

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS



TEMA: EL MANEJO DE LA RSE COMO ESTRATEGIA DE
RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ONG DE EL SALVADOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

MARGARITA YESSENIA GONZÁLEZ DE RIVERA
WENDY ARADENIA GUEVARA CRUZ
WENDY VERÓNICA SOLA DE MARROQUÍN

PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

ABRIL, 2018
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

PÁGINA DE AUTORIDADES ACADEMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. NELSON ALEXANDER RODAS

PRESIDENTE

LIC. FIDEL ARTURO LOPEZ EQUIZABAL

PRIMER VOCAL

LICDA. MARIA JOSE MONJARAS DE MONTIEL

SEGUNDA VOCAL

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Fidel Arturo López Eguizabal, Licda. María José Monjarás de Montiel, Lic. Nelson Alexander Rodas Reyes, a las 5:30 p.m. del Viernes, 01 de diciembre de dos mil diecisiete.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|---------------------|
| 1- Margarita Yessenia González de Rivera | Carnet 09-1652-2009 |
| 2- Wendy Aradenia Guevara Cruz | Carnet 09-3270-2013 |
| 3- Wendy Verónica Sola de Marroquín | Carnet 09-1423-2015 |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador".

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

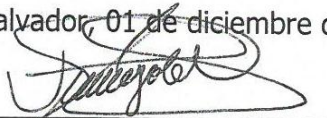
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 01 de diciembre de dos mil diecisiete.

F.



PRIMER VOCAL

Lic. Fidel Arturo López Eguizabal

F.



SEGUNDO VOCAL

Licda. María José Monjarás de Montiel

F.



PRESIDENTE DEL JURADO

Lic. Nelson Alexander Rodas Reyes

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme culminar con éxito esta etapa de preparación profesional, por ser mi guía y mi fortaleza en los momentos de flaqueza y por todas sus bendiciones que son innumerables.

Gracias a mi madre María Marta Sola, por todo el amor, sacrificio, esfuerzos y enseñanzas que siempre están conmigo y que me han guiado.

También agradezco a mi familia y esposo José Marroquín por apoyarme y motivarme siempre, a mi hija Rachel Sofía Marroquín Sola, que es quien me inspira a seguir adelante y a una persona muy especial, Ana de Vásquez, por motivarme siempre a continuar con mis estudios, por apoyarme y darme siempre ánimos.

A mis compañeras Wendy y Maggie, por cada uno de esos momentos inolvidables que vivimos durante este proceso y principalmente por su apoyo y amistad, gracias a Dios que nos permitió conocernos, compartir juntas esta experiencia y fortalecer los lazos de amistad.

Finalmente, gracias a cada uno de los docentes que a lo largo de nuestra carrera compartieron sus conocimientos y experiencias con nosotros, y a nuestra asesora, Licda. María José Monjaras, por su apoyo y orientación en la elaboración del presente trabajo.

Wendy Sola de Marroquín

Agradecimientos

En primer lugar, deseo expresar mi agradecimiento a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza, mi guía en los momentos de debilidad, por brindarme una vida llena de retos, aprendizaje, experiencia y sobre todo por hacerme comprender que todos somos capaces de lograr nuestros sueños si nuestra fe esta siempre en él.

Sin dudarlo debo agradecer y dedicar este logro a mi padre Guillermo González, quien dedico cada minuto de su vida para enseñarme y animarme siempre a luchar por mis sueños, gracias papi tus palabras, paciencia y fe que vivirán por siempre en mi corazón y en el de tus nietos.

Asimismo, debo agradecer al hombre de mi vida, mi fuerza en la debilidad y mi apoyo incondicional, gracias a mi esposo Juan José Rivera por acompañarme en cada aventura de mi vida; sin su apoyo este trabajo nunca se habría escrito y, por eso, este trabajo es también suyo.

Gracias a mi familia hermosa, a mi madre y a mis hermanas que son el motor que me impulso en los momentos más difíciles, por reír y llorar juntas, este logro es para ustedes.

Agradezco también a mis compañeras Verónica y Wendy con quien he compartido tantas experiencias y sobretodo momentos de aprendizaje, en este camino también pude conocer la belleza de personas que son y más que un recuerdo universitario queda plasmada una amistad que perdurará por mucho.

Gracias a Lic. María José Monjaras, por su orientación, atención y por el tiempo dedicado en la elaboración de este documento.

Margarita González de Rivera

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por permitirme completar esta etapa de mi vida profesional, por toda sus infinitas bendiciones y personas que puso en el camino para lograr este objetivo.

A mi familia por todo el apoyo y paciencia a lo largo de mi carrera, especialmente a mi esposo Dimas Portillo que me apoyo incondicionalmente en todas las etapas de mi carrera y me alento a seguir adelante a mi hija Dayana Portillo, que siempre estuvo conmigo y me dio fuerzas en todo momento.

Mis Compañeras: Wendy y Maggie gracias por ser las mejores compañeras, y apoyarnos en los momentos buenos malos, enojos, alegrías, tristezas, aciertos y desaciertos que pasamos juntas, sin ustedes esta experiencia no habría sido igual, conformamos un excelente equipo y le doy gracias a Dios por permitir conocerlas.

Agradezco a los licenciados y licenciadas que me apoyaron y fueron un ejemplo a lo largo de la carrera.

Finalmente agradezco a nuestra asesora Lic. María José Mojaras por su apoyo en este proceso.

Wendy Aradenia Guevara

Contenido

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema	1
1.1. <i>Antecedentes</i>	<i>1</i>
1.2. <i>Planteamiento del Problema</i>	<i>4</i>
1.3. <i>Enunciado</i>	<i>5</i>
1.4. <i>Objetivos</i>	<i>5</i>
1.5. <i>Justificación</i>	<i>6</i>
1.6. <i>Limitaciones del Estudio</i>	<i>7</i>
Capítulo II Marco Teórico	8
2.1. <i>Marco Conceptual</i>	<i>8</i>
2.2. <i>La Organizaciones No Gubernamentales</i>	<i>8</i>
2.2.1. <i>Origen de las ONG a escala mundial</i>	<i>8</i>
2.2.2. <i>Origen de las ONG en El Salvador</i>	<i>10</i>
2.2.3. <i>¿Qué es una ONG?</i>	<i>11</i>
2.3. <i>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</i>	<i>12</i>
2.3.1. <i>Origen de la responsabilidad social empresarial</i>	<i>12</i>
2.3.2. <i>Definición de RSE</i>	<i>15</i>
2.3.3. <i>La RSE en El Salvador</i>	<i>16</i>
2.3.4. <i>Norma ISO 26000: responsabilidad social</i>	<i>20</i>
2.4. <i>Las Relaciones Públicas</i>	<i>21</i>
2.4.1. <i>Origen y evolución de las relaciones públicas</i>	<i>21</i>

2.4.2. Las relaciones públicas y las ONG	23
2.4.3. RRPP y RSE: Validación de conceptos.....	24
2.4.4. Definiendo las RRPP y el uso de sus estrategias.....	27
Capítulo III Metodología.....	31
3.1. Metodología	31
3.2. Participantes	31
3.3. Método.....	32
3.4. Instrumento.....	34
3.5. Procedimiento.....	35
3.6. Estrategias de Análisis de Datos	36
Capítulo IV Análisis de Resultados	37
4.1. Análisis.....	37
4.2. Consolidado de Respuestas	37
4.2.1. Análisis pregunta 5: ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?	38
4.3. Consolidado de Respuestas	39
4.3.1. Análisis de pregunta 16: ¿Podría definirnos responsabilidad social empresarial?.....	40
4.4. Consolidado de Respuestas	41
4.4.1. Análisis de pregunta 17: Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?.....	41

4.5. Consolidado de Respuestas	43
4.5.1. Análisis de pregunta 18: ¿Para usted qué son las relaciones públicas?	43
4.6. Consolidado de Respuestas	45
4.6.1. Análisis de pregunta 19: ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?	46
4.7. Consolidado de Respuestas	47
4.7.1. Análisis de pregunta 20: ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de relaciones públicas?	48
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	50
5.1. Conclusiones	50
5.2. Conclusiones de las Entrevistas	50
5.3. Conclusiones Finales	51
5.4. Recomendaciones	53
Referencias.....	55
Anexos	58
Anexo 1. Entrevista a Fundación para la Educación Integral Salvadoreña, FEDISAL.	58
Anexo 2. Entrevista a WORLD VISION El Salvador.	69
Anexo 3. Entrevista a EDUCO.	77

<i>Anexo 4. Entrevista a Fundación Panamericana para El Desarrollo</i>	
<i>PADF.</i>	85
<i>Anexo 5. Entrevista a Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral</i>	
<i>FUSAI</i>	94
<i>Anexo 6. Entrevista a One Link Getcom S.A. DE C.V, empresa</i>	
<i>privada</i>	106
<i>Anexo 7. Entrevista a FUNDEMAS.....</i>	110
<i>Anexo 8. Entrevista a Comunicación Corporativa Ketchum, agencia de</i>	
<i>RRPP.</i>	119

Introducción

Esta investigación tiene como principal propósito de estudio, conocer si las ONG de El Salvador practican responsabilidad social empresarial como estrategia de Relaciones Públicas.

Hoy en día hablar de Relaciones Públicas se ha vuelto un tema cada vez más importante, ya que están ganando más protagonismo no solo en las empresas, sino también en las organizaciones sin fines de lucro, debido a que reconocen la importancia que tienen las relaciones públicas en sus labores, sin embargo, conocer la importancia no es suficiente, es necesario conocer su correcta aplicación, así como aquellas estrategias que pueden apoyar a desarrollar correctamente las relaciones públicas.

En esta investigación podrán identificar términos como relaciones públicas y RSE, y a pesar que a simple vista estos conceptos estén muy relacionados con la empresa privada, cada uno de ellos están en constante evolución con el fin de ser más inclusivos y por ende tener más alcance.

El capítulo I: Planteamiento del Problema. Está conformado por los antecedentes, que recopilan información sobre los temas principales de estudio, además el planteamiento del problema, donde podemos evidenciar el prop de nuestra investigación, el enunciado, que es la pregunta clave que dará

respuesta a nuestro tema de investigación, los objetivos que son parte fundamental en el desarrollo del trabajo, la justificación y limitaciones de nuestra investigación.

El capítulo II: Marco Teórico, encontramos la base teórica, conceptos y evolución de los tres principales sujetos de estudio en nuestra investigación que son: las ONG, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y las relaciones públicas.

En el capítulo III: Metodología, se describe la metodología de estudio, los participantes, en la cual se definieron criterios de selección para determinar la muestra representativa para nuestra investigación, el método, en esta investigación utilizamos el exploratorio cualitativo, el instrumento a utilizar para la recolección de la información necesaria es la entrevista a profundidad, el procedimiento a seguir y finalmente la estrategia de análisis de datos, utilizando una matriz para vaciar la información de las entrevistas a las ONG.

En el capítulo IV: Análisis de resultados, se recopila la selección de preguntas más representativas de la investigación realizada y el análisis de las mismas.

Finalmente, en el capítulo V: Se detallan las conclusiones y recomendaciones, tanto para las ONG, como también para las instituciones educativas, agencias de relaciones públicas y FUNDEMAS.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, se generó un cambio a nivel internacional, creando una nueva conciencia de cooperación e integración entre los países.

Sin embargo, siempre existieron susceptibilidades entre las dos grandes potencias que querían propagar su ideología, la Unión Soviética por su lado con el socialismo y por otro lado Estados Unidos con el capitalismo, generando diferentes proyectos para crear predominio, quedando en medio la sociedad, como la única víctima de todo este caos.

Fue en este momento histórico en el que surgieron las Organizaciones No Gubernamentales ONG, con el fin de trabajar en temas que los gobiernos de los diferentes países no podían abordar, estas organizaciones fueron creadas por grupos de personas especialistas en temas sociales, que se capacitaban para afrontar la terrible realidad de los países en vía de desarrollo.

En El Salvador las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), tienen presencia desde la mitad del siglo XX, las primeras organizaciones surgieron

como respuesta a las necesidades de los sectores más desprotegidos de la sociedad.

Según el departamento de información de Naciones Unidas una Organización No Gubernamental, es una agrupación de ciudadanos voluntarios, sin ánimo de lucro, que se organizan a nivel local, nacional o internacional para abordar temas de bienestar público; tienen una labor concreta y están constituidas por personas que comparten un mismo interés. (Departamento de Información, www.un.org)

Las actividades que realizan son muy diversas, algunas desempeñan funciones humanitarias, transmiten las preocupaciones de los ciudadanos a los gobiernos, velan por el cumplimiento de las políticas públicas, y otras se centran en temas concretos, como los derechos humanos, el medio ambiente o la salud.

A pesar de que todas las ONG comparten un compromiso social, no podemos afirmar que todas son “iguales”, ya que entre ellas existen diferencias que se relacionan con su orientación, constitución, visión y misión, una misma organización puede abarcar más de un área de acción.

Para la ejecución y puesta en marcha de sus proyectos las ONG buscan colaboración y financiamiento de gobiernos, cooperantes locales e internacionales, por lo que su tarea se ha convertido de vital importancia para la ciudadanía.

En este sentido las estrategias de Relaciones Públicas, como la Responsabilidad Social Empresarial RSE, juegan un papel importante ya que pueden marcar la diferencia entre las organizaciones con similitudes en su accionar.

La Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad es considerada una cultura de negocios que ha empezado adquirir mayor protagonismo, tanto a nivel local como internacional, porque facilita a empresas e instituciones para que tomen en cuenta las necesidades económicas, sociales y ambientales de su entorno, lo que las convierte en un actor activo en beneficio del desarrollo sostenible de la sociedad a la que pertenecen.

En El Salvador, hemos avanzado mucho con la práctica de esta estrategia, ya que las empresas están adoptando dicha forma de hacer negocios y la están incluyendo a su estrategia institucional. Como resultado las empresas e instituciones han tomado conciencia de un comportamiento más ético con sus públicos de interés.

Un último hallazgo de interés ha sido que en El Salvador al menos 4,880 entre pequeñas, medianas y grandes empresas salvadoreñas están implementando prácticas de RSE. (FUNDEMÁS, 2014)

La RSE se ha convertido en un elemento diferenciador para las empresas, en el mundo, además de ser un factor que contribuye al

fortalecimiento de las estrategias de negocios de la empresa que la realiza; hechos que poco a poco están envolviendo a las empresas salvadoreñas, quienes han comprendido que la única forma de ser sostenibles es a través del involucramiento activo en la satisfacción de las necesidades sociales, económicas y ambientales de la sociedad que los rodea.

1.2. Planteamiento del Problema

Las Relaciones Públicas ya no son solamente los parlantes de la empresa hacia el mercado, si no que están llamadas a convertirse en el micrófono del mercado hacia la empresa. Esta es la gran función y el gran desafío de las Relaciones Públicas en los próximos años. (Sitio web Expansión en alianza con CNN, 2017)

En este sentido podemos decir que las Relaciones Públicas son una herramienta que ayuda a crear la imagen de una persona, empresa u organización, a través de estrategias de comunicación, como la práctica de RSE, esta actividad se ha ido abriendo campo de manera progresiva pero consistente tanto en El Salvador como internacionalmente, ya que fortalece el crecimiento de la organización, genera una ventaja competitiva y al mismo tiempo el desarrollo de la comunidad, debido a la necesidad de establecer fuertes vínculos con su entorno.

Por lo que esta investigación pretende definir si las actividades que realizan las ONG cumplen con las características primordiales para considerarse como una estrategia de Relaciones Públicas y lograr un mayor impacto que favorezca la competitividad, credibilidad y crecimiento de la organización.

1.3. Enunciado

¿Las ONG de El Salvador implementan la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Relaciones Públicas?

1.4. Objetivos

Objetivo General:

Identificar si las ONG de El Salvador, utilizan la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Relaciones Públicas.

Objetivos Específicos:

- Conocer que acciones desarrolladas por las Organizaciones no Gubernamentales de El Salvador, pueden ser consideradas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

- Identificar si los proyectos que ejecutan las Organizaciones no Gubernamentales de El Salvador, poseen la estructura para ser considerados una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.
- Comprobar si el trabajo efectuado por las ONG en El Salvador forma parte de una estrategia de Relaciones Públicas.

