

Análisis de la comunicación estratégica y la responsabilidad social empresarial en el marco del programa Aprovechamiento de residuos sólidos inorgánicos de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, CRQ

MAURICIO FERNANDO OCAMPO QUINTERO¹

Artículo recibido en octubre de 2012, aprobado para su publicación el 2 de diciembre de 2012

Resumen

El presente artículo expone las relaciones existentes entre la Comunicación estratégica, los postulados de la Responsabilidad Social Empresarial y el Programa de Aprovechamiento de Residuos Sólidos Inorgánicos adelantado por la Corporación Autónoma Regional del Quindío en convenio con la Fundación Hernán Mejía en 11 de los 12 municipios del departamento del Quindío, a excepción de Armenia. La ejecución de este proyecto se inició en el año 2011 y aún continúa vigente.

Se considera importante realizar el estudio a este programa para conocer si en su proceso de formulación y puesta en marcha se puede integrar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y cómo en su ejecución, un plan de comunicaciones puede ser determinante para la sensibilización, conocimiento y apropiación de éste por parte de los públicos o cómo puede pasar inadvertido y se pierde una buena oportunidad de generar recordación y aumentar la percepción positiva de la imagen y la reputación de la Corporación Autónoma Regional del Quindío.

Palabras claves: Comunicación Estratégica, Responsabilidad Social Empresarial, Corporación Autónoma Regional del Quindío, Fundación Hernán Mejía, Investigación.

1 Comunicador Social - Periodista de la Universidad del Quindío

Artículo derivado de su investigación para optar al título de Especialista en Comunicación Organizacional de la Universidad de Manizales. mauocampo@hotmail.com.

Abstract

This paper presents the relationship between strategic communication, the principles of Corporate social Responsibility and Achievement Program Solid Waste Inorganic advance by the Regional Autonomus corporation of Quindio Foundatio in partnership with Hernán Mejía in eleven of the twelve municipalities Quindio department except for Armenia, the implementation of this project started in 2011 and still continues.

It is considered important to study this program to know if in the process of formulation and implementation can integrate the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) and how its implementation, a communications plan can be crucial for sensitization, this knowledge and ownership by the public or be overlooked and lost good opportunity to generate remembrance and increase the positive perception of the image and reputation of the Regional Autonomus Corporation of Quindio.

Keywords: Strategic Communications, Corporate Social Responsibility, Regional Autonomous Corporation of Quindío, Hernán Mejía Mejía Foundation, Research.

Introducción

La Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ) es la Autoridad encargada por la ley de administrar, dentro del área de su jurisdicción, el medio ambiente y los recursos naturales renovables y propender por su desarrollo sostenible; estas funciones son encargadas a las Corporaciones Autónomas Regionales CAR, de acuerdo con la Ley 99 de 1993 a través de la cual se crea el Sistema Nacional Ambiental SINA.

La Corporación desarrolla el Programa de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos Inorgánicos, en convenio con la Fundación Hernán Mejía Mejía, el cual se encuentra inscrito en el Plan de Acción 2007 - 2011 de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, dentro del programa "Prevención y Control a la Degradación Ambiental", que a su vez contiene el proyecto "Gestión y Apoyo Técnico en la Implementación de los Planes Integrales de Residuos", de esta forma se le da cumplimiento a la meta consistente en "Apoyar a los municipios en los planes de gestión integral de residuos sólidos".

En este sentido se considera importante establecer las relaciones existentes entre la Comunicación estratégica, los postulados de la Responsabilidad Social Empresarial y el Programa de Aprovechamiento de Residuos Sólidos Inorgánicos adelantado por la Corporación Autónoma Regional del Quindío, para estipular si un plan estratégico de comunicación de la RSE puede influir de manera positiva en la sensibilización y apropiación por parte de los stakeholders, y por ende, contribuya en la conservación de la imagen y la reputación de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, o por el contrario se pierda esta oportunidad de proyección.

El objetivo de este trabajo es el de encontrar elementos que permitan vincular la comunicación estratégica enmarcada por un proyecto de RSE y como ésta puede ser determinante en

la consecución de una percepción positiva de la organización como socialmente responsable ante la comunidad.

Diseño metodológico

Tipo de Investigación

El estudio descriptivo-analítico, de enfoque cualitativo permite comprender la realidad social del grupo poblacional beneficiado con el Programa; a partir del método histórico-hermenéutico se describe la situación y se interpreta la información obtenida desde la participación y observación en cuanto a las relaciones encontradas en la unidad de análisis denominada proyecto de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos de la Corporación Autónoma Regional del Quindío.

Para el desarrollo del estudio y de acuerdo con su diseño se establecen dos categorías de análisis: la primera relacionada con la Comunicación Estratégica y la segunda con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). De las anteriores surgen cuatro categorías específicas, así: para la categoría de Comunicación Estratégica, se prevee tener en cuenta los stakeholders y la transparencia, desde los grupos de interés y la rendición de cuentas ante los mismos; en tanto para la categoría de Responsabilidad Social Empresarial, el proyecto de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos de la Corporación Autónoma Regional del Quindío y su aporte al Desarrollo Sostenible de la región donde se ejecuta.

