna
- ✓ Responsabilidad Social Empresarial
- ✓ Las campañas pueden ser parte de una estrategia.

2. Publicidad

- ✓ Medios masivos
- ✓ BTL(Blow the Line)

3. Mercadeo

Publicity:

Es la información que aparece en cualquier medio de comunicación, sin

previo pago de tarifa por ella y con carácter de noticia.⁶

Siendo muy utilizada por los especialistas de relaciones publicas dado el ahorro que esto significa y los interesantes beneficios que representa para el cliente.

Patrocinio:

Es la técnica que genera satisfacción y que en la medida genera resultados a la satisfacción de los públicos objetivos.

Mecenazgo:

Entre los objetivos fundamentales del patrocinio se encuentra el construir una imagen de marca, no existe ánimo de lucro o de interés personal pero su enfoque es exclusivamente a figuras reconocidas o futuras promesas.

El agente en relaciones:

Un Agente de relaciones públicas es aquel que puede desempeñar varias tareas, puede ser una persona encargada de llevar la comunicación buena de una empresa , así como servir de capacitador de voceros de una empresa, también desempeña el rol de resolver los problemas en que cae la empresa debido a la mala administración de la imagen.

⁶ Relaciones públicas estrategias y tácticas. pg. 160,19-12-2011

¿Qué es el lobby que funciones hace un lobista?

Es un grupo de personas que intentan influir en las decisiones del poder ejecutivo o legislativo en favor de determinados intereses.

La actividad que realizan los lobbies se denomina lobbying, hacer lobby o cabildeo.⁷

Sus funciones:

En términos generales, podría describirse que las funciones del lobista son aquella forma de ejercer presión que realizan ciertos grupos. Por lo general, se trata de presión política y económica que realizan determinados grupos a fin de tener cierta influencia en los poderes legislativo, ejecutivo y judicial de un estado.

¿Qué es una agencia de relacione públicas?

Es una organización independiente de servicio profesional, que planifica acciones deliberadas y continuas llevadas a cabo por una identidad, llámese privadas o públicas.

Así también cabe recalcar que las agencias se encargan de defender o crear lazos estrechos entre empresa y cliente.

Antecedentes Históricos de las Relaciones Públicas en El Salvador

En 1980, se llevó a cabo en El Salvador el Primer Simposio Nacional de

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Lobby> 7.40am 19-12-2011, Relaciones públicas y estrateg. y tácticas.pg 29

Relaciones Públicas organizado por Asociación Salvadoreña de Ejecutivos de Relaciones Públicas (ASERP), contando con la participación de instituciones gubernamentales y privadas que ejercían la función. A este evento fueron invitados disertantes profesionales mexicanos.⁸

Ocho años más tarde, surge la primera empresa formal de Relaciones Públicas en el país, con un funcionamiento independiente y apoyo logístico de una unidad de investigación. A partir de esa fecha se empezó a reconocer la importancia de las Relaciones Públicas como función empresarial, y muchas organizaciones incluyeron en su estructura, personal encargado de cumplir con dicha función. Por su parte, algunas universidades decidieron incorporar esta disciplina como una carrera universitaria en sus programas de estudio; en este sentido "...En 1990, la (ASERP) dejó de ejercer sus funciones debido a la crisis política que enfrentaba el país, motivo por el cual, hubo gran fuga de elementos, dando origen a la desaparición de esta asociación sin dejar algún acta que plasmara la fecha de su desintegración.

Poco a poco las Relaciones Públicas han ido teniendo mayor presencia, en la actualidad se considera como una función empresarial sumamente importante (tanto en instituciones públicas como en privadas), dedicada a trabajar por la imagen corporativa, diseñando para ello, planes y programas especiales tendientes a influenciar positivamente la opinión público.

⁸ <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%201.pdf>,17-11-2011,4:44pm

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE SE REALIZAN EN EL SALVADOR.

3.1. MÉTODO

Para la realización de esta investigación se utilizó el método cualitativo inductivo; debido a que se comenzó analizando la realidad de nuestro medio sobre la responsabilidad social empresarial y posteriormente se hace un análisis teórico de la temática y consecuentemente de las acciones de relaciones públicas, que se consideran como acciones de responsabilidad social empresarial como herramientas que utilizan estas para la consecución de los objetivos de las organizaciones.

3.1.1. TÉCNICAS

La técnica que se utilizó para la investigación de campo fue la de la entrevista estructurada (ver anexo) en la cual se interrogaba sobre las acciones que realizan las empresas en El Salvador, en el área de responsabilidad social empresarial.

3.1.2. INSTRUMENTO

El instrumento que se utilizó para la investigación de campo fue la guía de entrevista.

3.1.3. METODOLOGÍA

Las preguntas de las entrevistas se realizaron partiendo de los objetivos antes que nada escogiendo las mejores empresas u organizaciones que están desarrollando responsabilidad social empresarial en el El Salvador y que tienen como principal socio a Fundemas.

Primero se contactaron las personas encargadas de desarrollar dichos eventos de responsabilidad social con un rango de alto nivel en el desempeño de sus labores, sus números de teléfono y luego que se pudieron contactar, se logró obtener sus correos electrónicos para obtener las respuestas de las entrevistas se llevó mucho tiempo ya que son personas con sus agendas llenas de trabajo, en algunas se demoró en lograr la contestación pero se obtuvo un buen resultado.