1.5. Justificación

En la actualidad cuando hablamos de globalización ya no nos referimos solamente al aspecto económico, sino también a los nuevos retos y al proceso de transformación que deben tener las organizaciones para preservar su credibilidad y competitividad ante las exigencias de un entorno más demandante.

Por esta razón es cada vez más importante la labor realizada por los especialistas en Relaciones Públicas quienes se encargan de diseñar e implementar estrategias que ayudan a lograr estos objetivos.

Es por esta razón que la presente investigación busca conocer si las actividades y proyectos que realizan las ONG de El Salvador, tienen la estructura para ser considerados una estrategia de RSE.

Esta información puede ser útil para las ONG, ya que si actualmente no lo implementan y cumplen con la estructura para considerarse una estrategia de

RSE, podrán contar con el conocimiento necesario para activarla y de esta forma mejorar credibilidad e imagen ante sus stakeholders, obteniendo así mejores resultados para la organización, al mismo tiempo aumentar sus aliados estratégicos.

1.6. Limitaciones del Estudio

- Falta de conocimiento del concepto de Responsabilidad Social Empresarial en las ONG de El Salvador.
- El desconocimiento por parte de las ONG, que la Responsabilidad Social Empresarial, puede considerarse una de las estrategias de Relaciones Públicas.
- La apertura de las ONG para proporcionar la información necesaria que permita conocer la forma en que operan internamente.

Capítulo II Marco Teórico

2.1. Marco Conceptual

Para obtener una mejor comprensión de como la Responsabilidad Social Empresarial y las Organizaciones No Gubernamentales pueden relacionarse entre sí, debemos tener claros los conceptos de cada una, así como los sucesos que han marcado sus orígenes.

Además, debemos tener en cuenta que la RSE en los últimos tiempos, ha sido fuertemente vinculada con el trabajo desarrollado por estas organizaciones, por ello se investigará su relación y la forma en como puede ser considerada una estrategia de Relaciones Públicas, dentro de las ONG.

2.2. La Organizaciones No Gubernamentales

2.2.1. Origen de las ONG a escala mundial

En la década de los cincuenta se popularizó la expresión Organización No Gubernamental, surgida en el marco del nacimiento de la Organización de Naciones Unidas (ONU), que empezó a existir oficialmente el 24 de octubre de

1945, la expresión fue reiterada para distinguir su actuación de algunos organismos de índole privada a la que otorgan estatuto consultivo. (Mgarnet, s.f.)

Se pueden considerar que entre las décadas de 1970 y 1980, las ONG surgen a escala internacional, y son consideradas como instituciones que cumplen con todas las características del sector sin fines de lucro, es decir, son privadas, no gubernamentales, no lucrativas, de libre afiliación y autogobernadas, están legalmente inscritas, y cuentan con personería jurídica. Aunque legalmente se registran como asociaciones civiles. (Paiva, 2004)

En cuanto a los objetivos y funciones que cumplen, son esencialmente dos: ejercer presión en el espacio público para defender derechos comunes (ambientalismo, derechos humanos, derechos de minorías, transparencia política y anticorrupción, etc.) y/o atender carencias que el Estado no satisface (construcción de vivienda, desarrollo de empleo, asistencia social directa). Para dar algunos ejemplos, entre las ONG de alto reconocimiento internacional, podemos citar: Greenpeace con un enfoque ambiental, Amnesty Internacional, relacionada a Derechos Humanos, Médicos Sin Fronteras en atención de la salud a personas en situación de catástrofe. (Paiva, 2004)

Los puntos que podemos considerar como rasgos característicos de las ONG son: el apoyo voluntario que brindan con el fin de transformar a la sociedad, y con la motivación no lucrativa.

2.2.2. Origen de las ONG en El Salvador

En El Salvador surgen con la creación de la Cruz Roja Salvadoreña, en marzo de 1885. Fue hasta los años entre 1940 y 1950, que surgen más ONG, con el objetivo de satisfacer las necesidades básicas de la población salvadoreña, de escasos recursos económicos, a través de la implementación de proyectos.

A partir de la década de los ochenta las ONG tienen su mayor participación en El Salvador, debido al conflicto armado. En esta época tuvieron la oportunidad de operar en una forma decisiva, creciendo cuantitativamente y cualitativamente, jugando papeles de asistencia y desarrollo a las comunidades de escasos recursos, ayudando de este modo, al fortalecimiento de la sociedad civil salvadoreña. En esta época las ONG y Fundaciones se involucraron en los procesos de reinserción tanto de los excombatientes de la Fuerza Armada como de la guerrilla, y estaban involucradas en una gran diversidad de temas y asumiendo diferentes roles realizando proyectos sociales, productivos y micro financieros. A partir del año 2000, algunas de estas instituciones que apoyaron

durante la guerra fueron desapareciendo o reduciendo su ejecución por la falta de recursos, al contrario de otras, que se fueron especializando.

En el año 1996, surge la Ley de Asociaciones y Fundaciones Salvadoreñas sin Fines de Lucro, constituyéndose a las ONG bajo las figuras de Asociaciones o Fundaciones, sin fines de lucro.

En esta etapa también surgen otro tipo de organizaciones que son las fundaciones empresariales, lideradas por el sector empresarial con el propósito de que estas ejecuten proyectos sociales, inversión social, filantropía y programas de Responsabilidad Social Empresarial RSE. (FUDEMÁS, 2013)

2.2.3. ¿Qué es una ONG?

Una Organización No Gubernamental es cualquier grupo no lucrativo de ciudadanos voluntarios, que está organizada a nivel local, nacional o internacional. Con tareas orientadas y dirigidas por personas con intereses comunes, las ONG realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias, llevan los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos locales, supervisan las políticas y alientan la participación de la comunidad. Proveen de análisis y experiencias, sirven como mecanismos de advertencia temprana y ayudan en la supervisión e implementación de acuerdos internacionales. Algunas están

organizadas sobre temas específicos, tales como los derechos humanos, el medio ambiente o la salud. Su relación con las oficinas y las agencias del sistema de las Naciones Unidas difiere dependiendo de sus metas, ubicación y mandato. (Naciones Unidas, 2008)

2.3. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

2.3.1. Origen de la responsabilidad social empresarial

Para lograr entender el tema de Responsabilidad Social Empresarial, es necesario entrar en la historia y conocer su evolución.

Se dice que durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX no existía Responsabilidad Social Empresarial como tal, debido a que las distintas instituciones eran las encargadas de solventar cualquier inconveniente social que se le presentará.

En la primera mitad del siglo XX, surge la participación voluntaria por parte de las organizaciones de la comunidad y es por ello que se inicia la aceptación de la existencia de la responsabilidad de participar por el bienestar de la sociedad misma, realizando actividades filantrópicas específicas, esto se eleva a la segunda mitad del siglo XX, después de que las personas empiezan a desarrollar mayor conciencia sobre la gran capacidad que tiene la empresa

para influir en la mejora de los problemas ocasionados a la sociedad, al reconocer los daños o riesgos que ellos ocasionan a su entorno con las actividades que desarrollan, generó presión para que el Estado interviniese estableciendo normas con el fin de generar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.

En sus inicios solo se decía que las acciones que se realizaban eran conocidas como filantropía, según los historiadores afirman que el impulsor del concepto de filantropía fue el emperador romano Flavio Claudio Juliano (332–363), quien buscó restaurar el paganismo en lugar del catolicismo. Para esto, propuso la noción de filantropía en reemplazo de la caridad cristiana.

Filantropía es un vocablo de origen griego que significa “amor al género humano”. Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo cambio. Se conoce como filántropos a los sujetos u organizaciones que suelen desarrollar proyectos solidarios. (Pérez Porto & Gardey, 2013)

Hace más de 20 años especialmente en Estados Unidos se utilizaba el concepto de Corporate Philanthropy (filantropía corporativa), para designar a las donaciones que realizaban empresas a organizaciones caritativas o a grupos comunitarios, con la llegada del concepto de RSE para ser aplicado a una nueva manera de gestionar la empresa, obligó a analizar con más cuidado el

concepto de filantropía empresarial. En un inicio hubo quienes pensaron que una empresa socialmente responsable era aquella que realizaba acciones de filantropía empresarial y entonces los utilizaron como conceptos análogos o similares.

Sin embargo, muy pronto quedó claro que la RSE iba mucho más allá de las donaciones que pudiera realizar y se inscribía en una nueva gestión integral del negocio. Es decir, la filantropía empresarial era una parte de la responsabilidad social.

Al poner en práctica las actividades se concluyó que la empresa realmente no efectuaba filantropía, ya que siempre espera un “retorno” por las acciones que realiza a favor de organizaciones o comunidades. Es así como nace el concepto de “inversión social de la empresa”, ya que las acciones que realizan retornan de diferente forma para la empresa, como reconocimiento público, conocimiento de nuevas realidades, vinculación con grupos sociales desde una perspectiva diferente al negocio, mejor imagen, entre otros; a partir de esto se dejó de utilizar el concepto de filantropía empresarial, simplemente porque la empresa no hace filantropía. Pero ello no implicaba desconocer las acciones de filantropía que realizan las personas, en forma directa o a través de instituciones creadas con este objeto. (Grzbowicz, 2015)

2.3.2. Definición de RSE

La Responsabilidad Social Empresarial, también llamada por sus siglas RSE, se define como “los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes”, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. “Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible y también puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil.” (Ministerio de Educación Nacional República de Colombia, 2006)

En la actualidad, la práctica de la RSE se ha ido fortaleciendo y expandiendo, por lo que Estados Unidos y Europa dejan de ser los únicos en establecerla, hoy más países son los que la promueven y practican; existen organizaciones que se ha unido para velar por el cumplimiento y el desarrollo de las prácticas de RSE, entre las que podemos mencionar la RED Centroamericana de RSE (CARSE) que está conformada por La Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED en Costa Rica), Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS en El Salvador), Fundación Hondureña de

Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE), IntegraRSE en Panamá, Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (CentraRSE en Guatemala) y la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (UniRSE).

La elaboración de un sistema regional de medición de la Responsabilidad Social Empresarial expresa el compromiso que las organizaciones de RSE presentan respecto a la forma de concebir la responsabilidad social de la empresa en la región de Centroamérica. (Fundación Internacional para el Desafío Económico Global - FIDEG, 2011)

2.3.3. La RSE en El Salvador

El Salvador cuenta con el apoyo de la Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMAS, organización sin fines de lucro, la cual nace el 25 de mayo del año 2000, gracias a un visionario grupo de empresarios que observaron la necesidad de instaurar una organización dedicada a promover en el sector empresarial salvadoreño, la adopción de valores, políticas y prácticas de RSE para lograr la competitividad de las empresas y el desarrollo económico y social sostenible de El Salvador.

Desde sus inicios FUNDEMÁS ha impulsado la RSE entre los empresarios, sin importar el sector productivo al que pertenezca o su tamaño, y define a la RSE como la “forma de hacer negocios competitivos, permitiéndole a las empresas incorporar políticas y prácticas en beneficio de los accionistas, los colaboradores, la comunidad, el medio ambiente y su cadena de valor, a través de la adopción de medidas alineadas a su estrategia de negocios, contribuyendo así al desarrollo sostenible.”

Así mismo, FUNDEMÁS ha impulsado, en El Salvador, el concepto de la Responsabilidad Social, establecida en la Normativa ISO 26000, que se define así: “Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones causan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que; contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas o públicos de interés; que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

FUNDEMÁS impulsa la adopción de la RSE, basándose en la norma ISO 26000 y sus siete materias fundamentales:

- **Gobernanza:** Sistema de dirección de la empresa, mediante el cual se muestra el compromiso con la ética y cumplimiento de la ley, a través de la incorporación participativa de aspectos económicos, sociales y ambientales en la visión, misión, las políticas de la empresa, la rendición de cuentas.
- **Prácticas Laborales:** Son políticas y prácticas responsables dirigidas al talento humano de la empresa, que promueve el desarrollo de un clima de trabajo favorable, el equilibrio entre vida laboral y familiar, salud y seguridad ocupacional, desarrollo personal y profesional, buenos canales de comunicación, políticas de atracción y retención de talento, diversidad y no discriminación, entre otros.
- **Derechos Humanos:** Respetar los derechos humanos significa, en primer lugar, no infringir los derechos de los demás; se busca que la organización evite vulnerar los derechos, tanto a través de una aceptación pasiva, como de una participación activa. Para cumplir con la responsabilidad de respetar los derechos humanos, se requiere el ejercicio de la debida diligencia.
- **Asuntos de Consumidores:** Consiste en construir, desarrollar y mantener relaciones de confianza entre los consumidores y clientes de bienes y servicios de la empresa, así como promover relaciones basadas en la integridad, justicia y honestidad; protección de la salud y seguridad del consumidor, consumo sostenible, respeto a la privacidad de los clientes, prácticas responsables en el diseño, venta, distribución y comunicación del

producto y/o servicio, servicio al cliente, cumplimiento de garantías y el respeto a la libre competencia.

- **Medio Ambiente:** Compromiso permanente de la empresa con el uso sostenible de los recursos naturales; reducción de impacto, o aporte positivo al equilibrio que debe existir entre las operaciones de la empresa, el uso de los recursos naturales y su impacto en el medio ambiente, a través de toda la cadena de valor.
- **Participación Activa y Desarrollo de La Comunidad:** Corresponsabilidad de la empresa hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental que involucre a las comunidades cercanas y/o grupos vinculados a su actividad productiva (clientes, colaboradores, proveedores).
- **Prácticas Justas de Operación:** La empresa incentiva, valora y evalúa el comportamiento responsable de su cadena de valor, provee prácticas responsables como: entrenamiento/capacitación de sus proveedores, transferencia de tecnología y conocimiento, la incorporación de criterios de responsabilidad social en los procesos de evaluación, selección y contratación transparente de sus proveedores, además de fomentar los negocios inclusivos.
- **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. (FUNDEMÁS, 2014)

2.3.4. Norma ISO 26000: responsabilidad social.

Esta norma internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados, sin reemplazarlos. (Online Browsing Platform, s.f.)

Desde el punto de vista del alcance geográfico, es una norma global, se dirige a todo tipo de organizaciones, sin importar si operan en países desarrollados o en países en desarrollo. Es un estándar único, aplicable tanto a empresas comerciales como a instituciones públicas, sindicatos, partidos políticos, organizaciones sin ánimo de lucro.

La ISO 26000 no es una norma jurídica, de cumplimiento obligatorio. Es decir, lo que contiene son orientaciones, no requisitos. Trata de hacer operativa la Responsabilidad Social. Asiste a las organizaciones en su implementación, mantenimiento y mejora de los marcos y estructuras. (Silva, 2011)

2.4. *Las Relaciones Públicas*

2.4.1. *Origen y evolución de las relaciones públicas*

Rex F. Harlow, tras analizar 472 definiciones que abarcaban desde principios de siglo XX hasta el año 1976, realiza su propia definición: Las Relaciones Públicas son una clara función de la dirección de las empresas, que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación mutuas, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; involucra la solución de asuntos y problemas; ayuda a la organización a mantenerse informada y receptiva ante la opinión pública; define y realza la responsabilidad de la organización respecto al interés público; ayuda respecto al interés público, a mantenerse alerta para utilizar los cambios eficazmente sirviendo de sistemas de alerta anticipada para adelantarse a las tendencias; y usan la investigación y el sondeo así como las técnicas de comunicación ética como sus principales herramientas. (Esparcia, 2010)

Podemos afirmar que su nacimiento tiene lugar a principios del siglo XIX en los Estados Unidos. Sin embargo, el término fue utilizado por primera vez en 1882, en una conferencia pronunciada por un abogado Dormán Eaton en la Yale Law School bajo el título *The Public Relations and the Duties of the Legal Profession*, con motivo de la entrega de títulos a la promoción de 1882 que había finalizado sus estudios en derecho. Otros autores como Noguero, citan

precedentes más antiguos concretados en el reverendo Hoyt en 1827 que utilizaba el término con connotaciones de responsabilidad corporativa.

Asimismo, Arceo Vacas (1988: 25-27) recuerda que fue Thomas Jefferson la primera persona que utilizó el término en 1802. En 1897, la firma Westinghouse crea el primer departamento de Relaciones Públicas. En 1908 el presidente de la American Telephon and Telegraph Company, Newton Vail, utiliza el término Relaciones Públicas cuando presenta el informe anual de la sociedad.