Técnicas e instrumentos

Las técnicas seleccionadas, la encuesta y la entrevista, permitieron en su normal aplicación, miradas desde dos grandes actores que intervienen en el proceso de estudio (comunidad e instituciones). Se realizaron dos (2) entrevistas a las personas encargadas de liderar los procesos desde la Corporación Autónoma Regional del Quindío CRQ, y de la Fundación Hernán Mejía Mejía, (Anexo 1). Así mismo, se aplicó una encuesta a sesenta (60) personas quienes hacen parte de los diferentes públicos tanto internos como externos de la Corporación Autónoma Regional del Quindío CRQ (Anexo 2).

Algunos de los resultados obtenidos dentro de este estudio fueron que el programa si bien contó con un Plan de Medios que buscó la difusión de las actividades ejecutadas en la implementación, no contó con un Plan de Comunicación Estratégico que le permitiera crear procesos de retroalimentación para el mejoramiento continuo y la generación de una recordación positiva entre los públicos de interés.

Consideraciones iniciales

Por Comunicación Estratégica, se entenderá la comunicación como el sistema nervioso de las empresas; de esta manera llevándolo al campo estratégico, según Bozzetti se puede concebir la comunicación como "la coordinación de todos los recursos comunicacionales internos y externos de la empresa para diferenciarnos de la competencia y lograr un lugar en la mente de los públicos que nos interesan" (2009).

Desde otra perspectiva puede considerarse como el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación” (Fernández, 1999).

Igualmente, en la categoría de análisis de la Comunicación Estratégica se contemplan también elementos como la imagen y la reputación de las organizaciones; estos dos conceptos, de acuerdo con Paul Capriotti, pueden ser entendidos desde dos constructos: el de la empresa como emisor, en este sentido “es el conjunto de características o atributos que la organización quiere que sus públicos conozcan o asocien de ella”; y el constructo del receptor, como “la percepción de los públicos de la organización, la cual estaría organizada como una representación, estructura o esquema mental en los públicos” (2009, p.3).

La imagen es un intangible valioso en el mundo empresarial actual, y las organizaciones deben ser conscientes de la importancia de una imagen positiva para lograr el éxito, lo que sucede es que sobre ella no se tiene el control absoluto porque, expone Villafañe (citado por García y Llorente, 2009, p. 98). “La Imagen Corporativa es la integración en la mente de sus públicos de todos los inputs emitidos por una empresa en su relación ordinaria con ellos” (1999). Como la Imagen se construye en la mente del público, la empresa sólo puede aspirar a estimularla según sus objetivos.

Con un trabajo de fortalecimiento de la identidad corporativa en el interior de la organización, se busca consolidar la imagen y para ello se debe tener en cuenta aspectos como el comportamiento que lleva a la imagen funcional, la cultura que origina la autoimagen o imagen interna y la personalidad traducida en la imagen intencional entre los grupos de interés, sobre todo con la identidad visual y la comunicación. “La imagen corporativa es pues, la síntesis gestáltica de tres imágenes, la funcional, la autoimagen y la intencional que son consecuencia del comportamiento, la cultura y la personalidad corporativas” (García y Llorente, 2009, p. 100).

De otra parte, la reputación se considera como un activo que suma valor a la marca y a la organización en su conjunto; en ella se reconoce el cumplimiento de sus compromisos, y se toman en cuenta factores como resultados económicos, calidad comercial, responsabilidad social y calidad laboral. Para Frechilla y Carrillo, la reputación es “el prestigio o la fama que tiene una empresa, tanto dentro de su organización como fuera. Dicha fama la gana a pulso con sus acciones pasadas, presentes y futuras, y puede perderla, al menos en parte, al realizar una acción errónea o ser víctima de una campaña de desprestigio por parte de terceros. La coherencia entre lo que la empresa dice y hace es un aspecto clave a la hora de construir su reputación” (2012).

De tal suerte que, al igual que las personas desarrollamos responsabilidades con todos los grupos sociales de nuestro entorno, las empresas también tienen el deber de justificar sus acciones ante una opinión pública en gracia de la proyección positiva de lo que ellas son: su Imagen. (García y Llorente 2009, p. 102).

En este contexto la Responsabilidad Social Empresarial se concibe como todas aquellas acciones llevadas a cabo por las empresas para contribuir de manera voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental; estas acciones son utilizadas para el beneficio comercial de cada una mejorando su situación competitiva en el mercado empresarial.

María José Rubio, en el curso de verano de Forética, hace referencia a la Responsabilidad Social Empresarial como “el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones producen en el ámbito social, medioambiental, laboral y de los derechos humanos” (2006, p.1).

Al hilo de este concepto Josep M. Lozano plantea el concepto de empresa ciudadana y advierte que “... la RSE no es un discurso autosuficiente que pueda sostenerse sobre sí mismo, sino que hemos de pensarla en un contexto de globalización e interdependencia, donde los retos de la gobernanza pasan a ser la máxima prioridad...” (2009); en este sentido se puede asumir que las empresas por el simple hecho de estar constituidas son parte de una sociedad y deben ser concebidas como ciudadanas desde la ejecución de sus actividades como organizaciones; ya la decisión de como ejercer esa ciudadanía se define desde sus directivas.