3.2. SUJETOS DE ESTUDIO

Los sujetos de estudio de esta investigación fueron los funcionarios de alto nivel de las organizaciones seleccionadas.

3.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

ENTREVISTA #1

ENTREVISTADA: Rosa de Chavarria

CARGO: Ejecutiva de Ventas de Fundemas

FECHA: 22 de octubre de 2011

GUÍA DE ENTREVISTA

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Carrera: Tec. En Relaciones Públicas y Comunicaciones

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo. Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1. ¿Podría decirnos qué acciones de responsabilidad social hace su empresa?

Nosotros lo definimos en 7 ejes los cuales son:

1- GOBERNALIDAD: Es la dirección de la empresa basada en la transparencia, equidad corporativa, rendición de cuentas y aspectos económicos, sociales y ambientales.

La RSE en gobernalidad debe:

Tener un código de ética por escrito.

Planificación estratégica participativa.

Difusión y comunicación de principios y valores éticos a todos los niveles de la empresa.

Identificar principales grupos de interés de la empresa.

2- PÚBLICO INTERNO: Es el capital humano de la empresa, al cual debe ser motivado con políticas y prácticas responsables, fomentando condiciones de trabajo favorables que generen productividad, competitividad y bienestar familiar.

Algunos indicadores son:

Cumplimiento con todas las obligaciones laborales.

Prestaciones adicionales a las de la ley para colaboradores.

Programas de desarrollo personal y profesional de los colaboradores.

Programas de responsabilidad que provean oportunidades de educación a familiares de colaboradores.

3- MERCADEO RESPONSABLE: Es el desarrollo de una relación de confianza entre la empresa y sus clientes, basada en la integridad, justicia, honestidad y el respeto a la libre competencia.

Algunos indicadores son:

Programas para mejorar la calidad de los productos o servicios

Política formal de comunicación y publicidad

Material gráfico consistente con lo escrito en la publicidad

Informar al consumidor sobre los daños a la salud y /o medio ambiente, entre otros

Personal encargado específicamente para atención al cliente

4 MEDIO AMBIENTE: Es el compromiso de la empresa para mantener el equilibrio entre sus operaciones, el uso de los recursos naturales y el impacto al medio ambiente.

Algunos indicadores son:

Programas de reciclaje / reutilización interna de residuos (impresión: a ambos lados de las hojas de papel entre otros).

Identificar el impacto que la empresa causa al medio ambiente

Al diseñar los productos, la empresa planifica y organiza tomando en cuenta el impacto al medio ambiente.

Alianzas estratégicas con otras organizaciones con el fin de generar proyectos de impacto ambiental positivo.

5- **COMUNIDAD:** Corresponsabilidad de la empresa hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental que involucre a las comunidades cercanas o grupos vinculados a su actividad productiva.

Algunos indicadores son:

Programas de educación y salud dentro de la comunidad.

Voluntariado corporativo con ONG que impacten los grupos de interés de la empresa.

Mentorías hacia las poblaciones vulnerables.

Pasantías laborales

6-**PROVEEDORES:** Es la construcción de relaciones transparentes y duraderas con quienes proporcionan productos y servicios a la empresa; basada en la cooperación, transferencia de conocimiento y el trato justo.

Algunos indicadores son:

Incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa

Cumplimiento de derechos y obligaciones en ambas partes EMPRESA
PROVEEDORES

La empresa lleva a cabo iniciativas dirigidas a fortalecer a sus proveedores PYMES apoyándolos en la adopción de prácticas de RSE

Contar con normas y políticas transparentes para evaluar proveedores:
evaluación del desempeño con indicadores de RSE

7- POLÍTICA PÚBLICA: Es el alineamiento entre el interés empresarial y el interés público para propiciar el desarrollo económico, social y ambiental del país donde opera la empresa.

Algunos indicadores son:

- Se involucra con esfuerzo para mejorar la educación en el país por medio de becas, donaciones, asistencia técnica programas de concientización, etc.
- Promoción de alianzas público privadas.
- Promueve los derechos y las obligaciones que le son inherentes a los colaboradores como ciudadanos.
- Participación activa en asociaciones y foros empresariales.

1- ¿A que sectores pretenden llegar con las acciones de (RSE)

A todos los sectores porque es una medida de tipo universal y no se excluye a ninguna empresa.

2. ¿La responsabilidad social empresarial para cuánto tiempo la están realizando, ¿por qué ese plazo? Es algo permanente , ya que consideramos que el país necesita acciones continuas

3. ¿Desde cuándo se está desarrollando la responsabilidad social empresarial en esta empresa? Desde el año 2000 ¿para qué la realizan?

Para contribuir al desarrollo económico y social de El Salvador.

4. **¿Están satisfechos con los resultados obteniendo con las acciones de responsabilidad social? Si ¿por qué?** Porque la RSE no debe de estancarse debe ser sostenible, ya que un buen plan estratégico es progresivo.
5. **¿Piensan seguir invirtiendo más en responsabilidad social o mantener lo que hacen, y cómo?** Las empresas deben seguir haciendo bien sus negocios.
6. **¿Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial en El Salvador? explique.**

Por hoy más empresas van adoptando las RSE como una forma de vida para sus empresas

Hallazgo de preguntas.

Para FUNDEMAS los 7 ejes propuestos para realizar las acciones de RSE son fundamentales para llevar a cabo las acciones de RSE y mantener un equilibrio para ambos públicos

Al igual que otras empresas aseguran que las acciones puestas en marcha serán continuas y permanentes.