Posteriormente se produce una paulatina apertura de agencias de Relaciones Públicas tras la primera Guerra Mundial. En 1927, el periodista John W. Hill abre su agencia en Cleveland y, más tarde, en unión con Don Knowlton funda la “Hill and Knowlton” de New York en 1933.

En el periodo de entreguerras (1919-1929) aparece la figura de Edward L. Bernays, ilustre sociólogo y psicólogo. Es autor del primer libro sobre Relaciones Públicas del que se tiene noticia en el mundo (Crystallizing Public Opinion). Además consigue introducir a la disciplina un papel más académico al entrar como materia en la Escuela de Sociología de la Universidad de New York. En gran medida, ello supone el reconocimiento de la entidad intelectual de la profesión y de su estatuto epistemológico.

Con Bernays, las Relaciones Públicas comienzan a ser estudiadas y practicadas desde criterios más científicos y no tan intuitivos. Se piensa que son una actividad que debe ser llevada por profesionales y que los criterios con los que debe actuar han de ser rigurosos y basándose en postulados de metodología científica. (Esparcia, 2010)

2.4.2. Las relaciones públicas y las ONG

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado en donde las RRPP han evolucionado positivamente, convirtiéndose en parte fundamental para las empresas y organizaciones; ya que son más integrales, permitiéndole llevar a cabo diferentes métodos comunicacionales, que incluyen desde la creación de la imagen, organizaciones de eventos, hasta estrategias para las nuevas tendencias.

En las organizaciones las Relaciones Públicas han ido ganando terreno poco a poco creando más conciencia de la necesidad de su uso, ya que muchas organizaciones en general no solo se conforman legal o jurídicamente, sino que antes son concebidas por personas naturales que tiene una visión, y un objetivo común, que los motiva a darle vida a una organización que represente estos ideales, es decir son el fruto de una relación entre personas

Podemos afirmar que estos puntos de vista en común, son la plataforma que regirán a las organizaciones más adelante en su labor y permitirá definir su misión y visión y con base a ellas serán planteadas las metas a alcanzar, sin embargo, para poder cumplirlas se necesita establecer objetivos claros.

De aquí se deriva la necesidad de crear estrategias, no solo para lograr eficiencia y eficacia, sino para mantener un orden y fijar una cultura organizacional, esto generará impacto en la imagen y reputación de cada organización.

2.4.3. RRPP y RSE: Validación de conceptos.

En la actualidad expertos dedicados a la implementación de RSE y Relaciones Públicas, indican que los conceptos son muy dinámicos por ejemplo RSE ha evolucionado notoriamente, (Cerón, 2017) Gerente de Comunicaciones de FUNDEMAS, menciona que “La RSE es una estrategia de Relaciones Públicas”, aunque este tema va más allá porque ya no se trata solo de generar imagen, el tema de RSE hoy es considerado como Sostenibilidad, ya que es parte de la gestión empresarial, es decir que debemos pensar en el impacto negativo y positivo, especialmente el negativo para poder desarrollar una empresa amigable con la comunidad, pero indudablemente las empresas también la utilizan como una herramienta de Relaciones Públicas, porque todas

quieren tener una buena reputación y quieren figurar en algo positivo. También manifiestan que toda estrategia de RSE debe tener un componente de comunicación, uno para construir una reputación e imagen favorable de la empresa u organización y dos para motivar a otras organizaciones a que también implementen este tipo de acciones.

Con la aplicación de la RSE como una estrategia de RRPP una institución, organización o empresa además de crear una imagen favorable puede ser un referente en esa área y eso genera mayor credibilidad; comentaba además que una de las grandes virtudes del concepto de la RSE, es que se puede aplicar a cualquier organización, por supuesto apegándose a las características de cada empresa u organización que las implementa, y esto se ha hecho más fuerte en los últimos años gracias a la norma ISO 26000, porque es el estándar global sobre Responsabilidad Social, incluso si lo notan se llama ISO 26000 Responsabilidad Social, no Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, y es porque se creó consensuada en diferentes países y hasta el momento ha sido la única en tener récord en participación de varios países, para establecer los lineamientos que las organizaciones deberían de aplicar para ser un agente de cambio dentro de su sociedad, se suprimió la palabra empresarial, porque lo que la norma busca es ser más inclusiva y aplicada tanto en empresas, universidades, fundaciones e incluso instituciones públicas, según lo antes mencionado y si nos ubicamos en el ámbito de las ONG

Se pueden aplicar la RSE, uno bajo esa naturaleza respetando su naturaleza respetando los principios por los cuales se originó su misión y visión, contribuir a la sociedad, dos la mayoría por no decir el cien por ciento de las ONG reciben apoyo financiero de entidades empresariales y de organizaciones internacionales, y que es lo que demandan estas organizaciones cuando hacen una donación, que ese fondo sea utilizado para lo cual se está acordando y partiendo que si esa ONG si quiere mantener ese apoyo y relación debe de partir del principio que está incluido en la Gobernanza que es transparencia, es decir hacer uso eficiente de los recursos que está recibiendo, para su impacto social.

Sin embargo, la representante de la agencia de Relaciones Públicas, Marta Sigaran de Communication Corporate Ketchum indica que las ONG no realizan RSE como estrategia de Relaciones Públicas, ya que las ONG tienen un fin social y son una herramienta para las estrategias de RRPP de las empresas, indicando que la RSE ha sido diseñada como su palabra lo dice “para las empresas” y las ONG son un canal para poder desarrollarla. (Sigaran, 2017)

Por otra parte Xóchitl Batres, Asistente de Bienestar y Beneficio de Onelink Getcom empresa que práctica RSE manifiesta que la empresa privada se enfoca en el tema de las Relaciones Públicas y la RSE, ya que para ellos el papel que realizan las RRPP en conjunto con las ONG, es fundamental para el

correcto funcionamiento e implementación de labor social que ellos realizan a favor de la comunidad y es casi imposible poder desarrollarla sin el trabajo en conjunto. (Batres, 2017)

2.4.4. Definiendo las RRPP y el uso de sus estrategias

Sabemos que las Relaciones Públicas son la suma de varias acciones de comunicación planteadas de forma estratégica, y uno de sus principales propósitos es fortalecer vínculos entre organización y su público meta para entender más a detalle se definirán algunos conceptos:

Estrategia, es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, es la manera que nos permitirá obtener lo que nos proponemos es la consecuencia de los objetivos centrales planteados por la organización, acá coinciden el diagnóstico realizado, la definición de objetivos, la selección de audiencias y mensajes y el presupuesto disponible.

A su vez, la estrategia de Relaciones Públicas marca el camino que tomaremos para generar los efectos persuasivos planteados en los objetivos, en un plazo razonable que garantice continuidad en el esfuerzo y coherencia en los mensajes. Por ese motivo se debe plantear una línea comunicativa constante basada en la esencia de la organización, sus valores, creencias y

propósitos. La estrategia es intrínsecamente honesta y transparente, de modo que pueda sostenerse en el tiempo.

Táctica, son distintos planes que generan metas específicas, que se concretan a través de acciones puntuales, limitadas en el tiempo y fácilmente medibles, además de ser acciones que se llevaran a cabo para avanzar hacia el logro de los objetivos, como parte de uno o más planes. (Wrobel, 2015)

Para tener claro el proceso de cómo se cumplirán las metas y objetivos es necesario crear con un plan que contenga las reglas y elementos suficientes que definan el proceso.

Este proceso se puede crear con base a estrategias de Relaciones Públicas y para plantearse se debe responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiero lograr?, aquí se definirá la meta que se pretende cumplir con la estrategia, se debe tener en cuenta que los detalles acá son muy importantes.
- ¿Con quién tengo que comunicarme para lograrla?, acá se define el público meta.
- ¿Cómo establezco contacto con mi grupo meta?, esta pregunta obedece al plan de comunicaciones.

Con base a lo anterior pretendemos indagar si las ONG implementan programas de Relaciones Públicas como instrumentos comunicacionales, o si por el contrario no lo hacen.

Las organizaciones no gubernamentales están conscientes que los datos que presentan son en parte el reflejo de su trabajo y el resultado de los programas y proyectos que ejecutan, y la comunicación debe ser eficaz en cuanto a mantener y generar nuevos vínculos que sumen en su desarrollo, es aquí donde la Relaciones Públicas, toman mayor protagonismo.

Un hallazgo importante para los antecedentes de la investigación es la creación la Red de Sostenibilidad del Tercer Sector en España, la cual ha sido impulsada por ECODES y la Fundación Pere Tarrés, ambas españolas, dicha red tiene como objetivo constituir en tres años una red de 50 entidades del tercer sector para la inclusión de criterios de responsabilidad social en las organizaciones para mejorar su competitividad y eficiencia.

Dicha red ha considerado los criterios de RSE los cuales son tres: la eficiencia en la gestión de recursos, la sostenibilidad económica y financiera, y la medición del impacto social y ambiental como forma de dar cuenta a la sociedad del trabajo de las entidades sociales.

Para realizar nuestra investigación estos tres criterios serán un punto de partida para determinar si las ONG en El Salvador implementan la práctica de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Relaciones Públicas o si únicamente realizan sus proyectos como su razón de ser, sin ninguna planificación estratégica de los mismos.

Capítulo III Metodología

3.1. Metodología

Para nuestra investigación la práctica de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador es necesario entender y conocer cómo actúan las Organizaciones No Gubernamentales en el desarrollo de la RSE, la forma en la que ejecutan y dan a conocer los programas y proyectos y si estos son apoyados o concebidos dentro un plan de Relaciones Públicas.

3.2. Participantes

Para poder determinar los participantes de esta investigación fue necesario establecer criterios que permitieran seleccionar una muestra representativa organizaciones no gubernamentales que existen actualmente en El Salvador. Entre los criterios que se definieron fueron los siguientes:

- Que la ONG cuente con proyectos en ejecución, esto con la finalidad de que sea una organización activa, siendo un referente del trabajo que actualmente realizan y la manera en que ejecutan sus proyectos.

- Que se encuentre ubicada en la zona metropolitana de San Salvador, sabemos que muchas organizaciones tienen incidencia a nivel nacional y en algunos casos en zonas más vulnerables, sin embargo para efectos de esta investigación se tomaran en cuenta únicamente aquellas en las que su sede se encuentre domiciliada en San Salvador.

Con base a lo anterior se realizó un mapeo de organizaciones no gubernamentales y se seleccionó de forma aleatoria holística cinco ONG, las cuales se detallan a continuación:

Organización	Siglas	Ubicación
Fundación para la Educación Integral Salvadoreña	FEDISAL	Calle el Boquerón y Avenida Manuel Gallardo, Santa Tecla, La Libertad.
WORLD VISION	-	222 El, Avenida Bernal, San Salvador.
EDUCO	-	3a Calle Poniente Shafick Handal, San Salvador.
Fundación Panamericana para El Desarrollo	PADF	3º Calle Poniente N° 3986, Colonia Escalón, San Salvador.
Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral	FUSAI	Calle Nueva N° 1 casa 3733, Colonia Escalón, San Salvador.

3.3. Método

Método se considera la estrategia concreta e integral de trabajo para el análisis de un problema o cuestión coherente con la definición teórica del

mismo y con los objetivos de la investigación. (III Taller Seminario de Investigación , 2013)

El método a utilizar es la presente investigación es exploratoria cualitativa, este se utiliza en casos muy poco investigados y busca recopilar información principalmente verbal en lugar de mediciones, permitiendo analizar la información de una manera interpretativa y subjetiva e incluso llegar a diagnosticar la problemática. (EXPLORABLE, 2017)

Tomando en cuenta que esta investigación tiene como objetivo principal identificar si las ONG de El Salvador, utilizan la práctica de la RSE como estrategia de relaciones públicas, se ha seleccionado la investigación exploratoria cualitativa, ya que en la actualidad se cuenta con poca información como antecedentes que puedan brindar referencia del tema.

Por ello se pretende obtener la mayor cantidad de información por parte de las organizaciones que nos puedan brindar información para generar teorías que sustenten o no el objetivo de la investigación.

Este método permitirá un mayor acercamiento con los sujetos de estudio, ya que la información se recolectará por medio de cuestionarios con preguntas abiertas que nos permitirán conocer a profundidad a las organizaciones, quienes son sus aliados estratégicos, si cuentan con el conocimiento necesario

para la aplicación adecuada de las estrategias de RRPP y cuáles son las que practican según su criterio.

3.4. *Instrumento*

Un instrumento de investigación es un soporte el cual recoge la información necesaria relacionada con las variables del estudio. (Oliveira)

Podemos decir que el cuestionario es una herramienta que se utiliza por quien investiga para recolectar la información de la muestra seleccionada y para la presente investigación se utilizará dicho instrumento

Cuestionario se define como un grupo de preguntas sobre temas relevantes e importantes que se están evaluando en una investigación.

Las preguntas que contempla el cuestionario son de carácter abierto, ya que es necesario conocer a profundidad la labor, experiencias, concepción de proyectos y programas de las ONG, así como la actividad interior de cada organización, además de obtener información de la percepción que las ONG tienen sobre los beneficios y ventajas de la implementación de estrategias de Relaciones Públicas en su imagen y credibilidad.

El cuestionario será utilizado en entrevistas personales a cada una de las personas contacto de las ONG.

3.5. *Procedimiento*

El proceso para realizar esta investigación inició con la recopilación de información en libros de texto, documentos, páginas web, y profesionales en las ramas de RRPP y RSE orientados a nuestro tema de investigación, que permitieron obtener las teorías, puntos de vista e información general del origen y evolución tanto de las organizaciones no gubernamentales como de la responsabilidad social empresarial y relaciones públicas, así como conceptualizarlas e indagar de qué forma se conectan entre sí.

Dicha información también nos permitió obtener una serie de criterios que servirían para seleccionar la muestra representativa de las organizaciones no gubernamentales a las cuales se entrevistarán y como referencia para validar nuestro tema de investigación.

Luego se procedió a redactar los cuestionarios para las ONG, los cuales integran preguntas que validaran los objetivos de la investigación, y las teorías recopiladas.

Posteriormente se procederá a realizar el contacto con las organizaciones seleccionadas, manifestándoles que serán sujetos de estudio para una investigación, se fijará la fecha de la entrevista y se procederá a la recolección de la información.

Finalmente con la información obtenida se procederá con el vaciado en las matrices para su análisis final.

3.6. Estrategias de Análisis de Datos

Para llevar a cabo el análisis de datos se realizará por medio de una matriz para vaciar la información de las entrevistas a las cinco ONG.

De todas las preguntas contenidas en el cuestionario, se seleccionarán aquellas preguntas que serán consideradas claves y que permitirán obtener una respuesta a la problemática de esta investigación, por lo que el análisis realizado a cada una de ellas se hará detalladamente, sin embargo las preguntas no seleccionadas como claves brindaran insumos importantes que permitían por una parte validar las preguntas seleccionadas y por otro aportar a dar respuesta a nuestro objetivo de investigación.

Capítulo IV Análisis de Resultados

4.1. Análisis

A continuación se recopila la selección de preguntas más representativas de la investigación realizada, y posteriormente con base a los resultados obtenidos se observa un análisis que contienen el detalle de las cinco respuestas por parte de las Organizaciones no Gubernamentales.

4.2. Consolidado de Respuestas

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
Nuestros proyectos se orientan a la educación, llevar oportunidades a jóvenes vulnerables, fortalecer la educación superior a través de becas y las actividades laborales, y justamente esa es nuestra misión.	Como lo indica nuestra misión, tenemos como centro a Dios, esto genera un plus en la ejecución de nuestros proyectos, ya que no son asistencialistas, porque nuestros modelos de intervención comprenden entre 15 y 20 años de actividad, para que con el pasar de los años los proyectos sean autosostenibles, empoderar a cada persona, para cuando la organización ya no esté en campo, ellos puedan continuar con los conocimientos que les impartimos.	Todos los proyectos de nuestra organización están orientados a cumplir los derechos de los niños y niñas, enfocados en la educación, participación y protección de cada uno de ellos.	La visión de PADF, es una visión bastante centrada en la atención y desarrollo de capacidades de las organizaciones de la sociedad civil, en temas que van desde derechos humanos, los sistemas electorales y la atención a desastres, entre otras.	En la ejecución de nuestros proyectos no fomentamos el asistencialismo, siempre tiene que haber una contribución por parte de cada persona, pero que beneficie a la comunidad, no buscamos que nos beneficie a nosotros como organización, desarrollamos proyectos no por ganar dinero, pero tampoco para perderlo.