Con respecto a los públicos o grupos de interés, o de referencia de una organización, es importante tener en cuenta a Paul Capriotti Peri (2009) cuando sugiere que se deben tomar como referencia la Teoría de los Stakeholders y las Teorías de la Interacción Social. A este respecto, Richard Edward Freeman, citado por González E, define el término de stakeholders como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. Según la misma González E. Elsa:

“La teoría de los stakeholders tiene en su esencia muchas razones de interés, entre ellas están el pensar un nuevo paradigma empresarial, donde existe una comprensión de la empresa plural. En segundo lugar, se presenta una relación entre los stakeholders que puede ser entendida desde las perspectivas no sólo del contrato jurídico y social, sino a través del contrato moral y en tercer lugar, la existencia de una responsabilidad social, entendida en sentido ético, de la organización empresarial”. (2007)

Como afirma Capriotti (2009), la interacción se constituye en el proceso básico sobre el cual se establece la relación entre los públicos y la organización. En la interacción social los individuos establecen relaciones con las organizaciones como sujetos económicos y sociales. En la interacción entre la organización y los individuos como esencia de lo público, se deriva según Capriotti, la identificación de los individuos con un status y un rol determinado en relación con la organización. El status puede ser definido como el lugar que una persona ocupa en un sistema de relaciones sociales, mientras que el rol es definido como el conjunto de expectativas y obligaciones aplicadas a una persona que ocupa una determinada posición. (2009).

En este orden de ideas, con respecto a los stakeholders, los públicos internos de interés del proyecto son todos aquellos funcionarios tanto de planta como contratistas de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, el Consejo Directivo, la Asamblea Corporativa.

Entre los públicos externos están: los usuarios, ONG's ambientalistas, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, las entidades que conforman el Sistema Nacional Ambiental SINA, los sectores productivos y empresas prestadoras de servicios públicos, el sector educativo, los recuperadores, las familias de los recuperadores y toda la comunidad en general del Departamento del Quindío.

La Guía de Rendición de Cuentas de la Administración Pública a la Ciudadanía, del Departamento Administrativo de la Función Pública, establece que la transparencia y rendición de cuentas "es aquel proceso de interlocución entre los servidores públicos y la ciudadanía que tiene como finalidad generar transparencia, condiciones de confianza entre gobernantes y ciudadanos y garantizar el ejercicio del control social a la administración pública". Es en este sentido como la CRQ como entidad del Estado debe asumir estos procesos para generar transparencia en la ejecución de los diferentes procesos inherentes a su misionalidad.

La transparencia en el caso del estudio realizado se asume como el proceso en el cual la Corporación Autónoma Regional del Quindío, como entidad pública, deja que la comunidad en general y todos aquellos interesados sean partícipes en los procesos de construcción de las herramientas de planificación y que de igual manera puedan consultar la información acerca de la ejecución de las diferentes actividades con las que se busca ejecutar el Plan de Acción, con el fin de garantizar una veeduría ciudadana y de esta forma generar procesos transparentes que permitan a la comunidad conocer cómo se está invirtiendo el capital del Estado destinado al cuidado del medio ambiente.

Cuando la empresa decide mostrarse como ciudadana responsable comprometida con el bienestar de sus grupos de interés, debe comunicarlo y en este sentido José Velasco, (citado por Azuero, 2009) señala:

"La comunicación de la RSE permite a los grupos de interés que evalúen las conductas que practica la organización, tomando como referencia los valores de la empresa, las condiciones del sector en el que se desenvuelve, y su propia forma de entender el mundo. Ya no se concibe la responsabilidad social sin un adecuado sistema de reporting. Los estándares (Global Reporting Initiative, SGE 21...) facilitan el análisis de la información para la forja de opinion". (p.9)

Muchas empresas consideran que para construir una imagen positiva y mostrar que están comprometidas con la RSE, basta con hacer relaciones públicas con sus clientes e inversionistas. "Hoy se ve cómo en Europa y Estados Unidos las empresas utilizan diversos medios de comunicación y espacios formales e informales para entregar los resultados de sus acciones de RSE, primero a sus empleados, considerados estos como los mejores transmisores de los valores, principios y características de la identidad y personalidad de la organización" (Castaño, 2011, p. 176).

En este recorrido categorial interesa entender el concepto de Desarrollo Sostenible; una definición plasmada en el Informe Brundtland, elaborado en el año de 1987 por diferentes naciones para la Organización de Naciones Unidas (ONU), precisa el Desarrollo Sostenible como aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer las necesidades.

Con respecto a este concepto, Cornelio Rojas Orozco, en su texto “El Desarrollo Sustentable: Nuevo Paradigma para la Administración Pública”, plantea las diferentes situaciones en las que emergió el concepto de Desarrollo Sostenible; en este sentido el autor indica que existen dos vertientes que conllevan al enfoque de Desarrollo Sostenible, la primera de estas es la vertiente económica en la que el concepto de Desarrollo Sostenible nace a raíz de las críticas que reciben los diferentes modelos económicos implementados especialmente en América Latina, los cuales no permitían que se generaran beneficios comunes y no podían superar las problemáticas de fondo como la generación de empleo, la superación de ingresos y de pobreza, entre otros.

La segunda vertiente surge a raíz de la problemática con el medio ambiente debido a la sobre explotación, los recursos naturales se empiezan a ver agotados y se generan procesos de insostenibilidad ambiental para el aprovechamiento de los mismos recursos, la producción de energía y de materias primas.