Uno de sus grandes logros dice FUNDEMAS es contribuir al desarrollo político y económico de El Salvador a través de las acciones de RSE

Para FUNDEMAS las acciones no deben estancarse, sino deben ser acciones encaminadas a tiempos duraderos.

Para FUNDEMAS la RSE es una forma de hacer bien los negocios.

Las RSE se han convertido en una nueva forma de vida para los empresarios, y hoy en día empresa que no posee acciones de RSE está quedando obsoleta y dejando de ser un competidor para aquellas que han puesto en marcha acciones de RSE en la comunidad.

Análisis

FUNDEMAS es una organización de empresarios que promueve la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial, el emprendedurismo y el mejoramiento de la calidad educativa del país, el cual para mantener un equilibrio y dar un servicio de calidad ha plasmado 7 ejes que ya antes se mencionaron en pro de la comunidad salvadoreña, comentan que las RSE son acciones que no se deben estancar sino ser usadas de manera progresiva.

Señalan además que las RSE sirven para llegar a tener un trato estrecho con los diferentes públicos de las empresas, así como para fidelidad clientes y esto ayuda para mantener un desarrollo político y económico en los países donde se ponen en práctica las RSE , como es el caso de El Salvador.

ENTREVISTA #2

EMPRESA: SCOTIABANK

PERSONA ENTREVISTADA: Licda. Janira Walton de Mejía.

CARGO: Encargada del Departamento de Mercadeo.

FECHA: 25-10-11

GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE COMUNICACIONES

Carrera: Técnico en Relaciones Públicas.

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo: Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1-¿Podría decirnos qué acciones de responsabilidad social hace su empresa?

Tenemos diferentes iniciativas dentro de nuestro programa de Responsabilidad Social Empresarial. Scotiabank Iluminando el Mañana en las áreas de educación, salud, medio ambiente y comunidad y por medio de las cuales buscamos brindar oportunidades de desarrollo a las comunidades en las que vivimos y operamos. Estamos comprometidos con ayudar a construir un mejor futuro en todo el mundo por medio de prácticas bancarias éticas, el desarrollo de una conciencia ambiental y la férrea voluntad de apoyar a nuestras comunidades con donaciones corporativas y las actividades de voluntariado de nuestro personal.

2- ¿A qué sectores pretenden llegar con las acciones de responsabilidad

social empresarial? A nuestros diferentes públicos de interés, llámense, empleados, accionistas, clientes, gobierno, comunidad. Buscamos ser reconocidos globalmente como una empresa socialmente responsable que apoya a sus comunidades.

3- ¿La responsabilidad social empresarial para cuánto tiempo la están

realizando? ¿y porqué ese plazo? Estamos comprometidos con la RSE y para nosotros es un componente integral de la manera en que realizamos negocios cada día. En Scotiabank la RSE se define como la manera en que interactuamos con nuestros públicos de interés para cumplir con nuestras responsabilidades sociales, económicas, ambientales y éticas. Es fundamental para la manera en que hacemos negocio y un elemento esencial de cómo hacemos negocio, por lo que la RSE es algo permanente en nuestro grupo.

- 4- **¿Desde cuándo se está desarrollando la responsabilidad social empresarial en esta empresa? ¿y para qué la realizan?**

La RSE, entendida en su más amplio sentido, ha estado siempre presente en nuestra organización. Sin embargo, en los últimos años el compromiso de Scotiabank con la RSE ha evolucionado, fortaleciéndose cada vez más.

- 5- **¿Están satisfechos con los resultados obteniendo con las acciones de responsabilidad social? ¿por qué?**

Por supuesto. Nos sentimos muy orgullosos de todas nuestras iniciativas de RSE a nivel global. Nuestro compromiso con la RSE nos ha hecho merecedores de varios premios y reconocimientos, no solo en Canadá, sino también en El Salvador y el mundo entero. La RSE reviste más importancia que nunca para Scotiabank así como para nuestros empleados, clientes, accionistas y las comunidades a las que atendemos. Como le manifestaba anteriormente, seguimos comprometidos a ayudar a construir un mejor futuro en todo el mundo por medio de prácticas bancarias éticas, el desarrollo de una conciencia ambiental y la férrea voluntad de apoyar a nuestras comunidades con donaciones corporativas y las actividades de voluntariado de nuestro personal.

- 6- **¿Piensan seguir invirtiendo más en responsabilidad social o mantener lo que hacen? ¿y cómo?**
- Seguiremos invirtiendo en nuestras comunidades, de acuerdo a las necesidades que se vayan presentando.

- 7- **¿Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial de El Salvador? ¿explique?**
- Creemos que es un tema que las empresas van

conociendo cada día más, gracias al apoyo de organizaciones como FUNDEMAS.

Hallazgo de preguntas.

1. Se encontró que desarrollan acciones enfocadas en diferentes áreas salud educación, medio ambiente y comunidad. Para ayudar a contribuir con un futuro mejor.
2. Pretenden llegar a diferentes públicos, pero también les preocupa el hacerse sentir en sus empleados.
3. Responsabilidad social empresarial para SCOTIABANK es un compromiso y componente integral para realizar sus negocios.
4. La responsabilidad social en esta organización es extendida y se fortalece cada vez más.
5. La iniciativa a nivel global les ha dejado buenos resultados y con reconocimiento a nivel no solo nacional, sino también internacional.
6. Seguirán invirtiendo de acuerdo a las necesidades.
7. Se cree que las empresas están conociendo más acerca de, la responsabilidad social.