4.2.1. Análisis pregunta 5: ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

De las cinco organizaciones investigadas, dos están orientadas al tema de educación, una a la defensa de los derechos humanos de colectivos vulnerables, otra a la protección de los derechos de los niños, y finalmente tenemos una dedicada a la creación de empresas con o sin fines de lucro.

Cada organización compartió su misión y visión, así como el significado y la interpretación de la misma en la labor social que realizan, de hecho queda evidenciado en los proyectos que cada ONG en ejecuta está inmersa la filosofía en la que creen y es la brújula que dicta el camino a seguir.

Se puede concluir que cada organización tiene muy clara la razón que el origen, así como la forma en que sus proyectos están ligados a su misión y visión como parte de su labor social.

4.3. Consolidado de Respuestas

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social Empresarial?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de valores que toda persona posee y desarrolla a lo largo de tu vida, que te sirve para impactar a tu alrededor, en el caso de empresas es lo mismo, pero conectado a los valores de la empresa. Es como yo como empresa, tengo un impacto positivo en la sociedad donde yo desarrollo mis acciones, los bancos son los que más o menos unen sus valores y su misión para desarrollar Responsabilidad Social Empresarial, pintar una pared nada más, no es Responsabilidad Social Empresarial. La RSE implica que la empresa aporta de su dinero para invertir en algo positivo, que puede ser tiempo de empleado, donaciones, etc.	Es la forma en que las empresas colaboran con las comunidades, en el contexto social que vivimos como país, en todas las comunidades donde hay una empresa existe una necesidad y la empresa privada tiene la opción por medio de RSE de suplir esas necesidades, la empresa privada es un aliado para nosotros.	En resumen, es hiciste daño tienes que repararlo, es el compromiso que se tiene de manera individual o una entidad como la nuestra de ayudar a otros o de tratar de contribuir al desarrollo de su sociedad y la forma de contribución lo decide la organización. Para esto es importante que reconozcamos la necesidad y de esta forma contribuir a mejorarlo.	La obligación que tiene un ciudadano, una organización o una entidad del Estado de tratar de sumar esfuerzos para el desarrollo de su comunidad.	Para muchas empresas, RSE implica que parte de sus utilidades y excedentes les facilita el no pago de impuesto, pero lo ven como un regalo, hacen una intervención porque hay que ayudarle a la gente, pero yo creo que hay diferencia en tener un Programa de Responsabilidad Social porque no es filantropía, la mayoría de empresas piensa eso, pero nosotros creemos que es apoyar a los segmentos, indistintamente de los criterios que usted decida apoyar, pero en función de apoyo para que eso sea una instancia generadora de una dinámica que dé continuidad.

4.3.1. Análisis de pregunta 16: ¿Podría definirnos responsabilidad social empresarial?

Cada organización expresó su definición de Responsabilidad Social Empresarial, desde el punto de vista de la persona entrevistada, pero ligada a la mentalidad que tienen como parte de una organización sin fines de lucro a la que pertenece.

Se identifica que las organizaciones concuerdan en dos puntos, el primero es que la Responsabilidad Social Empresarial es una forma de colaborar, apoyar y/o sumar esfuerzos en pro de la comunidad o sociedad, y dos, que es más común que esta práctica sea realizada por una empresa o entidad con fines de lucro.

4.4. Consolidado de Respuestas

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
Todavía no, porque estamos creando todo el plan donde podamos impactar positivamente la comunidad en la que habitamos, que es Santa Tecla, tenemos que enfocarnos en nuestros valores para saber qué debemos hacer, y como lo vamos hacer orientados por nuestra misión y visión y que esta iniciativa nos ayude a posicionarnos.	Sí, considero que realizamos RSE porque nosotros donamos nuestro tiempo como empleados, para apoyar a los proyectos que World Vision ejecuta en la comunidad, y este tiempo es fuera de nuestras horas laborales, y nos da satisfacción ver que podemos apoyar.	Nuestra naturaleza es justamente eso, no tenemos un fin lucrativo nuestro fin es social, nuestros proyectos no venden, lo que se hacen es acudir a personas altruistas de buen corazón, llegar a ellos y decirles nosotros vamos a ser los administradores de esos fondos y les aseguramos que todo se realizará con transparencia. Es dinero para ayudar a otros, realmente somos instituciones sociales.	No somos una organización con fines de lucro, somos una organización sin fines de lucro, considero que esta organización cumple con una función social vinculada al empoderamiento, protección y defensa de los derechos humanos de poblaciones en condiciones de vulnerabilidad, estamos haciendo una función social y asumiendo una responsabilidad social de desarrollo dentro de la comunidad.	Lo que pasa es que en las ONG lo veo difícil porque no somos una organización con fines de lucro y la RSE vienen de designar parte de los ingresos que la empresa genera para apoyar los ámbitos sociales que ellos quieren impulsar a través de programas, entonces nosotros por ende no.

4.4.1. Análisis de pregunta 17: Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?

Para dar respuesta a esta pregunta las organizaciones se basaron en tres criterios comunes, primero que la naturaleza de cada ONG es meramente social lo cual implica apoyar a la comunidad, segundo que los financiamientos que reciben de terceros son utilizados exclusivamente para apoyar la ejecución

de proyectos que apoyan a la comunidad, por lo tanto, cumplen una función social, y tercero que el tema de RSE no se apega con las ONG.

Por otro lado, una de las cinco organizaciones asegura que sí realizan RSE; ya que donan parte de su tiempo para apoyar a los proyectos sociales que ellos ejecutan.

Ahora bien, cada organización a lo largo de las entrevistas manifestó que por su naturaleza se vuelven un brazo ejecutor de la RSE de las empresas con fines de lucro que quieren apoyar al desarrollo de la comunidad que los rodea, sin embargo algunas comentan que no consideran que sea practica de RSE ejecutar estos proyectos porque por un lado es un compromiso que les solicita el donante o empresa que financia dicho proyecto, y por otro lado porque son fondos de terceros no propios de la organización.

4.5. Consolidado de Respuestas

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
El término de Relaciones Públicas en los últimos 50 años ha cambiado, pero se puede decir que son líneas estratégicas o un grupo de líneas estratégicas que te ayudan a posicionar a tu empresa a través de los medios de comunicación con tus públicos de interés, pero este concepto está evolucionando muy rápidamente, y muy pronto puede que cambie.	Es un medio de vida porque sabemos que aunque tengamos los fondos para ejecutar un proyecto, sin otros actores que nos apoyen no lo podríamos ejecutar, necesitamos nutrir las relaciones con los otros actores de la sociedad.	Es la forma de mantener las relaciones con los stakeholders, es esa construcción de mensajes, creación de programas planes específicos para mantener las relaciones con tus públicos de interés, contribuyendo a que la imagen de tu organización tenga buena reputación y que sea reconocida, pero un reconocimiento positivo y no negativo.	Es un elemento necesario dentro de las organizaciones muy vinculado a la visibilidad, a la comunicación, a la divulgación del quehacer de la organización, con el fin de generar una identidad interna dentro de la organización y por otra parte una proyección de la labor hacia afuera, hacia terceros.	Son una habilidad que el ser humano desarrolla, para poder interactuar con distintos sectores de la población, indistintamente de su condición económica, de su formación y del ámbito de su trabajo. Es una destreza para comunicarse en diferentes vías, que apertura canales que permiten sumar esfuerzos, crear alianzas y socios, lo que facilita la confianza entre personas y organizaciones, para mí es un arte que permite interactuar.

4.5.1. Análisis de pregunta 18: ¿Para usted qué son las relaciones públicas?

Según las personas entrevistadas de las organizaciones, se identificaron puntos en común que generan un concepto.

Concuerdan en tres puntos, primero que las relaciones públicas es sin duda una herramienta para la organización que facilita la comunicación con los diferentes públicos de interés; segundo, ayudan al posicionamiento de la organización, contribuye a la imagen y al reconocimiento y tercero, se crean alianzas estratégicas.

Podemos decir que las organizaciones conceptualizan a las relaciones públicas como una herramienta que facilita la comunicación con los públicos de interés, y que contribuyen al posicionamiento de una organización porque ayudan a la construcción de la imagen y reconocimiento, y generan la creación de alianzas.

4.6. Consolidado de Respuestas

19. ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
Para mí lo primero es el impacto que generar al público interno, porque si todos nosotros hacemos acciones hacia fuera que ayuden con la mejora, nuestros empleados se sentirán orgullos de su institución, después la comunidad y después tendría un buen impacto mediático, pero si este último punto lo pongo como primero ya no es responsabilidad social lo que estoy buscando si no que relaciones públicas.	Internamente nos favorece la práctica, es retribución para nosotros ir a las comunidades y ver el fruto que tiene trabajo en el campo.	Claro, que sí favorece la imagen institucional.	Puede favorecer de diferentes formas, pero creo que la principal es, en la imagen institucional.	Yo creo que evidentemente que sí, le voy a poner un ejemplo, porque apoyamos nosotros a UNILEVER, porque ellos si tienen todo un programa de RSE, y ellos lo vinculan a un mejoramiento de vida sostenible, entonces eso es un proceso, para ellos eso es buscar una alianza con organizaciones que saben hacer el tema social, porque ellos son expertos en el área comercial, entonces no lo hacen directo vinculan y suman con otros aliados, y por supuesto dan a conocer sus productos y de alguna forma dan a conocer que están en alianza con nosotros para apoyar a mujeres por medio de este proyecto, para ellos si es estrategia de relaciones públicas.

4.6.1. Análisis de pregunta 19: ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

El 100% de las organizaciones concuerdan que la práctica de la RSE favorece a una organización en su imagen y reputación, tanto al interior, como en la forma en que se proyecta.

Además indican que cuando se considera que una organización es socialmente responsable, esto se traduce en que las acciones que realizan son basadas en principios éticos, que las acciones internas poseen un impacto favorable para sus empleados y además favorecen al mejoramiento de una forma sostenible de la comunidad.

Una de las organizaciones manifestó que realizan voluntariado en los proyectos sociales que la organización ejecuta, y que esto les ha favorecido internamente ya que los colaboradores desde sus puestos de trabajo se interesan más en apoyar el accionar de estos proyectos porque han visto el impacto que realizan en la comunidad, lo cual les ha generado más compromiso con la institución.

Podemos concluir que las organizaciones tienen muy claro que la Responsabilidad Social es una práctica que favorece en muchos aspectos y no solo a la comunidad sino también a la organización que la práctica.

4.7. Consolidado de Respuestas

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de Relaciones Públicas?				
Organizaciones Entrevistadas				
FEDISAL	WORLD VISION	EDUCO	PADF	FUSAI
En El Salvador si, por que existen instituciones que tienen unidades de RSE que buscan una tan sola cosa, posicionar el nombre de la empresa, esa unidad debería de tener otro nombre "Comunicaciones o Relaciones Públicas", porque si tu objetivo principal para hacer responsabilidad social empresarial es posicionar a tu empresa, tú estás haciendo comunicación, estás haciendo mercadeo, tú estás haciendo Relaciones Públicas, no estás practicando RSE. Para practicar RSE primero impacta internamente, tu entorno y eso te va llevar a posicionarte pero como último objetivo, sino están maquillando algo de la institución que al final lo que busca es rentabilidad.	El voluntariado que hacemos los empleados en los proyectos que World Vision desarrolla, no lo damos a conocer fuera de la organización, solo lo hacemos internamente, porque se puede pensar que es parte de "nuestro trabajo", pero no es así porque apoya el área administrativa, contabilidad, entre otros, que no somos de proyectos, donamos nuestro tiempo en día sábado y nosotros trabajamos de lunes a viernes y esto da una gran satisfacción para los empleados saber que nuestro trabajo da frutos.	Claro que sí, buscas generar empatía y que la gente te reconozca a través del trabajo social.	En el caso del sector empresarial, es una estrategia de Relaciones Públicas, para mejorar el entorno. Nosotros no lo pensamos como una estrategia, la diferencia es que en el caso de una institución que busca el lucro, tiene que tratar de generar capacidades para atender otras situaciones adicionales a la labor que hace la empresa, porque en definitiva están más focalizadas en el rendimiento financiero, en el caso de una organización no empresarial, nuestro enfoque no es generar dinero, ni generar productos, nuestro enfoque es generar capacidades en la población, empoderar para la defensa de los derechos humanos, y eso desde el punto de vista de la RSE es una de las múltiples acciones que se pueden hacer en esa labor, la diferencia es que para nosotros es nuestra función y en el caso de las empresas es un elemento accesorio a la actividad empresarial o complementario a su actividad.	Como no practicamos no podría opinar para nosotros, pero para las empresas definitivamente sí es una estrategia que los ayuda a posicionarse ante su competencia.

4.7.1. Análisis de pregunta 20: ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de relaciones públicas?

Las organizaciones han coincidido en que si es una estrategia de relaciones públicas la práctica de la RSE, pero como estrategia aplica más para empresas con fines de lucro porque lo realizan como una acción secundaria a su actividad principal, el apoyar el desarrollo de la comunidad para las empresas también tiene como resultado el posicionamiento y reconocimiento. En cambio, una ONG apoya el desarrollo sostenible de la comunidad porque es su mandato, su actividad, su función y razón de ser.

Los representantes de las organizaciones aseguraban que las ONG y las empresas pueden aliarse para apoyar a una misma comunidad, pero incidir de diferente forma, por un lado la empresa aporta los fondos para desarrollar el proyecto, pero pueden existir varios factores de interés; que se conozcan y adquieran sus productos o servicios, que se dé a conocer que la empresa apoya al desarrollo de una comunidad, o llegar a zonas a las que no tienen acceso para vender sus productos o servicios, de una forma indirecta se podría decir que siempre se considerara una forma de hacer negocio.

Por otro lado la ONG que ejecute el proyecto; en función de su propósito social, tendrá como finalidad desarrollar capacidades que puedan hacer auto

sostenibles a la comunidad, es decir empoderarla, y no tienen como propósito dar a conocer algún producto o venderlo.

Los que nos permite resumir que ambos sectores son necesarios para la ejecución de la RSE, pero cada uno lo enfoca a su función y propósito.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Como resultado de la investigación de las cinco ONG sobre la práctica de RSE como estrategia de Relaciones Públicas podemos consolidar las siguientes conclusiones.

5.2. Conclusiones de las Entrevistas

- Para las Organizaciones no Gubernamentales la esencia del concepto Responsabilidad Social Empresarial, es el aporte que las entidades empresariales brindan para una causa social, que esté enfocada con sus públicos de interés y que tenga relación con sus actividades, sin embargo, en esta línea también indican que las empresas tienen el objetivo de ser rentables y por ende enfocarán dicha práctica en generar un beneficio ya sea económico o de reconocimiento a su favor.
- Por ello las ONG consideran que la práctica de RSE es más enfocada a las empresas con fines de lucro y no en las ONG, que su labor es social.
- Según las ONG la práctica de las RSE como estrategia de RRPP la aplica la empresa privada ya que ellos dan a conocer estas acciones, con un fin adicional de generar un beneficio a la empresa, y las ONG son

las que ejecutan los proyectos en muchos casos patrocinados por las empresa privada.

5.3. Conclusiones Finales

- En la actualidad el tema de Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado con el propósito de ser más inclusivo con el abanico de organizaciones y entidades que existen. Es por ello que el término que se utiliza hoy en día es Responsabilidad Social, y se ha suprimido la palabra “Empresarial” porque no es una práctica exclusiva de las empresas ya que, el objetivo de la responsabilidad social es contribuir a un desarrollo sostenible.
- Podemos concluir que las ONG y la empresa privada son una base fundamental en el desarrollo sostenible de la comunidad, ya que ambos son aliados estratégicos, que permiten desarrollar de manera integral la RSE, y están orientadas a satisfacer las diferentes necesidades latentes de la comunidad, sin embargo pese a que ambas entidades tienen un misma meta la cual está dirigida al desarrollo de la comunidad. La ONG lo hace porque es su principal actividad la función por la cual nació, en cambio la empresa privada la utiliza como estrategia de RRPP porque su fin no solo es beneficiar a la comunidad, sino posicionarse, mejorar y mantener la imagen, además de generar ingresos.