De acuerdo con estos postulados el Desarrollo Sostenible hace referencia a que todos los procesos independientes de su naturaleza, deben ser procesos complementarios unos con otros que no generen desabastecimiento para las sociedades presentes, garantizando que las futuras generaciones puedan tener acceso a estos recursos.

Corporación Autónoma Regional del Quindío

Naturaleza Jurídica

Las Corporaciones Autónomas Regionales son entes corporativos de carácter público, creados por la ley, integrado por las entidades territoriales que por sus características constituyen geográficamente un mismo ecosistema o conforman una unidad geopolítica, biogeográfica o hidrogeográfica, dotados de autonomía administrativa y financiera, patrimonio propio y personería jurídica, encargados por la ley de administrar, dentro del área de su jurisdicción, el medio ambiente y los recursos naturales renovables y propender por su desarrollo sostenible, de conformidad con las disposiciones legales y las políticas del Ministerio del Medio Ambiente.

Su misión es la conservar, proteger, recuperar y administrar los recursos y ecosistemas naturales y su relación con los sistemas culturales, en el ámbito local, regional y global, con dedicación, conocimiento y transparencia a través de procesos de formación, participación social, ordenamiento y articulación del SINA, en busca de un ambiente sano y un desarrollo sostenible, para aportar a una mejor calidad de vida de las generaciones presentes y futuras y al disfrute que ellas hagan de su entorno.

La CRQ se traza como Visión la de ser una entidad transparente, eficiente y responsable, con credibilidad, confianza y reconocimiento, con presencia institucional clara y oportuna, que conserva y administra la oferta ambiental en el Departamento del Quindío, siendo ejemplo en el sector público, a través del conocimiento, el expertismo y el manejo de los recursos, los ecosistemas y la biodiversidad, con la acción de funcionarios comprometidos, capacitados y honestos, con capacidad para generar consensos culturales y sociales, trabajando por un departamento amable y ambientalmente sano y la construcción de región, para posibilitar el desarrollo humano sostenible y mejorar la calidad de vida.

Valores y principios

Valores organizacionales

Transparencia: Para que todas las actuaciones de los funcionarios se encuentren amparadas en el principio de legalidad y publicidad para el conocimiento de todos en aplicación de los principios de igualdad, moralidad, celeridad, imparcialidad y publicidad, principios rectores de la función administrativa.

Honestidad: Que implica hacer las cosas a conciencia y con el respaldo de la objetividad e imparcialidad.

Responsabilidad: Para tener la disposición y voluntad de rendir cuentas por cada una de las actuaciones públicas.

Respeto: Para construir sobre la diferencia de criterios y posiciones sin el imperio de unos criterios sobre otros.

Principios organizacionales

Planificación: Enfocar los recursos disponibles al cumplimiento de la misión aplicando para ello la más modernas metodologías para un adecuado direccionamiento estratégico y en concordancia con los lineamientos establecidos por el Ministerio del Medio Ambiente.

Desarrollo del talento humano hacia un alto nivel profesional: Operar cambios de actitud en el recurso humano comprometido en el cumplimiento de la misión institucional, por medio de la política de capacitación y reconocimiento de méritos, orientados al cabal cumplimiento de sus funciones. Desarrollar niveles óptimos de capacitación y desarrollo de nuevas capacidades para lograr su nueva posición estratégica, logrando la vinculación de la comunidad.

Control por procesos: Ejercer el control gerencial de conformidad con los procesos y procedimientos establecidos en las normas internas, aplicando nuevas y organizadas metodologías de trabajo orientadas a obtener análisis y conclusiones de aplicación de procesos multifuncionales, dotados de objetividad y credibilidad, según el ambiente en el que se devuelvan sus actividades, conduciendo al enfoque de procesos hacia el cliente (usuario, beneficiario o destinatario).

Participación ciudadana: Ejercer la Gestión Ambiental como una función pública, con la participación activa de los ciudadanos.

Trabajo interdisciplinario: Ejercer la Gestión Ambiental en forma integral a través de grupos interdisciplinarios de profesionales de diferentes niveles, especialidades y conocimientos.

La Corporación Autónoma Regional del Quindío CRQ, es una entidad del Estado que, como se menciona en su naturaleza, busca la protección, administración y conservación de los recursos naturales que se encuentran dentro de su jurisdicción, el departamento del Quindío; pero dentro de estas diferentes consideraciones como la misma naturaleza, la misión, la visión, los valores y principios organizacionales, se encuentran características que permiten direccionar diferentes actuaciones en la búsqueda de cumplir con la ejecución de procesos que pueden ser contemplados dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

Dentro de esas características se destaca que la Corporación busca desarrollar procesos constructivos y participativos en los que la comunidad del departamento del Quindío, sea

parte activa y genere procesos ambientales y de desarrollo sostenible, para ser adelantados y ejecutados por la entidad.

Así mismo, la Corporación busca que todos los procesos tanto de inclusión social, como aquellos propios e inherentes a la ejecución de las actividades misionales, se realicen de manera transparente, honesta y respetuosa con el medio ambiente y con los públicos externos, proyectando así una imagen positiva ante la comunidad en general; estos procesos no solamente buscan el cuidado de los recursos naturales, sino que a través de éstos se generen acciones de concertación entre los diferentes actores conllevando a un desarrollo social y coadyuvando a la construcción de la región con mejor calidad de vida.