Análisis.

En las respuestas que se desarrollaron en la entrevista de SCOTIABANK dan a conocer, como organización que está dedicada a diferentes iniciativas y manejan ejes para que en un futuro estos sean promovidos y ayuden a contribuir al desarrollo del país.

Como empresa les preocupa la educación, medio ambiente, salud, y comunidad en general pero también le apuestan mucho a sus empleados y es que buscan darse a conocer no solo por fuera comenzando desde la raíz por medio de esto pretenden llegar a ser reconocidos globalmente, por eso están comprometidos a ser una empresa totalmente responsable.

Para SCOTIABANK responsabilidad social empresarial es un componente integral que les ayuda de una manera muy eficaz como realizan sus negocios y es parte fundamental y esencial de cómo realizan sus negocios.

Y no como pequeñas organizaciones, esto también hace que otras empresas conozcan de responsabilidad social y se den a conocer como tal, ya que también Fundemas es una clave esencial para que las empresas se desarrollen en este campo y sientan apoyo a la hora de realizar dichas acciones.

ENTREVISTA #3

EMPRESA: GRUPO CALLEJAS (SUPER SELECTOS)

PERSONA ENTREVISTADA: Licda. Ximena Robín

CARGO: Encargada del Departamento de Mercadeo.

FECHA: 27 de Octubre del 2011

GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE COMUNICACIONES

Carrera: Técnico en Relaciones Públicas.

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo: Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1- ¿Podría decirnos qué acciones de responsabilidad social hace su empresa?

- Becas de educación básica a hijos de nuestros colaboradores.
- Restauración de centros escolares.
- Voluntariado: Jornadas de limpieza y reforestación. Donación de tiempo en proyectos específicos.
- Donativos de productos de primera necesidad en casos de emergencia nacional.
- Donamos nuestra operación logística para recaudación de fondos en proyectos específicos enfocados en Niñez y Juventud en las áreas de salud y educación.

2-¿A qué sectores pretenden llegar con las acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

Estamos enfocados en apoyar especialmente programas vinculados a la nutrición y educación de la niñez salvadoreña. Adicionalmente realizamos iniciativas que contribuyan a heredarle a nuestras futuras generaciones un medio ambiente sano donde puedan desarrollarse.

En cuanto a nuestra dinámica comercial, brindamos espacio en nuestras salas de venta a productos cultivados por pequeños productores asociados, a quienes por medio de sus organizaciones orientamos sobre los estándares de calidad y tiempos de entrega de los productos en cadena. De esta manera les aseguramos una demanda constante de producto, que les permite planificar sus cultivos y crecer en volumen de producción con un mercado asegurado.

3- ¿Cuál es el tiempo que se ha tomado para realizar responsabilidad social y por qué ese plazo?

La labor de Responsabilidad Social Corporativa es sumamente importante para nuestro grupo, por ello es una constante que va de la mano de toda nuestra dinámica comercial. Todos los meses estamos realizando acciones en beneficio de nuestros niños y jóvenes de la mano de nuestros voluntarios.

4- ¿Desde cuándo se está desarrollando la Responsabilidad Social Empresarial en esta empresa? ¿Y para qué la realizan?

La empresa, desde su fundación hace más de 61 años, ha venido desarrollando diferentes acciones de Responsabilidad Social, sin embargo, en la última década, las acciones han sido mucho más focalizadas en materia de resultados.

Por ello insistimos en apoyar exclusivamente proyectos que sean enfocados en el bienestar de la niñez y la juventud en las áreas de nutrición y educación. Así podemos medir en el tiempo los resultados hacia públicos concretos y no acciones aisladas.

5- Están satisfecho con los resultados obtenidos con las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, ¿Por qué?

Estamos en constante evaluación de proyectos, todos siempre enfocados en niñez y juventud en materia de salud y educación.

6-¿Piensan seguir invirtiendo más en Responsabilidad Social Empresarial o mantener lo que hacen, y cómo?

Los indicadores muestran que vamos por el camino correcto por lo tanto las proyecciones y resultados están en lo mejor de los procesos encaminado a una mejora continua, la forma que tenemos para cómo hacer nuevos enlaces será el evaluando las nuevas necesidades que aparezcan y que tengan un involucramiento en toda la línea.

7-¿Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial para El Salvador?

Cada vez más, la responsabilidad social está siendo incluida en los planes estratégicos de las empresas. Esto es positivo, ya que las necesidades son muchas y la acción de la empresa privada es vital para contribuir al desarrollo del país.

Vemos mucho potencial en el desarrollo de proyectos de la mano de la empresa privada, gobiernos locales y organismos internacionales para la ejecución de proyectos exitosos, pero sobre todo sostenibles en el tiempo, para que al momento en el que la cooperación haya finalizado su participación, los beneficiados puedan darle seguimiento.

Hallazgo de preguntas.

1. En esta pregunta encontramos que los ejes son integrales y con lógica cumpliendo el desarrollo de las Relaciones Publicas en esta

organización porque se da prioridad a su público interno para luego impulsar los programas de los externos.