- Las ONG, no consideran que actualmente estén ejecutando prácticas de RSE porque creen que el concepto se enfoca a la empresa privada, sin embargo, según la investigación realizada esto podría cambiar, ya que el concepto ha evolucionado a ser Responsabilidad Social, permitiendo que esta práctica se vuelva más inclusiva con organizaciones que no tienen un fin lucrativo.
- Un hallazgo importante de la investigación es la identificación de una serie de criterios básicos que pueden ser aplicados a las ONG, para considerar que dentro de su labor social si pueden ser ejecutores de prácticas de Responsabilidad Social, los cuales son:
 - Respetar la naturaleza con la cual fueron creadas, es decir actuar acorde a su misión y visión.
 - Cumplir con el principio de transparencia.
 - Desarrollar actividades que apoyen y benefician a sus colaboradores.
- Tomando de referencia los criterios antes mencionados, podemos decir que las ONG investigadas están desarrollando algunas actividades que pueden considerarse como el primer paso para la práctica de la Responsabilidad Social, esto se afirma porque se detectó que en las organizaciones entrevistadas, los colaboradores forman parte de un segmento importante dentro de la misma, ya que reciben prestaciones

adicionales a la ley como seguro médico privado, se desarrollan sus capacidades con capacitaciones continuas, se benefician con el pago de los celulares institucionales, viáticos, entre otros incentivos que logran establecer un buen sentido de pertenencia entre organización y colaborador, todo esto acorde a la capacidad instalada y financiera de cada organización.

- Se identificó que las organizaciones investigadas se apegan al mandato que rige su misión y visión y enfocan sus proyectos en ello.

5.4. Recomendaciones

- Que las ONG conozcan que el término de RSE ha evolucionado a Responsabilidad Social con el objetivo de incluir a organizaciones como ellas, sin fines de lucro para que lo practiquen.
- Que las universidades a nivel nacional, dentro de las cátedras correspondientes actualicen los conceptos ligados a las Relaciones Públicas.
- Que Fundemas desarrolle actividades que impulse y promueva a las diferentes organizaciones, la actualización continua de los conceptos ligados a la RSE.

- Que las agencias de Relaciones Públicas, realicen planes acciones que promueven las actualizaciones ligadas a los términos de RSE Y RRPP, con el objetivo de tener mayor alcance y mantenerse a la vanguardia con sus servicio y posicionamiento interno como externo.

Referencias

- Argandoña, A., & Silva, R. (2011). *ISO 26000, una Guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. Recuperado de https://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf
- Centro de información de las Naciones Unidas. (2008). *¿Qué es una ONG?* Recuperado de <http://www.cinu.mx/ongs/index/>
- D. Rivera, M. (2017, octubre). [Entrevista con Xóchilt Batres, Asistente de Bienestar y Servicio de One Link Getcom: *Información sobre la aplicación de la RSE*]. Grabación de audio.
- Definición. DE. (2013). *Definición de filantropía*. Recuperado de <https://definición.de/filantropia/>
- Díaz Rivas, T. (2007). La región Centroamericana promueve la RSE. *El Observador Económico*. Recuperado de <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1137>
- Esparcia Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. Málaga: Instituto de Investigación de Relaciones Públicas. Recuperado de http://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf.
- Expansión en alianza con CNN. (2017). *Las relaciones públicas serán el micrófono del mercado hacia la empresa*. Recuperado de <http://expansion.mx/opinion/2017/07/20/opinion-las-relaciones-publicas-seran-el-microfono-no-del-mercado-hacia-la-empresa>

Explorable.com. (2017). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado de <https://explorable.com/es/investigacion-cuantitativa-y-cualitativa>.

Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMAS. (s.f.). *Aporte de las Fundaciones y Organizaciones*. San Salvador: FUNDEMAS.

Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMAS. (2014). *¿Qué es la RSE?*. Recuperado de <http://www.fundemas.org/rse/definición>.

Guevara, W. (2017, octubre). [Entrevista con Luis Cerón, Gerente de Comunicaciones de FUNDEMAS: *Información sobre RSE*]. Grabación de audio.

Marin, L. (2012). Los instrumentos de recogida de información. Recuperado de <http://ocw.um.es/transversales/utilizacion-del-podcast-como-recurso-educativo-en/material-de-clase-1/ii-07-los-instrumentos-de-recogida-de-informacion.pdf>

Ministerio de Educación Nacional República de Colombia. (2006). *Responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>

Online Browsing Platform. (2010). *ISO 26000 Guía de responsabilidad social*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es:sec:4>

Paiva, V. (2004). ¿Qué es el tercer sector?. *Revista científica de UCES*. Recuperado de http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/346/1/Qu%C3%A9_es_el_tercer_sector.pdf.

Plataforma del Voluntariado de España. (2014). *Plan Estratégico de la Plataforma el Voluntariado de España*. Recuperado de http://ibdigital.uib.es/greestone/collect/portal_social/index/assoc/pve0002.dir/pve0002.pdf

Sola, W. (2017, octubre). [Entrevista con Marta Sagarán, Gerente de País de Comunicación Corporativa Ketchum: *Información sobre RSE y las Relaciones Públicas*]. Grabación de audio.

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2013). *Métodos y técnicas de recolección de la información*. Recuperado de http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/Discapacidad/Tecnicas_Procedimientos_Recoleccion.pdf

Villalobos Grzybowics, J. (2015). Inversión Social Privada y Filantropía. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Inversion-social-privada-y-filantropia-20151130-0003.html>

Wrobel, G. (2015). *Estrategia, Táctica y Plan de Comunicaciones: 3 pasos críticos*. Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/estrategia-t%C3%A1ctica-y-plan-de-comunicaciones-3-pasos-wrobel-phd>.

Anexos

Anexo 1. Entrevista a Fundación para la Educación Integral Salvadoreña, FEDISAL.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la si las ONG de El Salvador desarrollan Responsabilidad Social Empresarial, como estrategia de Relaciones Públicas.

Organización:	FEDISAL
Contacto:	Iván Flores
Cargo:	Director de Comunicaciones

Cuestionario ONG

1. ¿A qué se dedica la organización?

FEDISAL, es una organización que nace con el fin de apoyar a jóvenes vulnerables, y fortalecerlos en temas de educación. Nace en la época en que la guerrilla se está incorporando a la sociedad, y posteriormente se convierte en una fundación dedicada a fortalecer la educación dentro de escuelas, universidades y a entregar becas para la excelencia y finalmente apoyar el área laboral. Nosotros decimos que abrimos oportunidades educativas y laborales a los jóvenes vulnerables en El Salvador

2. ¿Desde cuándo tiene presencia la organización en El Salvador?

Desde el año 1992, después de la firma de los Acuerdos de Paz, cuando un grupo de salesianos y salvadoreños se reúnen y advierten la necesidad de apoyar la reconstrucción del Instituto Técnico Ricaldone que en el 1986 fue destruido por el terremoto de ese año.

3. Para usted ¿Cuáles son las principales funciones de una ONG?

Una organización no gubernamental tiene que trabajar en función a su razón social, y puede variar de acuerdo al tema o la especialidad de cada una, en este caso la razón social que tiene FEDISAL es la educación.

4. ¿Cuál es la misión y visión y de la organización?

La misión es contribuir al desarrollo del capital humano, diseñando y gestionando programas en las áreas de educación, capacitación, intermediación laboral y desarrollo empresarial, en alianza con el sector público y privado nacional y regional.

Nuestra visión es ser una corporación sin fines de lucro, dedicada al desarrollo de capital humano a nivel regional, con solidez y sostenibilidad financiera, fuertes alianzas empresariales e incidencia en las políticas públicas, caracterizándonos un liderazgo proactivo a nivel nacional y el ser pioneros en innovación del diseño y gestión de sus servicios.

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

Nuestros proyectos se orientan a la educación, llevar oportunidades a jóvenes vulnerables, fortalecer la educación superior a través de becas y las actividades laborales, y justamente esa es nuestra misión.

6. ¿Podría contarnos que proyectos están ejecutando actualmente?

Actualmente FEDISAL, ejecuta tres grandes proyectos, administración las becas FANTEL, que son becas que la Presidencia de la República

brinda a jóvenes con excelencia, y FEDISAL lleva 20 años administrándolas. También contamos con el proyecto de USAID educación para la niñez y la juventud, es un proyecto que desde hace cinco años está ejecutando FEDISAL con apoyo de USAID El Salvador consiste en brindar educación dentro de las escuelas, fortalecer el sistema educativo en el aula, generando ambientes de convivencia y todo esto busca disminuir la violencia y finalmente Proyecto NEO que son nuevas oportunidades de empleo es un proyecto regional que estamos ejecutando con el BID, que busca dar su primer empleo a jóvenes de 18 municipios en El Salvador y estos son los tres grandes proyectos que ejecuta FEDISAL.

7. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento? ¿Podría mencionarnos algunos?

- Becas FANTEL, que son fondos del Gobierno de El Salvador.
- Proyecto de Educación, financiados por USAID El Salvador.
- Proyectos NEO, que son nuevas oportunidades de empleo, con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

8. ¿De qué forma reportan la ejecución de sus proyectos?

Los reportes se realizan de acuerdo a las indicaciones de cada cooperante, se reportan todas las áreas desde las técnicas, administrativas, financieras hasta la parte comunicacional.

9. ¿Cómo realizan la medición de impacto de sus proyectos?

Contamos con un área de monitoreo y evaluación, que posee ciertos indicadores que les permiten medir el impacto y pueden generar un comparativo de presente y pasado, la información que recopila esta área algunos cooperantes la solicitan trimestralmente.

10. ¿Cómo organización quiénes son sus públicos de interés?

Nuestros públicos están segmentados en grupos de interés Gobierno, cooperación internacional y beneficiarios.

11. ¿Qué acciones considera que pueden favorecer a sus públicos de interés?

Cuando se trabaja con la cooperación internacional te solicitan que involucres como socio al Gobierno.

Y con esta alianza a la cooperación lo que le interesa son los avances ante los objetivos el proyecto y la ejecución de los fondos entregados

esto en términos administrativos, comunicacionales, el posicionamiento del proyecto ante los medios de comunicación ante sus beneficiarios. Al Gobierno le interesa como se están fortaleciendo en la diferente área, por ejemplo les interesa saber que estamos atendiendo 700 escuelas y el índice de bullying que se redujo al 98% con nuestras intervenciones.

12. ¿Cuántos colaboradores tiene la organización?

Son ochenta colaboradores.

13. ¿Podría comentarnos en que forma apoya la organización a sus colaboradores?

Al cumplir veintitrés años de existencia FEDISAL identifiqué la importancia de tener un área de comunicaciones para comenzar a posicionarse de una manera diferente, y es ahí a donde surge mi contratación.

Iniciamos con un diagnóstico y nos damos cuenta que no hay comunicación interna ni mucho menos externa, por lo que se comienza a realizar un plan de comunicación con los diferentes públicos externos y también un público importante es el interno, entonces junto con recursos humanos implementamos un grupo de WhatsApp , en la que se informan, retroalimentamos, encuestas, concursos, el punto es que todos los colaboradores se integren y conozcan incluso lo que hacen sus

compañeros y lograr empoderarlos para que ellos podían transmitir lo que sentían, en 6 meses cambiamos la percepción de la gente que creía en una comunicación vertical, luego de hacer una encuesta el 98% de las personas cree que tenemos una comunicación horizontal en la que tus ideas cuentan, empezamos también hacer reuniones de equipos y también una con el staff , donde todos escuchan a todas las áreas de una manera dinámica ya ahora ha cambiado el clima laboral, eso en temas comunicacionales, adicional las prestaciones de ley una vez al mes nos proporcionan servicios externos como nutricionistas, con la joya descuento de lentes y diferentes aliados.

14. ¿La organización cuenta con un plan de comunicaciones?

Sí cuenta, el primer plan de comunicaciones está a punto de cerrarse, el plan buscaba mostrar la voz de FEDISAL, ¿Saben quiénes son ustedes? ¿Quiénes dicen la gente que son ustedes? Al inicio no sabían responder esto, de hecho en 24 años nunca había salido en los periódicos una publicación de FEDISAL, los proyectos por lo general los confundían. Se crearon mensajes internos, externos, se identificaron y segmentaron los públicos y creo un mensaje para cada uno, yo no le puedo hablar al gobierno como le hablo a los jóvenes esto paso en 2 meses noviembre y diciembre y en enero se lanzó toda la comunicación, realizamos una gira

de medios, el plan buscaba posicionar a FEDISAL y a sus proyectos, era muy básico pero importante.

Este plan comunica a los beneficiarios a través de las redes sociales, también al resto por medio de juntas directivas, también por medio de videos de 10 segundos se les comunica lo que está pasando. Los cooperantes están muy felices con la comunicación que se está realizando.

15. ¿Cómo organización han identificado cuáles acciones causan algún impacto negativo en la sociedad y como pueden contribuir a mejorarlo?

El próximo año queremos desarrollar la línea de RSE, pero no para impactar algo negativo que hace la organización, si no para fortalecer lo bueno que se hace por ejemplo, nosotros no construimos, nosotros no producimos, nosotros trabajamos con las personas, fortaleciéndolos.

La organización es tecleña y podemos beneficiar a Santa Tecla, decirles que ellos tienen un buen vecino, el boca en boca funciona muy bien y ayudara a posicionar a FEDISAL, por que ir apoyar a otro lugar si podemos hacerlo aquí, si los vecinos lo apoyan y el que dirige el vecindario se unen, eso permitirá que hablen muy bien de FEDISAL, esa es nuestra proyección para el otro año.

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social Empresarial?

Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de valores que toda persona posee y desarrolla a lo largo de tu vida, que te sirve para impactar a tu alrededor, en el caso de empresas es lo mismo, pero conectado a los valores de la empresa.

Es como yo como empresa, tengo un impacto positivo en la sociedad donde yo desarrollo mis acciones, los bancos son los que más o menos unen sus valores y su misión para desarrollar Responsabilidad Social Empresarial, pintar una pared nada más, no es Responsabilidad Social Empresarial.

La RSE implica que la empresa aporta de su dinero para invertir en algo positivo, que puede ser tiempo de empleado, donaciones, etc.

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?

Todavía no, porque estamos creando todo el plan donde podamos impactar positivamente la comunidad en la que habitamos, que es Santa Tecla, tenemos que enfocarnos en nuestros valores para saber qué debemos hacer, y como lo vamos hacer orientados por nuestra misión y visión y que esta iniciativa nos ayude a posicionarnos.

Sin embargo, actualmente no hay ninguna organización no gubernamental que practique RSE, por ejemplo, hay organizaciones que pintan escuelas, pero es porque el cooperante las envía están cumpliendo un objetivo. Si una ONG hace voluntariado es porque el contrato que tiene con el cooperante le manda hacer voluntariado. Un ejemplo, FEDISAL ha creado más de 300 club de música y acabamos de traer a 3000 jóvenes a un festival que se llama Exprésate a la feria, les cubrimos todos los gastos, y la alimentación, pero no es responsabilidad social es que los objetivos de nuestros proyectos los mandan.

En nuestro país ONG que hagan responsabilidad social como tal podría ser las iglesias que se consideran no gubernamentales.

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?

El término de Relaciones Públicas en los últimos 50 años ha cambiado, pero se puede decir que son líneas estratégicas o un grupo de líneas estratégicas que te ayudan a posicionar a tu empresa a través de los medios de comunicación con tus públicos de interés, pero este concepto está evolucionando muy rápidamente, y muy pronto puede que cambie.

19. ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

Para mí lo primero es el impacto que generar al público interno, porque si todos nosotros hacemos acciones hacia fuera que ayuden con la mejora, nuestros empleados se sentirán orgullos de su institución, después la comunidad y después tendría un buen impacto mediático, pero si este último punto lo pongo como primero ya no es responsabilidad social lo que estoy buscando si no que relaciones públicas

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de Relaciones Públicas?

En El Salvador si, por que existen instituciones que tienen unidades de RSE que buscan una tan sola cosa, posicionar el nombre de la empresa, esa unidad debería de tener otro nombre “Comunicaciones o Relaciones Públicas”, porque si tu objetivo principal para hacer responsabilidad social empresarial es posicionar a tu empresa, tú estás haciendo comunicación, estás haciendo mercadeo, tú estás haciendo Relaciones Públicas, no estás practicando RSE.