Es así como la Corporación Autónoma Regional del Quindío CRQ, desde su concepción y direccionamiento estratégico cumple con postulados y realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial, creando la cultura de la transparencia desde lo público, rindiendo cuentas desde el propio accionar constante en el cumplimiento de la misión y no únicamente en los espacios estipulados en la ley para estos procesos.

Programa Aprovechamiento y valorización de residuos sólidos inorgánicos

El Programa Departamental de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos Inorgánicos tiene como objetivo unir esfuerzos técnicos, económicos y administrativos para el fortalecimiento y puesta en marcha de los centros de acopio y de la cadena valorización y comercialización de residuos sólidos inorgánicos en el Departamento del Quindío.

Este programa busca apoyar a los municipios del departamento del Quindío en la implementación de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos PGIRS, dando cumplimiento a la Resolución 1045 de 2003 del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial en ese entonces; con el cumplimiento de estos planes se está logrando articular procesos que conllevan al cumplimiento de procesos de desarrollo sustentable.

Otro de los aspectos importantes, que sin duda hay que resaltar, es que en su ejecución este proceso incluye actores sociales comúnmente conocidos como recicladores, quienes en el programa son concebidos como recuperadores y son los encargados de efectuar el proceso de recuperación de los diferentes residuos, a los que previamente los habitantes de los municipios les han realizado el proceso de separación en la fuente, para que después sean entregados en el centro de acopio municipal donde se lleva a cabo la compra de este material, generando así el ingreso económico para el recuperador. Posteriormente se realiza la recolección del material recuperado en los municipios el cual es llevado al centro de acopio departamental, éste lo vende a su vez a empresas que realizan la disposición final; los ingresos percibidos son destinados a la adquisición de servicios para los recuperadores como la afiliación de estos y de sus familias al sistema de seguridad social, el pago de servicios funerarios, entre otros; de igual manera, a través de la Fundación Hernán Mejía Mejía se han realizado con los recuperadores diferentes actividades de reconocimiento y crecimiento personal.

Otro de los aspectos por los cuales este programa puede ser vinculado con el concepto de RSE, es por la búsqueda del desarrollo sustentable. La CRQ en el cumplimiento de las activida-

des legales ha diseñado este programa no solamente para dar cumplimiento a determinadas leyes, sino que en él ha plasmado un proceso que beneficia el ser humano y el ambiente que lo rodea para impulsar procesos de desarrollo sustentable, mediante la generación de empleo con la recuperación de residuos sólidos inorgánicos y su aprovechamiento.

Con la ejecución de este proyecto se están beneficiando 104 personas, que son quienes realizan el proceso de recuperación. La Fundación Hernán Mejía Mejía, dentro del proyecto cumple un papel importante en la medida en que éste busca generar procesos de tipo ambiental en el departamento del Quindío. Igualmente el proyecto se ha formulado para trascender estos procesos ambientales y generar acciones directas a nivel social y de productividad económica.

En este sentido la Corporación, al ser una entidad pública “sin ánimo de lucro”, no puede dentro de sus competencias administrar este proyecto directamente; es por esto que desde la entidad se formula y se entrega a la Fundación Hernán Mejía Mejía, que si bien su figura de Fundación la constituye como una entidad sin ánimo de lucro, si puede administrar y ejecutar este tipo de proyectos; la Corporación en este caso solo cumple un papel de interventoría y de asesoría en temas ambientales para el aprovechamiento de los residuos sólidos recuperados.

La Comunicación en el programa

La Corporación Autónoma Regional del Quindío cuenta con un grupo de comunicaciones, que es transversal a todos los procesos de la entidad; en la formulación de este proyecto se contempló la contratación de profesionales en el área de la comunicación para la ejecución de un plan de medios con el objetivo de publicitar el proyecto a través de los diferentes medios de comunicación de la región.

Los procesos de comunicación en la Corporación podrían ser situados en la era de la información ya que se efectúan de manera unidireccional a través de medios masivos informativos como radio, prensa, televisión y anuncios en portales web; la organización cuenta con medios web 2.0 pero no son usados para generar procesos de comunicación como tal, aprovechando la interactividad que ofrecen, lo que no permite que estos canales se puedan ubicar dentro de la era de la conversación.

En el proceso de implementación del proyecto se generaron espacios de comunicación desde la educación ambiental, ya que un grupo de funcionarios de la entidad fue el encargado de realizar el trabajo de sensibilización de la comunidad frente al tema de separación de residuos en la fuente, mediante visitas domiciliarias a los hogares de los municipios en los que se implementó el proyecto; en este proceso los funcionarios interactuaron con la comunidad sobre un tema específico.

Resultados

De acuerdo al análisis realizado se encontró que este proyecto, en su proceso de construcción, no contó con una visión desde la comunicación estratégica que lograra la perduración en el tiempo a través de la generación de espacios de comunicación de doble vía, que permitieran escuchar a los diferentes stakeholders con el fin de involucrarlos en la planeación y lograr con los mensajes no sólo la sensibilización y apropiación del proyecto sino también el posi-

cionamiento del programa entre las diversas comunidades y, de esta forma, generar sentido de pertenencia hacia éste. La estrategia de comunicación de este proyecto estuvo planteada desde el ámbito informativo y en su desarrollo se privilegió la elaboración y difusión de piezas publicitarias e informativas acerca del mismo.