2. Pretender llegar a diferentes públicos, pero también les preocupa por el futuro cumpliendo en forma estructurada una realidad de los planes ya que siempre las acciones son a largo plazo y el detalle interesante que piensan en su cadena de abastecimiento a futuro.
3. Responsabilidad social empresarial en Súper Selectos es un compromiso y componente integral pero con un enfoque primario en los niños, jóvenes, y voluntarios para después seguir con el compromiso en las demás áreas.
4. Para Súper Selectos se ha vuelto un eje fundamental ya que los resultados que aparecen en el camino fortalece la toma de decisiones.
5. Todos los proyectos que se apoyan generan resultados pero el de la niñez y de la juventud tienen un mejor enfoque.
6. Si continuaran invirtiendo.
7. Que la tendencia es al crecimiento y lo interesante es que el enfoque ya no solo es empresa privada incluir al gobierno y demás.

Análisis

En cada pregunta y respuestas recibidas podemos apreciar la relevancia que el tema de las Responsabilidad Social Empresarial están desarrollando y el crecimiento que este genera en los ejes en los cuales se están enfocando, resaltando el tema de la niñez, juventud como los demás agregados.

Cabe destacar la inversión que cada proyecto tiene y el valor que representa para el Grupo Callejas que su enfoque no limita sino al contrario se amplia, muestra de eso como dato relevante su principales proveedores en cadena son tomados en cuenta dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

Para concluir el área de Relaciones Públicas tiene un rol determinante ya que está dentro de la estructura organizacional y no como un outsourcing .

ENTREVISTA #4

EMPRESA: BANCO AGRÍCOLA

PERSONA ENTREVISTADA: Licda. Sandra de Quan

CARGO: Gerente de agencia San José de la Montaña

FECHA: 29 de Septiembre de 2011

Guía de entrevista.

Universidad Tecnológica de El Salvador.

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Carrera: Técnico en Relaciones Públicas

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo. Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1. ¿Podría decirnos que acciones de responsabilidad social hace su empresa?

R/Uno de los proyectos más importantes es el de “Manos Unidas por El Salvador”

2. ¿A qué sectores pretenden llegar con las acciones de responsabilidad social empresarial?

R/ Específicamente a la Inversión en la Educación, como por ejemplo en la construcción y Equipamiento de centros de computo, laboratorios de ciencia, Infraestructura, Salas de Estudios, Biblioteca Virtual, etc.

3. ¿La responsabilidad social empresarial para cuánto tiempo la están realizando, y porque en ese plazo?

R/ Permanentemente.

4. ¿Desde cuándo se está desarrollando la responsabilidad social empresarial en esta empresa? ¿y para que la realizan?

Desde su creación en el año 2004, y se realiza para mejorar las condiciones de vida y oportunidades de progreso en los niños y jóvenes de El Salvador, además de generar oportunidades de empleos temporales y dinamizar la económica local beneficiando mediante la compra a proveedores de equipos de informática, mobiliario, materiales de construcción y Recursos bibliográficos y didácticos.

5. ¿Están satisfechos con los resultados obtenidos con las acciones de responsabilidad social? ¿por qué?

R/ Sí, porque contribuimos al progreso y desarrollo de las comunidades a

las cuales servimos.

6. ¿Piensan seguir invirtiendo más en responsabilidad social o mantener lo que hacen, y cómo?

R/ Si, este es uno de los Programas prioritarios y permanentes, en el cual también contamos con grandes aliados como lo son Asociaciones de salvadoreños residentes en Estados Unidos.

7. ¿Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial el El Salvador? explique.

Como una gran oportunidad de seguir llegando a más Escuelas de los diferentes departamentos del país, ya que entre los logros obtenidos se ha visto un incremento en las matriculas escolares, como también se ha mejorado la capacidad didáctica a los docentes.

Hallazgo de preguntas.

Para EL BANCO AGRÍCOLA la responsabilidad social es fundamental, y lo demuestran con su programa, Manos Unidas Por El Salvador.

La responsabilidad social empresarial apuesta a la educación en todas sus áreas.

La responsabilidad social empresarial es un esfuerzo permanente para las empresas que la llevan a cabo.

La responsabilidad social empresarial se realiza para mejorar las condiciones de vida y oportunidades de progreso en los niños y jóvenes de las

comunidades donde se pone en marcha.

Las empresas donde se ponen en marcha las acciones de responsabilidad social empresarial se sienten satisfechas por contribuir al progreso y al desarrollo donde implementan las acciones de RSE.

Las empresas que ponen en práctica las acciones de RSE creen que dichas acciones serán de manera permanente para mantener la buena voluntad de los diferentes públicos.

Se cree que las acciones de RSE son claves para llegar a los diferentes sectores de la población, llegando así a los más necesitados para lograr un resultado óptimo en todas las áreas.

Análisis

Para EL BANCO AGRÍCOLA la responsabilidad social empresarial es un esfuerzo que ha traído satisfacción para los diferentes públicos de su empresa, así como también son acciones que piensan implementar permanentemente para el progreso y desarrollo de la sociedad salvadoreña, ya que ellos como empresa apuestan a la creación de acciones en pro de la educación, porque están claros que solo con educación se puede salir adelante en nuestro país.

El BANCO AGRÍCOLA como empresa con alto sentido de responsabilidad social empresarial recalca que las acciones de RSE que han implementado en los diferentes áreas de promoción en la educación de nuestro país, los llena de orgullo y por tal razón creen conveniente la creación de más acciones como las ya puestas en marcha.

ENTREVISTA # 5

ENTREVISTADA: Licda. Brenda de Miguel

CARGO: Directora de Fundación TCS

FECHA: viernes 07 de octubre de 2011

Guía de entrevistas.