Para practicar RSE primero impacta internamente, tu entorno y eso te va llevar a posicionarte pero como último objetivo, sino están maquillando algo de la institución que al final lo que busca es rentabilidad.

Anexo 2. Entrevista a WORLD VISION El Salvador.

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la si las ONG de El Salvador desarrollan Responsabilidad Social Empresarial.

Organización:	World Vision El Salvador
Contacto:	Rosa María Montoya
Cargo:	Asistente Ejecutiva de Sostenibilidad

Cuestionario ONG

1. ¿A qué se dedica la organización?

Nosotros trabajamos la prevención de la violencia primaria en niños desde los 4 hasta los 14 años, por medio de nuestra metodología que se llama “Crianza con Ternura” la cual enseña cómo educar al niño con ternura para

desarrollarse plenamente. Trabajamos en trece municipios, y siete departamentos del país.

Somos 100% niñez, pero para proteger sus derechos debemos trabajar con su entorno, por eso nuestra campaña “Necesitamos a todo el mundo” que es parte de nuestra estrategia global de relacionamiento, dice que tenemos que trabajar también en la comunidad, con los padres, las alcaldías, en fin todo el mundo, para asegurar sus derechos.

Trabajamos muy de cerca con el ISNA, apoyamos a las entidades que están encargadas del ámbito de niñez, que todos los mecanismos para la protección de los derechos de los niños funcionen en realidad.

2. ¿Desde cuándo tiene presencia la organización en El Salvador?

Trabajamos como una ONG humanitaria, atendiendo emergencias, así es como llegamos a El Salvador atendiendo la emergencia del huracán Fifi. Iniciamos como una ayuda de la oficina de Honduras envió a El Salvador como respuesta a la emergencia.

Esto fue aproximadamente en el año 1974.

3. Para usted ¿Cuáles son las principales funciones de una ONG?

Depende del ámbito en el que está arraigada la ONG, para World Visión es la protección y prevención primaria de la violencia en la niñez.

4. ¿Cuál es la misión y visión y de la organización?

Nuestra visión es la vida en plenitud para cada niño, nuestra oración para cada corazón, y la voluntad para hacer esto posible.

Nuestra misión es trabajar con las personas más vulnerables para promover su transformación humana, buscar la justicia social y dar testimonio del amor de Dios.

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

Como lo indica nuestra misión, tenemos como centro a Dios, esto genera un plus en la ejecución de nuestros proyectos, ya que no son asistencialistas, porque nuestros modelos de intervención comprenden entre 15 y 20 años de actividad, para que con el pasar de los años los proyectos sean autosostenibles, empoderar a cada persona, para cuando la organización ya no esté en campo, ellos puedan continuar con los conocimientos que les impartimos.

6. ¿Podría contarnos qué proyectos están ejecutando actualmente?

Uno de nuestros proyectos es “Niñez Constructora de Paz” en la que se trabajan metodologías para que los niños puedan cambiar la dinámica que hay en nuestra sociedad a una dinámica de paz.

Entre nuestros proyectos también podemos mencionar: Water Sanitation, Agua Limpia y Saneamiento, Crianza con Ternura, Metodología Your Ready que trabaja en oriente y occidente, capacitando a los jóvenes con habilidades para la vida, casi todos nuestros proyectos están relacionados a los objetivos de desarrollo sostenible.

7. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento? ¿Podría mencionarnos algunos?

World Vision es mayormente financiada por el patrocinio de la sociedad civil de Taiwán, Japón, Corea, Estados Unidos y Canadá.

Hasta el momento tenemos más de 58,000.00. Niños beneficiados con el proyecto de “Patrocinio Internacional”, que consiste en conseguir donantes en países desarrollados, los cuales envían sus colaboraciones mensuales para un niño. También tenemos a nuestro cargo el levantamiento de fondos a nivel local; y contamos con proyectos financiados por los siguientes cooperantes: Unión Europea, USAID, oficinas de Naciones Unidas.

8. ¿De qué forma reportan la ejecución de sus proyectos?

La fundación cuenta con un área de monitoreo y evaluación, que se encarga de las mediciones de los proyectos. En los proyectos de patrocinio se registra la asistencia de cada niño y en navidad se envían cartas a los

donantes donde se incluyen reportes de cuantas veces el niño ha participado en la metodología los avances logrados, y estadísticas de la mejora de cada niño y su comunidad, esto se realiza a nivel internacional, para los proyectos de cooperación, cada organismo nos proporcionan los estándares de monitoreo, evaluación y reportería, y solicita se envía la ejecución y la justificación, según como se lo indican.

9. ¿Cómo realizan la medición de impacto de sus proyectos?

Para nosotros las formulaciones de los proyectos tienen tres etapas, la etapa inicial el diagnóstico, la segunda etapa es la conceptualización del problema y como tercera etapa es la solución y como se va a lograr buscar financiamiento o búsqueda los fondos, con la sociedad civil, empresa privada y cooperación internacional.

Para los proyectos de la cooperación se envían al donante la información con cierre financiero y metodológico anualmente, que son información importante, para ver el antes y el después. En general medimos el impacto por medio de los reportes.

10. ¿Cómo organización quiénes son sus públicos de interés?

Sociedad civil, empresa privada, cooperación internacional y gobierno.

11. ¿Qué acciones considera que pueden favorecer a sus públicos de interés?

Estrategias de comunicación interna y externa, ya contamos con publicidad en tv, mupis, vallas digitales.

12. ¿Cuántos colaboradores tiene la organización?

Son doscientos cuarenta colaboradores entre personal de campo y oficina.

13. ¿Podría comentarnos en qué forma apoya la organización a sus colaboradores?

La organización nos proporciona seguro médico privado, asignación de vehículo o viáticos para transporte, flexibilidad de horarios para estudiar, pago de celular, bonificaciones anuales, beneficio de lentes, días compensatorios, y formación continúa.

14. ¿La organización cuenta con un plan de comunicaciones?

Sí, contamos con un plan interno y externo.

15. ¿Cómo organización han identificado cuáles acciones causan algún impacto negativo en la sociedad y como pueden contribuir a mejorarlo?

En el desarrollo de algunos proyectos, podría darse confusión de asistencialismo, sin embargo nosotros tratamos de cubrir necesidades puntuales y urgentes para solventar una problemática, no generar una falsa idea que solo “regalamos”.

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social Empresarial?

Es la forma en que las empresas colaboran con las comunidades, en el contexto social que vivimos como país, en todas las comunidades donde hay una empresa existe una necesidad y la empresa privada tiene la opción por medio de RSE de suplir esas necesidades, la empresa privada es un aliado para nosotros.

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización práctica RSE?

Sí, considero que realizamos RSE porque nosotros donamos nuestro tiempo como empleados, para apoyar a los proyectos que World Vision ejecuta en la comunidad, y este tiempo es fuera de nuestras horas laborales, y nos da satisfacción ver que podemos apoyar.

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?

Es un medio de vida porque sabemos que aunque tengamos los fondos para ejecutar un proyecto, sin otros actores que nos apoyen no lo podríamos ejecutar, necesitamos nutrir las relaciones con los otros actores de la sociedad.

19. ¿Desde su punto de vista como podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

Internamente nos favorece la práctica, es retribución para nosotros ir a las comunidades y ver el fruto que tiene trabajo en el campo.

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de Relaciones Públicas?

El voluntariado que hacemos los empleados en los proyectos que World Vision desarrolla, no lo damos a conocer fuera de la organización, solo lo hacemos internamente, porque se puede pensar que es parte de “nuestro trabajo”, pero no es así porque apoya el área administrativa, contabilidad, entre otros, que no somos de proyectos, donamos nuestro tiempo en día sábado y nosotros trabajamos de lunes a viernes y esto da una gran satisfacción para los empleados saber que nuestro trabajo da frutos.

Anexo 3. Entrevista a EDUCO.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la si las ONG de El Salvador desarrollan Responsabilidad Social Empresarial.

Organización:	EDUCO
Contacto:	Keli Duran
Cargo:	Encargada de Comunicaciones

Cuestionario ONG

1. ¿A qué se dedica la organización?

Es una organización internacional que se dedica a la defensa de los derechos de la niñez, con énfasis a la educación.

2. ¿Desde cuándo tiene presencia la organización en El Salvador?

Debido a los daños causados por los terremotos del año 2001, surge la iniciativa de que EDUCO tenga presencia en El Salvador, por ello enviaron a un equipo especializado de la oficina más cercana, que estaba ubicada en Guatemala.

A partir de esa fecha se establece la primera oficina en El Salvador en el municipio de Jayaque, departamento de La Libertad, a la fecha contamos con 5 oficinas en todo el país.

3. Para usted ¿Cuáles son las principales funciones de una ONG?

Cada organización tienen su propia naturaleza, pero surgen en el mundo como una contraparte al gobierno y empresa privada, con la función de dar otra visión de lo que debería ser el desarrollo de un país, que no tiene ninguna afinidad ni política ni religiosa, son grupos sociales que surgen como respuesta a una necesidad, velan de cierta manera por el cumplimiento de los derechos humanos y el desarrollo social de un país.

4. ¿Cuál es la misión y visión y de la organización?

MISIÓN: Trabajamos con niñas, niños y su entorno para promover sociedades justas y equitativas que garanticen sus derechos y bienestar

VISIÓN: Un mundo donde todas las niñas y los niños disfrutan plenamente de sus derechos y de una vida digna.

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

Todos los proyectos de nuestra organización están orientados a cumplir los derechos de los niños y niñas, enfocados en la educación, participación y protección de cada uno de ellos.

6. ¿Podría contarnos qué proyectos están ejecutando actualmente?

Actualmente contamos con doce proyectos que se dividen de la siguiente forma:

- Cuatro tienen financiamiento externo
- Ocho provienen de donaciones.

7. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento? ¿Podría mencionarnos algunos?

Nuestra principal fuente de financiamiento son las personas y empresas altruistas, que proporcionan fondos para apoyar el desarrollo de los niños ya sea por medio de donaciones individuales o donaciones empresariales, fondos de cooperación y recaudación local. Algunos

financiadores son el Ayuntamiento de Barcelona, Getxo y el Gobierno de Canadá.

8. ¿De qué forma reportan la ejecución de sus proyectos?

Tenemos un departamento que se encarga de ello, se llama movilización de recursos y comunicación, a través de un proceso denominado Fidelización, el cual consiste en de enviar fotografía de niñas y niños apadrinados, informes del trabajo, revisión de cuentas, e informes financiero una vez al año de la ejecución de proyecto. En otros casos, los organismos internacionales establecen los criterios específicos en los que se deberán reportar, el uso de fondos entregados.

9. ¿Cómo realizan la medición de impacto de sus proyectos?

Por medio del estudio de caso, un análisis del niño, realizando visitas por medio del departamento de monitoreo y evaluación, es la forma más común ya que permite determinar el impacto que generó el proyecto en la vida de los niños. Adicionalmente con matrices especiales que tiene la organización.

10. ¿Cómo organización quiénes son sus públicos de interés?

Organizaciones del Estado, sociedad civil en general, empresa privada y los organismos internacionales.

11. ¿Qué acciones considera que pueden favorecer a sus públicos de interés?

El trabajo comunicacional, estamos en el proceso de reconocimiento como organización, formando nuestra reputación, queremos generar el valor agregado que el público de interés desea, ir construyendo el mensaje correcto para uno de nuestros stakeholders.

12. ¿Cuántos colaboradores tiene la organización?

En El Salvador ciento ochenta y siete aproximadamente.

13. ¿Podría comentarnos en que forma apoya la organización a sus colaboradores?

Como la mayoría de organizaciones, al personal se le brinda seguro médico hospitalario y de vida, almuerzo para los que se encuentran en el área administrativa y alimentación completa para técnicos de campo, vivienda para los que se encuentran en Usulután, adicional un bono al año (13 salarios al año), también reciben incentivos por antigüedad los

cuales varían según departamento, tenemos programas que promueven y generar un mejor clima organizacional.

14. ¿La organización cuenta con un plan de comunicaciones?

Sí, con el nombre estrategia de comunicaciones, alineada con la estrategia global de comunicaciones de la organización.

15. ¿Cómo organización ha identificado cuáles acciones causan algún impacto negativo en la sociedad y como pueden contribuir a mejorarlo?

Sí, nosotros tenemos una política global de medio ambiente, a pesar que no hacemos ese daño directamente, tratamos de ayudar con proyectos de reciclaje, ya que somos conscientes que usamos mucho papel, y el uso de vehículo también sabemos que perjudica al medio ambiente.

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social Empresarial?

En resumen, es hiciste daño tienes que repararlo, es el compromiso que se tiene de manera individual o una entidad como la nuestra de ayudar a otros o de tratar de contribuir al desarrollo de su sociedad y la forma de contribución lo decide la organización. Para esto es importante que reconozcamos la necesidad y de esta forma contribuir a mejorarlo.

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?

Nuestra naturaleza es justamente eso, no tenemos un fin lucrativo nuestro fin es social, nuestros proyectos no venden, lo que se hacen es acudir a personas altruistas de buen corazón, llegar a ellos y decirles nosotros vamos a ser los administradores de esos fondos y les aseguramos que todo se realizará con transparencia. Es dinero para ayudar a otros, realmente somos instituciones sociales.

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?

Es la forma de mantener las relaciones con los stakeholders, es esa construcción de mensajes, creación de programas planes específicos para mantener las relaciones con tus públicos de interés, contribuyendo a que la imagen de tu organización tenga buena reputación y que sea reconocida, pero un reconocimiento positivo y no negativo.

19. ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

Puede favorecer de diferentes formas, pero creo que la principal es, en la imagen institucional.

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de

Relaciones Públicas?

Claro que sí, buscas generar empatía y que la gente te reconozca a través del trabajo social.

Anexo 4. Entrevista a Fundación Panamericana para El Desarrollo PADF.

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la si las ONG de El Salvador desarrollan Responsabilidad Social Empresarial.

Organización:	Fundación Panamericana Para El Desarrollo PADF
Contacto:	Roberto Rodríguez
Cargo:	DCOP El Salvador

Cuestionario ONG

1. ¿A qué se dedica la organización?

Se dedica a la formación de iniciativas orientadas al fortalecimiento de la democracia, a los derechos humanos y el apoyo a las organizaciones, sociedad civil, inicialmente del continente americano, gestiona procesos

y proyectos de las Américas afiliadas a la OEA (Organización de los Estados Americanos).

2. ¿Desde cuándo tiene presencia la organización en El Salvador?

A principios de la década del 2000 hasta el 2009 aproximadamente, en ese año se hace una pausa, y retoma las actividades en el país, hasta el año pasado, agosto del 2016.

3. Para usted ¿Cuáles son las principales funciones de una ONG?

Podemos decir que las ONG han tenido una evolución histórica, pero desde sus inicios han estado orientadas a la incidencia frente a las actividades del estado; por ejemplo, en El Salvador están muy enfocadas con la defensa de luchas sociales, de la garantía de los derechos y de ciertas condiciones básicas de la población, por lo tanto eran consideradas más organizaciones de denuncia de ausencia de políticas públicas, esto cambia en los últimos tiempos, convirtiéndose en organizaciones de desarrollo de servicio para satisfacciones de bienes básicos.

4. ¿Cuál es la misión y visión y de la organización?

La Fundación Panamericana de Desarrollo está dedicada a servir a las personas vulnerables en América Latina y el Caribe a través del desarrollo comunitario sostenible. La misión y visión de la fundación es un poco complicada pero la podría resumir así; tienen como objetivo fomentar el desarrollo en los pueblos de América, principalmente a través de acciones que van desde la búsqueda de la satisfacción y garantía de las condiciones básicas de la población, hasta la atención de situaciones de vulnerabilidad como la mitigación de riesgos.

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

La visión de PADF, es una visión bastante centrada en la atención y desarrollo de capacidades de las organizaciones de la sociedad civil, en temas que van desde derechos humanos, los sistemas electorales y la atención a desastres, entre otras.

6. ¿Podría contarnos que proyectos están ejecutando actualmente?

En El Salvador se está ejecutando un proyecto de cinco años que se llama iniciativa Regional para la Democracia y Derechos Humanos, y se

está gestionando a corto plazo otro en temas del fortalecimiento de los derechos laborales.

7. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento? ¿Podría mencionarnos algunos?

La Fundación a nivel global se financia sobre todo con fondos de organizaciones estatales que pueden ser provenientes de fondos de cooperación internacional y a nivel internacional también de fondos de otros estados que brindan fondos para iniciativas específicas, actualmente contamos con la financiación del gobierno de Estados Unidos por medio de USAID.

8. ¿De qué forma reportan la ejecución de sus proyectos?

Todos los donantes tienen unos sistemas sumamente rigurosos para el reporte de la ejecución presupuestaria y otra para el reporte de la consecución de metas u objetivos establecidos, casi todos los donantes emplean sistemas bajo la lógica de gestión de proyectos y que implica reportes usualmente trimestrales, que contiene la ejecución presupuestaria pero vinculada a los objetivos y metas que han sido definidos con el donante.

9. ¿Cómo realizan la medición de impacto de sus proyectos?

Es todo un tema, sobre todo porque es un poco difícil ver el impacto a corto plazo, una de las condicionantes es el tiempo, ya que en algunos proyectos de corto plazo no se pueden medir el impacto, otro elemento es que no pueden medir el impacto la misma organización ejecutora, sino que debe hacerlo una tercera entidad. Para el caso del proyecto que estamos ejecutando actualmente se ha hablado con el donante de una medición intermedia o final, pero de resultado, no tanto de impacto.

10. ¿Cómo organización quiénes son sus públicos de interés?

Personas en condiciones de vulnerabilidad, por ello el proyecto tiene como principal atención grupos como migrantes, personas de la comunidad LGBT, niños, mujeres, desplazados por medio de la violencia, personas con discapacidad, y personas de pueblos nativos.

11. ¿Qué acciones considera que pueden favorecer a sus públicos de interés?

El proyecto lo que pretende es incidir en el empoderamiento de las organizaciones que representan a estos colectivos, es decir el proyecto apoya a los colectivos que se organizan para tratar de empoderar en el uso de sus derechos por colectivos LGBT, niñez, discapacitados. Dentro

de las acciones son mecanismo de empoderamiento a través de la sensibilización, la participación y la formación, así como la atención en determinadas circunstancias de estos tipos de colectivos que les puedan generar algún tipo de riesgo.

12. ¿Cuántos colaboradores tiene la organización?

Aproximadamente trece, en El Salvador.

13. ¿Podría comentarnos en que forma apoya la organización a sus colaboradores?

Como organización se cumple con las condiciones de ley, pero también se le brinda a cada empleado un seguro de vida y hospitalario, disponen de teléfono celular pagado por la oficina, se les otorgan las vacaciones, el día de su cumpleaños lo pueden gozar libre, y se ha aperturado una línea presupuestaria para la capacitación de cada empleado dependiendo de su cargo y acorde a sus capacidades.

14. ¿La organización cuenta con un plan de comunicaciones?

La organización cuenta con un plan de marca, no tenemos un plan de comunicaciones como tal, pero desde nuestra sede en Washington nos nutrimos con esa información, pero estamos en proceso crearlo.

15. ¿Cómo organización han identificado cuáles acciones causan algún impacto negativo en la sociedad y como pueden contribuir a mejorarlo?

En temas como la iniciativa que trabajamos nosotros, pueden generarse impactos negativos, como el riesgo en el que se pueden poner las personas por la defensa de sus derechos, es decir en la medida que un proyecto puede visibilizar un grupo de individuos o un colectivo que está haciendo una crítica al estado, en ese momento ese colectivo puede tener riesgo sobre su vida e integridad física, etc. El proyecto cuenta con la apertura de gestionar un fondo de emergencia en caso de amenazas a los defensores de los derechos humanos, y eso permitiría accionar un mecanismo paleativo ante este tipo de riesgo.

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social?

La obligación que tiene un ciudadano, una organización o una entidad del Estado de tratar de sumar esfuerzos para el desarrollo de su comunidad.

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?

No somos una organización con fines de lucro, somos una organización sin fines de lucro, considero que esta organización cumple con una función social vinculada al empoderamiento, protección y defensa de los derechos humanos de poblaciones en condiciones de vulnerabilidad, estamos haciendo una función social y asumiendo una responsabilidad social de desarrollo dentro de la comunidad.

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?

Es un elemento necesario dentro de las organizaciones muy vinculado a la visibilidad, a la comunicación, a la divulgación del quehacer de la organización, con el fin de generar una identidad interna dentro de la organización y por otra parte una proyección de la labor hacia afuera, hacia terceros.

19. ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

Lo que creo es que la organización es socialmente responsable en la medida que cumple cánones éticos, trata de no solo cumplir la normativa de ley sino genera un plus a nivel interno de sus empleados y trata con

sus acciones, propuestas, iniciativas de generar un cambio en las condiciones de vida de la comunidad.

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de Relaciones Públicas?

En el caso del sector empresarial, es una estrategia de Relaciones Públicas, para mejorar el entorno. Nosotros no lo pensamos como una estrategia, la diferencia es que en el caso de una institución que busca el lucro, tiene que tratar de generar capacidades para atender otras situaciones adicionales a la labor que hace la empresa, porque en definitiva están más focalizadas en el rendimiento financiero, en el caso de una organización no empresarial, nuestro enfoque no es generar dinero, ni generar productos, nuestro enfoque es generar capacidades en la población, empoderar para la defensa de los derechos humanos, y eso desde el punto de vista de la RSE es una de las múltiples acciones que se pueden hacer en esa labor, la diferencia es que para nosotros es nuestra función y en el caso de las empresas es un elemento accesorio a la actividad empresarial o complementario a su actividad.

Anexo 5. Entrevista a Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral FUSAI

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la si las ONG de El Salvador desarrollan Responsabilidad Social Empresarial.

Organización:	Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral FUSAI
Contacto:	Francisco Mancia
Cargo:	Gerente de Gestión

Cuestionario ONG

1. ¿A qué se dedica la organización?

Es una organización sin fines de lucro, con un modelo de fundación patrimonial y con un esquema empresarial, nos dedicamos a microfinanzas, a desarrollo empresarial, vivienda, hábitat popular que

implica el tema de mejoramiento de vivienda, productos básicos, productos verdes y tenemos una plataforma tecnológica para facilitar el uso de capacidades ociosas de empresarios de las pequeñas y medianas empresas que se llama PuntoTransacciones, en el área de créditos tenemos a nuestro Programa Solidario Comunitarios y Sac INTEGRAL, Conecta2 que es una organización de gestión de cobro para empresas que se dedican a microcréditos, y en el tema de desarrollo empresarial tenemos un programa de capacitación que lo estamos orientando a ser un centro de aceleración empresarial.

Los proyectos que desarrollamos hace algunos años atrás, los convertimos en empresas de inclusión social, como fundación tenemos inversiones en empresas generadas y administradas por nosotros y ejecutamos nuevos proyectos y programas actualmente.

2. ¿Desde cuándo tiene presencia la organización en EL Salvador?

En 1988 cuando nació como Asociación Salvadoreña de Apoyo Integral, un programa ejecutor de las Naciones Unidas para apoyar todo el proceso de inserción de la gente desplazada por el tema del conflicto armado, en 1993 se convierte en una fundación porque Naciones Unidas cierra el programa que se ejecutaba, y se retoma con identidad nacional, desde 1993 estamos como Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral.

3. Para usted ¿Cuáles son las principales funciones de una ONG?

Que sean organizaciones sin fines de lucro, no quiere decir que no tengan rentabilidad, lo que sucede es que la rentabilidad generada no es propiedad de nadie, es de la organización para emprender sus programas, cubrir sus costos fijos etc, pero no hay distribución de utilidades.

Las funciones dependen de su misión y visión, y se pueden enfocar en la educación, la salud, o a actividades emergentes, nosotros somos una organización dedicada al desarrollo y creemos que el desarrollo debe ser integral, por eso es que nuestra visión es integral, y con la diversificación de las empresas y programas que tenemos, podemos llegar a más territorio brindando una atención con cierto grado de permanencia, pero con mayor impacto porque estamos aglutinando varios valores agregados.

En nuestro caso esas funciones van vinculadas a la misión, visión y principios porque debemos llegar a los sectores más vulnerables en un marco de negocios inclusivos, todos los que andamos en eso buscamos apoyar a las necesidades más desprotegidas pero no en una lógica de filantropía ni de regalo, sino de apoyo de impulsar, empoderar, vincular a cada persona a las condiciones del mercado.

4. ¿Cuál es la misión y visión y de la organización?

En la actualidad somos una organización que promueve e impulsa el desarrollo de empresas con o sin fines de lucro de lucro, para generar una dinámica de inclusión en la gente, que siempre ha sido nuestro segmento importante.

5. ¿Cómo se refleja su misión y visión en la ejecución de sus proyectos?

En la ejecución de nuestros proyectos no fomentamos el asistencialismo, siempre tiene que haber una contribución por parte de cada persona, pero que beneficie a la comunidad, no buscamos que nos beneficie a nosotros como organización, desarrollamos proyectos no por ganar dinero, pero tampoco para perderlo.

Como fundación únicamente implementamos proyectos que se vinculen con nuestra misión visión y principios, indistintamente del monto del proyecto, y no aceptamos que tengan inmersos componentes partidistas.

6. ¿Podría contarnos que proyectos están ejecutando actualmente?

Actualmente tenemos cuatro proyectos:

- Agua, Saneamiento y Energía, que pretende llevar productos verdes, amigables con el medio ambiente que resuelvan los

problemas de la gente más excluida pero con un modelo de negocios, con apoyo financiero del Banco Interamericano de Desarrollo

- Otro proyecto es un proyecto apoyado por el BID, para la conformación de una red de empresarias mujeres en el territorio para puedan vender productos de la canasta de Unilever. Lo que nosotros queremos es crear una plataforma que facilite a la gente hacer negocios con otros productos que tengan créditos flexibles, uso de tecnología, valores agregados etc.
- Tenemos un proyecto con una ONG Bélgica, es un proyecto para la creación de una escuela de negocios para microempresarios, que también soporta la construcción de lo que queremos hacer, escuela de negocios sinónimo de centro de aceleración empresarial. Es un proyecto de largo plazo y estamos con la línea de armar un paquete de servicios no financieros a emprendedores que ya tienen un negocio en marcha.
- Un último proyecto que nos acaban de aprobar es con la Embajada de Países Bajos, para validar el segundo nivel de la metodología MBA con el grupo que está ya en este proceso.

7. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento? ¿Podría mencionarnos algunos?

Microcréditos, nuestras empresas de microcréditos que son las únicas que nos generan rentabilidad. Nosotros vivimos de lo que generamos, no depende de donaciones nuestro quehacer. Hoy que tenemos algunas empresas con fines de lucro, si los resultados son positivos, la rentabilidad de nuestra inversión es la que nos ayuda a cubrir los costos fijos, hacer inversiones en nuevos proyectos sociales, así vivimos.

Y cuando ejecutamos proyectos de otros cooperantes como el BID o de empresas privadas como UNILEVER.

8. ¿De qué forma reportan la ejecución de sus proyectos?

Cada donante tienen su esquema de reportes y exigencias, nosotros debemos rendir cuentas de acuerdo al seguimiento y monitoreo que ellos nos plantean.

En el interior nosotros tenemos una estructura de costos separada por proyectos, no mezclamos recursos y por supuesto la parte financiera es la que lleva todos los controles, los respaldos de cada gasto etc.

9. ¿Cómo realizan la medición de impacto de sus proyectos?

Nosotros no tenemos medición de impacto, lo que nosotros podemos decirle es si logramos la meta, si hemos ayudado a inserción, a crecimiento, a mejoramiento de calidad de vida, pero no responde a una lógica de un instrumento de medición de impacto.

Pero a partir del 2018 estaremos incorporando a cada proyecto un instrumento que nos va a permitir la medición de impacto, este es un instrumento diseñado por una Fundación Paraguaya que se llama “Mapa de Reducción de Pobreza” que tiene 50 indicadores en seis ámbitos de la pobreza, considerando que la pobreza es multidimensional. Esos indicadores cuando nosotros abordemos por primera vez a un usuario, obtendremos su perfil a través de una APP, nos va a dar una radiografía de cómo lo encontramos y a partir de ahí nosotros podremos generar planes de mejoramiento, crecimiento, pero también cada vez que queramos medirnos y vamos a saber en qué hemos contribuido.

10. ¿Cómo organización quiénes son sus públicos de interés?

Son familias localizadas especialmente en el área urbana, periurbana y rural, en un segmento de la pirámide de los más excluidos, personas que ganan menos de dos salarios mínimos en el mes, esto incluye

emprendedores, agricultores, sector informal, asalariados, pero siempre en el marco de la dimensión de sus ingresos.

11. ¿Qué acciones considera que pueden favorecer a sus públicos de interés?

Depende de la empresa y proyecto, si estamos hablando de un proyecto de crédito que tiene un componente de crédito lo que estamos haciendo es ayudarle a la gente a que tenga cierta facilidad para acceder a capital de trabajo, a mejoramiento de vivienda, a una serie de productos financieros para que crezca, se beneficie, y mejore su calidad de vida.

12. ¿Cuántos colaboradores tiene la organización?

Son setenta y ocho colaboradores.

13. ¿Podría comentarnos en que forma apoya la organización a sus colaboradores?

Tenemos algunas prestaciones adicionales, se reconoce a ciertos segmentos gastos de transporte, de celular, en el programa de créditos hay toda una política de bonos, temas variables, cumplimiento de metas, colocaciones, moras, ventas de artículos verdes etc. Si hay todo un modelo de incentivos. Y estamos en proceso de contratación de una persona para el área de Recursos Humanos para reforzar esa área.

14. ¿La organización cuenta con un plan de comunicaciones?

No tenemos, pero con una consultoría financiada por el BID, estamos diseñando un plan de posicionamiento y captación de recursos, inmerso en que debemos aprovechar la parte tecnológica, hacer campañas y eso es lo que estamos haciendo con el BID. Pero no hemos dejado de subir boletines, actualizar memorias, paginas, web, campañas estamos usando Facebook, pero no lo tenemos sistematizado ni tenemos una persona encargada.

15. ¿Cómo organización han identificado cuáles acciones causan algún impacto negativo en la sociedad y como pueden contribuir a mejorarlo?

El daño más grande que una organización puede generar es continuar promoviendo el asistencialismo, que una persona excluida es tan pobrecita que necesita que le regalemos todo y le estamos haciendo un gran daño a su autoestima, le perjudica pensar que si el pobre es pobre, usted le tiene que dar lo poquito que pueda porque se va a conformar con eso, nosotros creemos que debemos darle lo mejor porque es ahí donde realmente se necesita lo mejor.

16. ¿Podría definirnos Responsabilidad Social Empresarial?

Para muchas empresas, RSE implica que parte de sus utilidades y excedentes les facilita el no pago de impuesto, pero lo ven como un regalo, hacen una intervención porque hay que ayudarle a la gente, pero yo creo que hay diferencia en tener un Programa de Responsabilidad Social porque no es filantropía, la mayoría de empresas piensa eso, pero nosotros creemos que es apoyar a los segmentos, indistintamente de los criterios que usted decida apoyar, pero en función de apoyo para que eso sea una instancia generadora de una dinámica que dé continuidad.

17. Con base a su definición. ¿Podrían indicarnos sí la organización practica RSE?

Lo que pasa es que en las ONG lo veo difícil porque no somos una organización con fines de lucro y la RSE vienen de designar parte de los ingresos que la empresa genera para apoyar los ámbitos sociales que ellos quieren impulsar a través de programas, entonces nosotros por ende no.

Considero que para una ONG como la nuestra el tema RSE no se acopla muy bien, no se puede decir que se practique la responsabilidad social empresarial, porque somos sociales.

18. ¿Para usted qué son las Relaciones Públicas?

Son una habilidad que el ser humano desarrolla, para poder interactuar con distintos sectores de la población, indistintamente de su condición económica, de su formación y del ámbito de su trabajo. Es una destreza para comunicarse en diferentes vías, que apertura canales que permiten sumar esfuerzos, crear alianzas y socios, lo que facilita la confianza entre personas y organizaciones, para mí es un arte que permite interactuar.

19. ¿Desde su punto de vista cómo podría favorecer a la organización la práctica de RSE?