Con respecto a la comunicación estratégica, el planteamiento fue más desde el aspecto táctico ya que estaba dirigido a informar acerca del proyecto mas no a la generación de procesos de discusión y aprendizaje por parte de los públicos inmersos en éste. Como señala Joan Costa (2009) la comunicación estratégica en la organización evidencia tres dimensiones simultáneas: es vector, es transversal y es instrumental. Es decir, funciona como una magnitud que reúne toda la información (acopia), realiza el desarrollo conceptual, define los mensajes y los contenidos (la organiza) y los distribuye, acompañando su recorrido y evaluando su efectividad. Igualmente, esa comunicación es transversal dado que termina por convertirse en un flujo que recorre y alimenta toda la estructura organizacional y traspasa las fronteras físicas para dialogar con los grupos de interés de la organización y proyectarla. Así mismo, es instrumental porque las técnicas y herramientas hacen visibles las estrategias, las políticas, los proyectos y planes.

En conversación personal realizada el martes 14 de agosto de 2012 con Marisela Arbeláez López, quien ejerció el cargo de coordinadora de la oficina de comunicaciones de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, a la pregunta sobre cómo se realizó el plan de comunicaciones y como se comunican en la entidad, respondió, *“El plan de comunicaciones de la entidad fue elaborado desde un enfoque informativo dando a conocer la información institucional desde diferentes medios de comunicación como prensa, radio y televisión, dentro del plan no se contó con la inclusión de medios que generaran procesos de retroalimentación, de esta misma forma fue generado el plan de medios para el programa de los centros de acopio”*

De igual manera dentro de las encuestas aplicadas a los públicos externos, la gran mayoría respondió que conocen la Corporación Autónoma Regional del Quindío y algunas de sus funciones, pero no conocen acerca de programas de Responsabilidad Social Empresarial adelantados por la entidad.

En los diferentes municipios del Departamento se realizó con las comunidades un proceso de sensibilización y educación ambiental con el objetivo de que éstas hicieran parte del trabajo de aprovechamiento de residuos sólidos en el proceso de separación en la fuente de dichos residuos. Los talleres estuvieron a cargo del grupo de educación ambiental de la Corporación, el cual fue clave en el desarrollo del Programa, dado que producto de este trabajo se logró un engranaje entre los generadores de residuos, los recuperadores y los centros de acopio y facilitó el proceso de aprovechamiento.

Julio Ernesto González, uno de los recuperadores del municipio de Buenavista encuestados como parte del grupo de públicos externos, afirma que *“dentro del programa se han generado buenos resultados gracias al proceso de educación ambiental adelantado por la Corporación en el municipio en el cual realiza sus actividades de recolección de los residuos”*.

El Programa cumple con el proceso de rendición de cuentas a sus diferentes stakeholders y, por ende, evidencia el compromiso de la CRQ con sus valores pues uno de ellos es la transparencia. En este sentido se informa al Consejo Directivo y a la comunidad en general a través de los boletines de prensa, en las Audiencias Públicas de la entidad que se realizan

de manera anual en las que se rinde informe a la comunidad acerca de los avances de los diferentes proyectos que ejecuta la Corporación; en estas audiencias pueden participar todas aquellas personas interesadas. De esta manera se garantiza la transparencia en los procesos, igualmente la información del proyecto puede ser solicitada en cualquier momento por las personas interesadas para realizar la consulta frente al avance de este programa y los resultados obtenidos en los diferentes ámbitos.

En cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial, el proyecto de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos Inorgánicos genera un proceso interesante en el sentido de que está cumpliendo con diferentes postulados de la Responsabilidad Social Empresarial, uno de ellos es la búsqueda del desarrollo sustentable a través del aprovechamiento y valorización de los residuos generados por las personas y le agrega valor al generar procesos sociales de interacción con las personas que realizan la labor de recuperación y con sus familias brindándoles apoyo para el mejoramiento de la calidad de vida, a través de capacitaciones y talleres de reconocimiento y crecimiento personal. Igualmente el programa invierte los recursos obtenidos por la venta final de los residuos sólidos inorgánicos recuperados, en afiliaciones a seguridad social de los recuperadores, pago de servicios funerarios y servicios de ahorro.

Julieta Morales, funcionaria de la Fundación Hernán Mejía Mejía, en conversación personal realizada el jueves 30 de agosto, habla acerca de la labor realizada por esta organización en el tema social, *“en este proceso se han llevado a cabo capacitaciones y talleres con temáticas como el quien soy?, separación en la fuente, creación de redes familiares y sociales para la recuperación ambiental, entre otras, dirigidos a cerca de 100 recuperadores y sus familias en los once municipios del Departamento, en las que se han desarrollado temas de superación personal; en este proceso se han potenciado las madres cabeza de familia y líderes de familias en acción”*.

De otra parte, Lina María Alarcón, funcionaria de la Corporación y coordinadora del programa, en conversación personal llevada a cabo el martes 11 de septiembre, hace énfasis en la importancia del proceso de sostenibilidad y comunitario que se realiza a través del mismo, *“con este programa formulado por la Corporación se ayuda a tener un proceso de sostenibilidad ambiental en el Departamento y con los talleres brindados por la Fundación se complementa ayudando de esta forma a que los recuperadores tengan una mejor calidad de vida para ellos y sus familias”*.