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Carrera: Tec. En Relaciones Públicas y Comunicaciones

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo. Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1. ¿Podría decirnos qué acciones de responsabilidad social hacen como medios de comunicación?

Como medio de comunicación, Telecorporación Salvadoreña desde sus inicios ha estado comprometida con los salvadoreños más necesitados. En la actualidad toda la ayuda se canaliza a través de Fundación TCS.

Hacia afuera, tenemos varios ejes en los que trabajamos. Nuestro proyecto magno es dar a conocer a nuestra audiencia las buenas obras realizadas por salvadoreños generosos por medio de nuestro microprograma COSAS BUENAS. La misión de COSAS BUENAS es crear esperanza en el corazón de los salvadoreños, dándose cuenta que no toda noticia es negativa, sino que hay muchísimas personas que trabajan desinteresadamente por los demás, traducándose estas obras en noticias positivas. La visión de Cosas Buenas es despertar en los salvadoreños el deseo de ayudar, que se den cuenta que toda acción en beneficio de los más necesitados, por pequeña que sea es valiosa.

Otro eje de responsabilidad social empresarial que se lleva a cabo es la difusión gratuita de spots promocionando eventos de recaudación de fondos de fundaciones u organizaciones sin fines de lucro. Cabe mencionar que también abrimos espacios en nuestros programas en vivo para que diferentes instituciones puedan dar a conocer su labor o promocionar sus actividades.

Así mismo, brindamos donaciones en efectivo en determinado momento a diferentes fundaciones para que puedan realizar sus proyectos.

Por otro lado, también practicamos la responsabilidad social hacia adentro, con nuestros empleados, que son muy importantes para nosotros.

Llevamos a cabo diferentes ferias de salud, distintas charlas, así como también los apoyamos con capacitaciones en su área de trabajo. Actualmente, se está fortaleciendo aún más nuestro programa para los empleados para poder desarrollarlo exitosamente durante el año.

2. ¿A qué sectores pretenden llegar con las acciones de responsabilidad social empresarial?

Pretendemos llegar a todo el público salvadoreño, ya que nuestra audiencia se encuentra en todo el territorio nacional y abarca a todos los salvadoreños: niños, adultos, ancianos, tanto mujeres como hombres.

3. ¿La responsabilidad social empresarial para cuánto tiempo la están realizando, ¿por qué ese plazo?

Históricamente Tele corporación Salvadoreña ha estado íntimamente ligada con la responsabilidad social y las necesidades de los salvadoreños. A través de los años han podido ver el apoyo brindado a diversas fundaciones entre ellas FUNTER, FUNDACIÓN HERMANO PEDRO, FUSAL, UN TECHO PARA MI PAÍS, AYUDAME A VIVIR, y muchísimas más. A partir del año 2007, toda ayuda brindada por TCS se canaliza a través de Fundación TCS.

4. ¿Desde cuándo se está desarrollando la responsabilidad social empresarial en el medio? ¿para qué la realizan?

Desde los inicios de los distintos canales de televisión hace alrededor de 50 años. Se realizan las diversas acciones de responsabilidad social empresarial, ya que nuestro presidente Don Boris Eserski cree firmemente en brindarle la mano a toda persona que lo necesita, y es un principio que se nos inculca a todos acá en Telecorporación Salvadoreña, si está dentro de

nuestras posibilidades ayudar, pues con todo gusto se hace. Las necesidades son muchas, y siempre hay que estar al servicio de los menos favorecidos de nuestro país.

5. ¿Están satisfecho con los resultados obtenidos de las acciones de responsabilidad social empresarial? ¿por qué?

Estamos satisfechos con los resultados obtenidos porque se puede palpar la respuesta de los salvadoreños ante las necesidades de los demás, cuando se transmiten nuestras microprogramas de Cosas Buenas, las personas llaman para preguntar más de la fundación protagonista. También, estas fundaciones nos cuentan de los resultados positivos que han experimentado posterior a la transmisión de la microprograma en nuestros canales. Hay muchas historias de éxito.

También creemos firmemente que todas estas buenas noticias que llegamos a conocer, no podemos quedárnoslas para nosotros mismos. Es importantísimo darlas a conocer para que todo El Salvador se dé cuenta de las grandes obras y proyectos nobles que otros salvadoreños están realizando. Sería egoísta de nuestra parte no compartirlas.

6. ¿Piensan seguir invirtiendo más en lo que es responsabilidad social o mantener lo que hacen?

Si, seguiremos como hasta ahora y cada año ir innovando, siempre para poder ser de beneficio a los demás.

7. ¿Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial en El Salvador? explique.

Es muy importante que la empresa privada a toda escala, lleve a cabo

proyectos socialmente responsables, ya que nos debemos a los demás salvadoreños, así como a nuestros empleados. Es vital inculcar en todos los salvadoreños una cultura de servicio a los demás y que cada quien se responsabilice de ayudar, dentro de sus propias posibilidades.

Hallazgo de preguntas.