Yo creo que evidentemente que sí, le voy a poner un ejemplo, porque apoyamos nosotros a UNILEVER, porque ellos si tienen todo un programa de RSE, y ellos lo vinculan a un mejoramiento de vida sostenible, entonces eso es un proceso, para ellos eso es buscar una alianza con organizaciones que saben hacer el tema social, porque ellos son expertos en el área comercial, entonces no lo hacen directo vinculan y suman con otros aliados, y por supuesto dan a conocer sus productos y

de alguna forma dan a conocer que están en alianza con nosotros para apoyar a mujeres por medio de este proyecto, para ellos si es estrategia de Relaciones Públicas.

20. ¿Considera usted que la práctica de RSE, es una estrategia de Relaciones Públicas?

Como no practicamos no podría opinar para nosotros, pero para las empresas definitivamente sí es una estrategia que los ayuda a posicionarse ante su competencia.

Anexo 6. Entrevista a One Link Getcom S.A. DE C.V, empresa privada

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador.

Objetivo: Identificar la forma en que la empresa privada desarrolla la Responsabilidad Social Empresarial

Organización:	OneLink Getcom S.A. DE C.V.
Contacto:	Xóchitl Batres
Cargo:	Asistente de Bienestar y Beneficio

Cuestionario Empresa Privada

1. ¿Qué es la RSE para ustedes?

Para Onelink Getcom, la RSE se encarga de apoyar a la comunidad como voluntarios, que permita el cambio y desarrollo de nuestra sociedad.

2. En la empresa ¿Cómo surgió la iniciativa de realizar Responsabilidad Social Empresarial?

Para nuestra empresa es importante ser parte del crecimiento, desarrollo y mejora de nuestra comunidad, siendo esto fundamental para la nosotros y nuestros colaboradores, surge la iniciativa de apoyar como voluntarios la educación de los niños y niñas de nuestro país, con el apoyo de una ONG.

3. ¿Ustedes contratan los servicios de una agencia de RRPP para la implementación de la RSE? Si, No ¿Por qué?

Si, son los encargados de liderar a los voluntarios, que son nuestro personal.

4. ¿Cuáles son las funciones que usted realiza, como persona encargada de RSE?

Gestionar transporte cuando hay que trasladar a los niños y personas que nos acompañan a las actividades, gestionar refrigerios y donativos, coordinar las actividades con la institución educativa y los voluntarios, básicamente somos un pilar muy importante para el desarrollo de la RSE en nuestra empresa.

5. ¿Qué beneficios tiene para su empresa la práctica de proyectos de RSE?

La satisfacción de desarrollar el talento y desarrollo de los niños y niñas de nuestro país, involucrar a cada uno de los colaboradores sin importar su cargo a ser parte del cambio en el Centro Escolar Juan Ramón Jiménez que se encuentra ubicada cerca de nuestras instalaciones y así poder decir que nuestra empresa es parte de un cambio positivo que beneficia a nuestra comunidad y país.

6. ¿Considera usted que la implementación de RSE ha funcionado para lograr posicionar a su empresa?

Sí, la empresa ha obtenido reconocimiento en el mercado y mayor participación de los colaboradores como voluntarios en el desarrollo de la RSE.

7. ¿Para la implementación y desarrollo de la RSE en su empresa cuentan con un aliado estratégico?

Sí, contamos con el apoyo de Glasswing El Salvador.

8. ¿Considera importante para la empresa el trabajo en conjunto con las ONG?

Sí, ya que en conjunto con Glasswing El Salvador, desarrollamos actividades que ayudan al desarrollo de los niños y niñas, y ellos han sido el canal para el acercamiento con los niños.

9. ¿Con sus palabras cómo describiría la labor realizada por las ONG?

Excelente, porque apoya el desarrollo, talento, habilidades, destrezas y conocimientos de los niños y niñas, además les brinda la oportunidad de tomar caminos fuera de la violencia y el conflicto social en el que viven cada día.

10. ¿Cuáles son las proyecciones que tienen ustedes en la ejecución de proyectos de RSE para los próximos años?

Por el momento seguir apoyando a los niños y niñas del Centro Escolar Juan Ramón Jiménez, en el desarrollo de actividades que ayuden a expresar sus conocimientos y a seguir creciendo como personas, también involucrar e incentivar a más de nuestros colaboradores para que sean parte de esta gran labor que realizamos como empresa.

Anexo 7. Entrevista a FUNDEMAS

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Conocer las funciones y conceptos planteados por FUNDEMAS, enfocadas en la RSE y las ONG

Organización:	FUNDEMAS
Contacto:	Luis Enrique Cerón
Cargo:	Gerente de Comunicaciones

Cuestionario FUNDEMAS

1. ¿Para usted que es RSE?

La RSE, comenzó como una herramienta de Relaciones Públicas, siendo una forma en la cual las grandes empresas, incluso las personas filantrópicas de Estados Unidos, iniciaron las primeras formas en dar a

conocer la misión social de una empresa, persona u organización, era hacer donaciones a ciertos grupos vulnerables, lo que se conoce como filantropía, esa era la contribución de una empresa donaba una fuerte cantidad de dinero a un grupo de personas y los principales beneficios era aparecer en los medios, lo es más un resultado de Relaciones Públicas o crear una imagen una reputación ante la sociedad, pero con el tiempo el concepto de Responsabilidad Social fue evolucionando.

Hoy en día se conoce el concepto de Sostenibilidad, que es la articulación que tiene la empresa de manejar su operatividad, su proyección económica, de la misma manera que trabaja el aspecto social y ambiental.

El concepto que manejamos hoy en día es basado en la norma ISO 26000, que está enfocado en que la empresa analice sus impactos en la sociedad, ya que es necesario que la empresa comprenda cuál es su impacto negativo en la sociedad, y desarrolle acciones que permitan compensar y mitigar este impacto, para ello es fundamental que trabajen de manera ética y que cumpla con la ley vigente que le corresponde, que realice un equilibrio entre lo económico social y ambiental.

2. ¿FUNDEMÁS, trabaja con ONG?

Una de las grandes virtudes del concepto de la RSE, es que se puede aplicar a cualquier organización, por supuesto apegándose a las características de cada empresa u organización que las implementa, y esto se ha hecho más fuerte en los últimos años gracias a la norma ISO 26000, porque es el estándar global sobre Responsabilidad Social, incluso si lo notan se llama ISO 26000 Responsabilidad Social, no Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, y es porque se creó consensuada en diferentes países y hasta el momento ha sido la única en tener récord en participación de varios países, para establecer los lineamientos que las organizaciones deberían de aplicar para ser un agente de cambio dentro de su sociedad, se suprimió la palabra empresarial, porque lo que la norma busca es ser más inclusiva y aplicada tanto en empresas, universidades, fundaciones e incluso instituciones públicas, según lo antes mencionado y si nos ubicamos en el ámbito de las ONG podemos decir que nosotros sí trabajamos con ONG.

3. ¿Cuál es la labor que desarrolla FUNDEMÁS con las ONG?

Principalmente somos una entidad que busca articular iniciativas de diferente índole, ya sea entre el sector privado, público y la sociedad civil.

Trabajamos con las ONG, siempre tomando en cuenta la visión social que los origina.

4. ¿Considera usted que las ONG realizan prácticas de RSE? Sí, No

¿Por qué?

Sí, su función principalmente es social, entonces están cumpliendo el principio de Gobernanza, que nacen con la finalidad de contribuir al desarrollo de la sociedad, de hecho, hoy en día el término ya no se refiere únicamente a lo empresarial, es más Responsabilidad Social porque hay que tomar en cuenta que en la actualización del concepto abarca a cualquier actor, convirtiéndolo en un concepto más inclusivo.

En el caso de las ONG, un tema importante es su misión y visión, es decir cuál es su razón de ser y como lo reflejan en sus proyectos.

La aplicación de las siete materias de la RSE será diferente en cada organización porque dependerá de la naturaleza de cada una, sin embargo las más importantes, son que cumplan con la Gobernanza, que sea fiel a su misión, visión y público interno, porque una recomendación que hacemos es que toda empresa que desee practicar RSE inicie por sus colaboradores.

5. ¿De qué forma FUNDEMÁS puede asegurar que las actividades realizadas sean consideradas RSE?

Si nos centramos en el tema de las fundaciones, primero es importante que estas contribuyan a atender una necesidad en la sociedad y dos que siempre tengan una articulación con la empresa privada, porque está comprobado que para poder solventar las necesidades sociales, aquí y en cualquier país, no se puede trabajar individualmente, sino más bien articular la mayor cantidad de actores para que el impacto sea mayor y tiene que haber articulaciones con el sector público, privado y la sociedad civil. Desde el interior de cada organización el enfoque será diferente.

Es más claro decir que una empresa apoya a la comunidad y está haciendo Responsabilidad Social, sin embargo también una fundación que nace con una función social puede estar haciendo Responsabilidad Social, pero también se puede apoyar en otras organizaciones para poderla desarrollar y ahí en donde ingresa un concepto que es alianzas público privadas, que son alianzas de diferentes actores en la cual la gran ventaja es que cada actor aporta sus cualidades, para apoyar las deficiencias del otro y las dos organizaciones que se han aliado para conseguir un fin común que es la comunidad, podemos decir que están siendo socialmente responsables.

6. ¿Considera usted que la implementación de RSE, permite lograr posicionar a las empresas u organizaciones?

La RSE por lo general se asocia a una empresa y se sigue tratando así, aunque hay personas que dicen que el concepto de RSE va a dejar de existir y va a pasar a llamarse Sostenibilidad que es cuando la empresa trabaja de la misma manera lo económico, social y ambiental, en nuestro país ya hay gerencias de sostenibilidad que sus antecesores eran gerencias de RSE y antes gerencias de asuntos corporativos.

La visión de ser sostenible permitirá que se vele por todo el funcionamiento social y ambiental de la empresa tanto adentro como afuera, por ejemplo Banco Agrícola tiene su gerencia de sostenibilidad y una de sus acciones son la educación financiera, mejorar la condición educativa de diferentes centros escolares en el país, tienen un edificio certificado que es amigable con el medio ambiente, Helmsman, empresa textilera fue la primera empresa que tuvo certificación ambiental de que en su planta no se generaba ningún desecho, si lo notan cada quien está haciendo su labor que le corresponde, esta es la ventaja del concepto que se acoplan a las características de cada organización.

7. ¿La RSE se considera una estrategia de RRPP? Sí, No ¿Por qué?

Estoy convencido que sí, este tema va más allá de las Relaciones Públicas porque ya no es solo un tema de generar imagen, el tema de RSE o sostenibilidad es un tema de gestión empresarial, es decir que debemos pensar en el impacto negativo y positivo, especialmente el negativo para poder desarrollar una empresa amigable con la comunidad, pero indudablemente las empresas también la utilizan como una herramienta de Relaciones Públicas, porque todas quieren tener una buena reputación y quieren figurar en algo positivo.

Toda estrategia de RSE debe tener un componente de comunicación, uno para construir una reputación e imagen favorable de la empresa u organización y dos para motivar a otras organizaciones también implemente este tipo de acciones.

Con la aplicación de la RSE como una estrategia de RRPP una institución, organización o empresa aparte de crear una imagen favorable puede ser un referente en esa área y eso genera mayor credibilidad.

8. ¿Cómo definiría la relación entre ONG y la empresa privada en la práctica de RSE?

Es una relación estratégica ya que las Empresas se apoyan mucho en las ONG para que ellas realicen los proyectos sociales, ya que en el territorio de las comunidades las ONG son las expertas.

9. Según su experiencia ¿Qué impacto genera la práctica de RSE en las empresas y las organizaciones no gubernamentales?

Indudablemente la práctica de RSE tiene un impacto positivo, dependiendo de las características de las empresas, no es lo mismo una gran empresa con potencial económico, que el de una pequeña que también está haciendo RSE.

Evidentemente es positiva, toda contribución que hace una fundación es positiva porque contribuye en alguna medida a atender una necesidad que está latente en la sociedad, que no puede o no ha sido atendida por el sector público. Por ello surgen acciones como la RSE en el cual las empresas pueden contribuir en alguna medida a atender las necesidades de la sociedad, no los pueden atender todos igual que el estado, entonces surgen otros brazos como las fundaciones, que ellas nacen para atender esas necesidades.

10. ¿Considera que la ONG realiza la práctica de RSE como una estrategia de Relaciones Públicas? Si, No ¿Por qué?

Sí son Relaciones Públicas cuando se da a conocer lo que se está haciendo a la sociedad, ejemplo FUSAL, tienen dos cosas, aparecen en los medios que es un resultado y ejercicio de RRPP, para dar a conocer lo que están haciendo, su función social. Pero como fundación entra otro concepto de comunicación, el mercadeo social, que son la aplicación de las técnicas de mercadeo comercial a la función social, es decir son acciones que hacen comúnmente las fundaciones para fomentar buenos hábitos o pautas de comportamiento positivo en la sociedad.

Anexo 8. Entrevista a Comunicación Corporativa Ketchum, agencia de RRPP.

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

Tema: El manejo de la RSE como estrategia de Relaciones Públicas en las ONG de El Salvador

Objetivo: Identificar la función de las agencias de Relaciones Públicas y como estas impactan en las ONG en El Salvador.

Organización:	Communication Corporative Ketchum
Contacto:	Marta Sigaran
Cargo:	Gerente de País

Cuestionario para Agencia de RRPP

1. ¿Desde cuándo tiene presencia la agencia en El Salvador?

En El Salvador quince años y a nivel regional veintinueve años.

2. ¿Para usted qué es RSE?

Son estrategias que las empresas utilizan para demostrar que están siendo comprometidas y solidarias con el país o la comunidad en la que se encuentran.

La RSE ha evolucionado como concepto, en sus inicios se consideraba un tema filantrópico, hoy en día el concepto es diferente y en la actualidad también está orientado al trato con los empleados, y esto puede considerarse una estrategia de RSE interna.

3. ¿Cuáles son las estrategias de RRPP con las que más trabajan?

En general trabajamos una estrategia global, una investigación, un diagnóstico para luego crear una estrategia, la cual tiene un insight, que es la parte central de la estrategia y luego estas tienen muchas avenidas estratégicas, una de ellas puede ser el componente de RSE, generación de contenido en la prensa, estrategias de comunicación interna o con stakeholders.

En El Salvador lo fuerte es relaciones con la prensa y lo segundo especialmente en la agencia es el tema de manejo de crisis, elaboración de manuales de crisis, las cuales muchas veces van orientados con el tema de RSE ambientales o sociales.

4. ¿Ha trabajado la agencia en alguna ocasión con una ONG?

Sí.

5. ¿Qué tipo de servicios han prestado a las ONG?

Hemos prestado varios tipos de servicios, el más reciente en la parte digital y generación de contenido noticioso para la aprobación de una ley que la ONG estaba impulsando.

6. ¿Han participado como agencia en algún proyecto de RSE con alguna ONG?

Encuentro contradictorio usar la palabra RSE con una ONG porque las acciones de estas, tienen un fin social y lo que buscan son alianzas estratégicas con empresas para que a través de ellas la empresa haga Responsabilidad Social Empresarial y se pueda beneficiar más la causa. Hemos trabajado con la empresa privada en proyectos que realizan a través de una ONG, pero no es que la ONG haga RSE, sino que son el canal que utilizamos para llegar al destino final que es la causa social.

7. ¿Podría comentarnos algún proyecto RSE que haya realizado la agencia durante trayectoria?

Podría mencionar PAYLESS ya que tienen una campaña de RSE que se llama Shoes For Kids, que es llevar zapatos a niños de zonas rurales y lo realizan a través de una ONG que es FUSAL y Libras de Amor a través de ellos llevamos los zapatos a los niños. No es que FUSAL haga la acción de RSE, sino que son el canal que utilizamos, son un intermediario para llegar al destino final que es la cusa social.

8. ¿Considera que las ONG realizan RSE como una estrategia de Relaciones Públicas? Sí, No ¿Por qué?

No, las ONG tienen un fin social y son una herramienta para las estrategias de RRPP de las empresas. La RSE ha sido diseñada como su palabra lo dice “para las empresas” y las ONG son un canal para poder desarrollarla.

9. Según su experiencia ¿Qué impacto genera la práctica de RSE en la empresa y organizaciones no gubernamentales?

Sí, la estrategia es buena, es un plus, es algo positivo para las empresas.