Entre los resultados arrojados por las encuestas realizadas a los públicos internos de la Corporación Autónoma Regional del Quindío, hay que destacar que: no conocen que la entidad adelante procesos de Responsabilidad Social Empresarial. Igualmente las respuestas de los encuestados muestran que la gran mayoría de los funcionarios conciben como los públicos externos o grupos de interés de la Entidad a los usuarios, entendidos éstos como aquellos que deben realizar todo tipo de trámites ambientales en la Corporación; solo la minoría tiene una concepción más amplia acerca de estos grupos. Otra de las conclusiones que arrojaron los resultados es que la imagen que tiene la comunidad acerca de la Entidad es regular o mala.

Las encuestas realizadas a los públicos externos muestran que la imagen que tienen de la entidad es regular, los motivos de esta percepción es que ven a la Corporación Autónoma Regional del Quindío como una entidad corrupta que no cumple con su labor y que es un “fortín” político, conclusiones que se deducen de cuestionamientos informales realizados;

de otra parte, con respecto al concepto de Responsabilidad Social Empresarial que tienen se refiere al momento en que las empresas realizan labores sociales en poblaciones menos favorecidas; de acuerdo con las respuestas, en general existe un conocimiento del programa de aprovechamiento y valorización de residuos sólidos especialmente en los municipios en los que se realizó el proceso de educación ambiental por parte de la Corporación Autónoma Regional del Quindío a través del grupo de educación ambiental.

Frente al tema de Responsabilidad Social Empresarial las directivas de la empresa que fueron entrevistadas sostuvieron que la Corporación Autónoma Regional del Quindío es socialmente responsable en la medida en que genera procesos que responden a un desarrollo sostenible y a una Responsabilidad Ambiental, que finalmente es una de las funciones que por ley debe cumplir la entidad.

Conclusiones

El programa se encuentra formulado para dar cumplimiento a las metas de la CRQ y no como un programa que parte de la iniciativa de la entidad para generar procesos socialmente responsables. La Fundación Entorno Empresa y Medio Ambiente en el Código de gobierno para la empresa sostenible, señala como empresa sostenible “aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general” (2009, p.8). En este caso, la Corporación Autónoma Regional del Quindío, a través del programa de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos y el proceso social que se ha generado alrededor del mismo, contribuye al bienestar de las generaciones actuales y futuras y, por ende, realiza acciones desde los postulados de la Responsabilidad Social Empresarial.

De igual manera, en la construcción y puesta en marcha del programa no se previó una estrategia de comunicaciones con objetivos claros que evidencien ante la comunidad del Departamento del Quindío los alcances del programa; tampoco se partió de un Plan Estratégico de Comunicaciones que sobrepase los procesos informativos para llegar a las comunidades a instaurar procesos de doble vía, en los cuales los stakeholders se apropien y se vuelvan actores participativos en la construcción de la imagen y la reputación de la organización, desde el intercambio de experiencias con la entidad y sus propias percepciones.

La Corporación Autónoma Regional del Quindío debe tener en cuenta que los procesos comunicativos deben estar alineados con los objetivos de la organización, ser participativos y generar la construcción colectiva de significados para tejer redes de sentido común, y así los grupos de interés (stakeholders) adquirirían más sentido de pertenencia con la entidad.

Como la Responsabilidad Social Empresarial no se encuentra explícita en el direccionamiento estratégico de la Corporación, a nivel comunicativo este programa no se consideró como un proceso de RSE, para planificar adecuadamente su promoción, divulgación y comunicación entre los diversos grupos de interés, lo cual se convierte en una oportunidad desaprovechada para la construcción y conservación de la imagen y la reputación. Es decir, se perdió la ocasión para generar entre los stakeholders una percepción positiva de la entidad como socialmente responsable, transparente y comprometida con la protección del medio ambiente y con el desarrollo del Departamento.

Es importante señalar que existe una relación directa entre los postulados, los planes y proyectos de Responsabilidad Social Empresarial, la Comunicación Estratégica y el programa de Aprovechamiento y Valorización de Residuos Sólidos que adelanta la Corporación Autónoma del Quindío en asocio con la Fundación Hernán Mejía Mejía en 11 municipios del departamento, situación que debe ser tenida en cuenta por la oficina de comunicaciones de la Corporación en la planificación de la promoción, divulgación y comunicación de los proyectos y de aspectos importantes e impactantes como el aporte al bienestar de las comunidades, la contribución al desarrollo social de las mismas y la preservación del medio ambiente; es decir, hay que destacar que la CRQ es una empresa sostenible, preocupada por el desarrollo sustentable de la región donde opera. De acuerdo con García A. Alea:

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización. (2007, p. 6)

Partiendo de lo anterior, se recomienda plantear un proceso de comunicación estratégica, teniendo en cuenta la ejecución de este programa y sus resultados; un proceso que esté dirigido a posicionar la imagen de la Corporación Autónoma Regional del Quindío como una entidad socialmente responsable. El mismo debe tener lineamientos como la participación de los grupos de interés y la interlocución, de esta manera la comunicación se puede convertir en un proceso estratégico ya que pone en común los conceptos, permitiendo y generando que sean los funcionarios y la comunidad en general quienes construyan una imagen de una entidad que busca el cumplimiento de sus principios y valores organizacionales y que de igual manera en el cumplimiento de estos se convierte en una empresa socialmente responsable.