- TCS hace obras de RSE dentro y fuera de la Telecorporación y las da a conocer en su micro programa COSAS BUENAS.
- Pretenden que las obras de RSE desarrolladas por ellos lleguen al público Salvadoreño en general ya que consideran que ellos son su audiencia.
- Manifiesta que TCS es históricamente pionera en realizar acciones de RSE y que sus acciones no tendrán fin para beneficiar al pueblo salvadoreño que tanto ha confiado en sus buenas obras.
- TCS tiene 50 años realizando acciones de RSE al pueblo salvadoreño y su objetivo es estar al servicio de los menos favorecidos de nuestro país.
- TCS afirma estar satisfechos con los resultados obtenidos porque se puede palpar la respuesta de los salvadoreños ante las necesidades.
- TCS afirma tener un compromiso con el pueblo salvadoreño y considera fielmente mantener las obras que ayuden a la sociedad salvadoreña que no cuente con recursos necesarios para tener un desarrollo digno y apoyar en lo que les sea posible a los demás.
- TCS insta a las empresas privadas en general que deberían de comprometerse con desarrollar acciones de RSE, ya que al realizarlas no solo están cumpliendo con acciones de ley sino, es formarse una cultura de solidarizarse con los demás dentro de las posibilidades de cada empresa.

Análisis

Para TCS, la Responsabilidad Social Empresarial es fundamental en la obra que realizan a diario en pro de la comunidad salvadoreña, consideran que las RSE son acciones que deben de ser primordial para que el país tenga un desarrollo pleno.

TCS se proclama así mismo como una pionera en las RSE y como la Telecorporación comprometida con los más necesitados mediante las acciones de RSE que realiza con la FUNACIÓN TCS, dichas obras la dan a conocer mediante su micro programa COSAS BUENAS.

Consideran además que la RSE sirven para llegar a tener un trato estrecho y de hermandad con sus empleados, porque no solo realizan las obras de RSE fuera de la Telecorporación sino que la practican a diario con sus empleados a los que consideran pilares de su empresa.

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIÓN

Es así que se presenta los antecedentes históricos que en este caso corresponden ,obteniendo todo un panorama entorno al crecimiento y desarrollo de las mismas, así como de aquellos que han formado parte fundamental para su evolución; por otra parte se establecen las bases que respaldan la investigación basada en la definición de las teorías de las cuales se parte para la fundamentación del resto de la misma, y que permita en un futuro llegar a conclusiones certeras y concretas en torno al problema previamente planteado.

La apuesta se centra el fortalecimiento de todos los planes de relaciones públicas y el compromiso asumido para el crecimiento y desarrollo en las nuevas aéreas. en El Salvador la tendencia es al crecimiento ya que se visualiza un cumplimiento de los objetivos por parte de todos los involucrados y la practicidad costo beneficios queda al descubierto.

El involucramiento de los diferentes públicos muestran como hablar de Responsabilidad social empresarial en las diferentes organizaciones basándose en experiencias de éxito y cumplimiento para poder canalizar de forma más efectiva para los nuevos planes a ejecutarse.

4.2 RECOMENDACIONES.

1. Se deben ejecutar proyectos más amplios como el desarrollo de congresos masivos para la difusión de las ventajas de responsabilidad social empresarial contando con la participación de los involucrados en los planes como en las posibles empresas con deseos de iniciar.
2. Buscar capacitadores internacionales que manejen las mejores experiencias de responsabilidad social empresarial y que puedan generar un aporte enorme en el tema teórico y práctico para poder darle un rumbo al crecimiento.
3. Fundemas tiene que ampliar su cartera de proyectos para poder tener mayor cobertura de manera que ninguna organización quede afuera y se interese mucho en esta inversión para que puedan gozar de los beneficios que esta ofrece.
4. La tendencia más amplia para poder alcanzar estos objetivos son la participación amplia en proyectos de comunicación con fines de conocimiento, capacitaciones, congresos, líderes de opinión que den testimonio de experiencias de éxito y como lograrlo.

BIBLIOGRAFIA.

Carreño Martínez, R.E. & Serpas Alvarado, L.F. (2003) *Las relaciones públicas como factor de enlaces entre las organizaciones internacionales de apoyo a la sociedad salvadoreña y los medios de comunicación social*. (Trabajo de graduación para optar al grado de Lic. En Relaciones Públicas y comunicaciones) Universidad Tecnológica de El Salvador. Recuperado de:

<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157>

Orihuela, J.L. (2002) Nuevos paradigmas de la comunicación. En Chasqui. No 77. *Revista Latinoamericana de Comunicación*. Sección Opinión. Recuperado de:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Publicos-En-Relaciones-Publicas/95098.html>.

Wikipedia(2011) *Conceptos de Lobby*. Recuperado de:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Lobby>

[mitecnologico.com](http://www.mitecnologico.com) (S.F.) *Públicos internos*. Recuperado de:

<http://www.mitecnologico.com/Main/PublicosInternos>

Wilcox, D.L. & Havet, P. (2001) *Relaciones públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Editorial Addison Wesley (pp.29-160).

ANEXOS

GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE COMUNICACIONES

Carrera: Técnico en Relaciones Públicas

Temática de investigación: Presente y futuro de la responsabilidad social empresarial en El Salvador: más que un ejercicio de relaciones públicas.

Objetivo: Conocer la opinión que tiene sobre las acciones de responsabilidad social empresarial en su empresa y el futuro que usted le ve a la responsabilidad social empresarial en El Salvador.

1. Podría decirnos qué acciones de responsabilidad social hace su empresa.
2. A qué sectores pretenden llegar con las acciones de responsabilidad social empresarial.
3. La responsabilidad social empresarial para cuánto tiempo la están realizando, y porque ese plazo
4. Desde cuándo se está desarrollando la responsabilidad social empresarial en esta empresa? ¿y para que la realizan?
5. Están satisfecho con los resultados obteniendo con las acciones de responsabilidad social, ¿por qué?
6. Piensan seguir invirtiendo más en responsabilidad social o mantener lo que hacen, y cómo.
7. Qué perspectiva le ven a la responsabilidad social empresarial el El Salvador, explique.