Por último, es importante tener en cuenta que existe un modelo de Gestión Ética para Entidades del Estado que reúne los fundamentos conceptuales; se trata del Manual Metodológico del Programa Eficiencia y Rendición de Cuentas en Colombia, elaborado en 2006, el cual plantea la estrategia comunicativa para “construir significado y sentido compartidos en torno a la visión ética de los servidores públicos y a informar de manera amplia dentro de la misma entidad, acerca del avance del proceso de gestión ética”, todo ello desde el enfoque de la comunicación pública e implementadas a través de la comunicación organizacional.

Revisar este manual permitirá dimensionar la estrategia de comunicación desde el aspecto relacionado con la comunicación de la transparencia y la rendición de cuentas, para luego incorporarlo a las acciones, programas y proyectos de la CRQ.

Referencias

- Azuero, D. (2009). *La comunicación de la RSE. Propuestas para un modelo de comunicación responsable*. Cuadernos FORÉTICA (13). Madrid. Grupo Editorial CINCA
- Bozzetti, S. (2009). *Comunicación Estratégica. Portal de Relaciones Públicas*, Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacionestrategica.htm>
- Contreras, H. *Modelo de Gestión para el Cambio Organizacional y Gestión Comunicacional: Caso Banco de Ve / Grupo Sa*. Portal de Relaciones Públicas [on line] {recuperado el 19/07/12} disponible en: <http://www.rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>
- Capriotti Peri, Paul. (2009). *Branding Corporativo Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago de Chile: Andros Impresores.
- _____. *De la Imagen a la Reputación, Análisis de Similitudes y Diferencias*. Revista Razón y Palabra [on line] {recuperado el 19/07/12} disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/Articulo%2013%20CAPRIOTTI%20Imagen%20y%20ReputacionR&P.pdf>
- Castaño G. Esther Julia (2011). *Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada*, en: Revista Lasallista de Investigación - Vol. 8 No. 2
- Costa, Joan (2009). *El DirCom hoy. Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. Barcelona: Costa Punto Com.
- Departamento Administrativo de la Función Pública, *Guía para la Rendición de Cuentas de la Administración Pública a la Ciudadanía* [on line] {19/07/12} disponible en: http://www.transparenciacolombia.org.co/Portals/0/Estudios_informes/Guia_rendicion_de_cuentas.pdf
- Fernandez, C. Carlos., (1999). *La Comunicación en las Organizaciones*. Editorial Trillas, México, 1999.
- Frechilla Marta, Carrillo Manuel, *Reputación Corporativa, el intangible más estratégico, hoy*. [on line] {consultado 18/10/12} disponible en: <http://originalcommunitymanager.com/2012/01/10/reputacion-corporativa-el-intangible-mas-estrategico-hoy/>
- Fundación Entorno Empresa y Medio Ambiente, Universidad de Navarra, PriceWaterhouseCoopeers. (2007). *Código de gobierno para la empresa sostenible* [on line] {recuperado el 20/10/12} disponible en: <http://pymesostenible.es/wp-content/uploads/2007/07/codigo-de-gobierno-para-la-empresa-sostenible.pdf>
- García Alina Alea. (2007). *Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible*. En Revista Futuros No. 17, Vol. V- disponible en: <http://www.revistafuturos.info>
- García Guardia María Luisa, Llorente Barroso Carmen. (2009). *La Responsabilidad Social Corporativa: Una estrategia para conseguir Imagen y Reputación* en: Revista ICONO 14 - N° 13 – pp. 95/124 | 11/2009 | Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías | ISSN: 1697–8293.
- González Esteban, Elsa. (2007). *La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa*. España: VERITAS, vol.II, n° 17.
- Lozano, M. Josep. (2009). *La Empresa Ciudadana como Empresa Responsable y Sostenible*. Colección Estructuras y Procesos, Editorial Trotta
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, epam s.a e.s.p (2008), *Construcción de Criterios Técnicos para el Aprovechamiento y Valorización de Resíduos Sólidos Orgánicos con Alta Tasa de biodegradación, Plásticos, Vidrio, Papel y Cartón*, [on line] {recuperado 31/07/2012} disponible en: http://www.minambiente.gov.co/documentos/4075_170909_criterios_tecnicos_generalidades.pdf
- Rojas, Cornelio. (2003). *El Desarrollo Sustentable: Nuevo Paradigma para la Administración Pública*. Instituto Nacional de Administración Pública.
- Rubio María José. (2006). *Gestión y Comunicación de la Responsabilidad Empresarial*. Claves para un desarrollo competitivo y sostenible. Curso de Verano, Conferencia Inaugural. Forética, Colección Biblioteca Ciencias Sociales: Ediciones Cinca
- Modelo de Gestión Ética para Entidades del Estado. Fundamentos Conceptuales y Manual Metodológico. Programa Eficiencia Rendición de Cuentas en Colombia – Bogotá, 2006. Programa Eficiencia y Rendición de Cuentas en Colombia – Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional – USAID- p.226-228