RE: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas 1

1 destinatarios

CC: destinatarios Ti Más

CCO: destinatarios Ti

Mostrar detalle

DE:

- Ximena Robín

PARA:

- EDGAR NOE HERNANDEZ

Mensaje marcado

Jueves, octubre 27, 2011 11:12 A.M.

Cuerpo del mensaje

Estimado Edgardo, acá están las respuestas, espero le sean de utilidad para su trabajo.

Saludos Cordiales, Ximena.

De: EDGAR NOE HERNANDEZ [mailto:edgarnoehernandez@yahoo.com]

Enviado el: jueves, 27 de octubre de 2011 09:59 a.m.

Para: Ximena Robín

Asunto: Re: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas

Le ruego me disculpe se y entiendo como es su puesto pero le suplico que me ayude mi asesor no me cree que está pendiente su correo y como lo tengo que imprimir para que el jurado lo valide.

DIOS LE VA A BENDECIR MUCHO.

De: EDGAR NOE HERNANDEZ <edgarnoehernandez@yahoo.com>

Para: "xrobin@superselectos.com.sv" <xrobin@superselectos.com.sv>

Enviado: Miércoles, octubre 26, 2011 9:42 A.M.

Asunto: Tv: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas

----- Mensaje reenviado -----

De: EDGAR NOE HERNANDEZ <edgarnoehernandez@yahoo.com>

Para: Ximena Robín <xrobin@superselectos.com.sv>

Enviado: Martes, octubre 25, 2011 2:20 P.M.

Asunto: Re: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas

Gracias por la pronta respuesta, yo espero al final del día.

De: Ximena Robín <xrobin@superselectos.com.sv>

Para: EDGAR NOE HERNANDEZ <edgarnoehernandez@yahoo.com>

CC: "nhernandez@belcopr.biz.sv" <nhernandez@belcopr.biz.sv>

Enviado: Lunes, octubre 24, 2011 4:21 P.M.

Asunto: RE: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas

Estimado Edgar, con gusto te contesto al final del día mañana.

Saludos, Ximena

De: EDGAR NOE HERNANDEZ [mailto:edgarnoehernandez@yahoo.com]

Enviado el: lunes, 24 de octubre de 2011 02:31 p.m.

Para: Ximena Robín

CC: nhernandez@belcopr.biz.sv

Asunto: Universidad tecnológica Alumno de Relaciones Publicas

Súper Selectos

Si no es necesario imprimir este correo no lo haga.

Súper Selectos

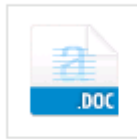
Si no es necesario imprimir este correo no lo haga.

Archivos adjuntos

Bajar todos

•

Archivos adjuntos



RESPUESTA...

RE: entrevista de responsabilidad social de utec - Bandeja de entrada - Correo Yahoo! - Windows Internet Explorer

http://es.mc297.mail.yahoo.com/mc/welcome?gx=1&tm=1319675018&rand=dlu0i0jao07kb#_pg=showMessage&sMid=1&filterBy=8

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

RE: entrevista de responsabilidad social de utec - B...

Bandeja de entrada (275)
Borrador (10)
Enviados
Es spam (8) [Vaciar]
Papelerera [Vaciar]
Mis fotos
Mis archivos adjuntos

Chat
Estoy Disponible [Ocultar]
0 Contactos en línea [Añadir]
No hay contactos conectados ahora mismo.
Comenzar una nueva conversación de chat
Configuración

IFOREX
Javier Ferran
Mi \$100 este mes se transformaron en: \$720
A 3 personas les gusta esto.
Clic aquí y sepa de otras personas beneficiadas

Eliminar Responder Reenviar Es spam Mover...

RE: entrevista de responsabilidad social de utec martes, 25 de octubre, 2011 20:35

De: "Walton de Mejia, Janira" <janira.walton@scotiabank.com.sv>
Para: "Darlin yamileth martinez" <darlymartinez85@yahoo.es>
1 Archivo (72KB)

UTEC RS...

No se ha detectado ninguna amenaza de virus Archivo: UTEC RSE.doc [Descargar archivo](#) Norton AntiVirus

Allí va.
Perdon por el atraso.
Saludos,
Janira Walton de Mejia, Manager
Public & Corporate Affairs / CSR / Sponsorships

Scotiabank | Centro Financiero | 25 Av. Norte No. 1230 | San Salvador, El Salvador
Tel: 503-2234-4537 | Fax: 503-2234-3493 janira.walton@scotiabank.com.sv

Please consider the environment before printing this email.
Antes de imprimir piense en su contribución con el medio ambiente.
Ayuda a nuestro planeta!

-----Original Message-----
From: Darlin yamileth martinez [mailto:darlymartinez85@yahoo.es]
Sent: Tuesday, October 11, 2011 7:47 PM
To: Walton de Mejia, Janira
Cc: darlymartinez85@yahoo.es
Subject: entrevista de responsabilidad social de utec

LIC.JANIRA WALTON LE ENVIO LA GUIA DE LA ENTREVISTA PARA QUE ME AYUDE A CONTESTARLAS DE ANTEMANO AGRADECIENDO EL TIEMPO QUE NOS BRIDADO PARA AYUDARNOS CON NUESTRO TRABAJO.

Internet 100% 18:26