

**Estrategia Comunicacional como Sustento de la Responsabilidad Social en el
Emprendimiento Trivia Sonrisas de Valledupar.**

Catalán Santiago Jean Carlos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes, y Humanidades ECSAH
Programa: Comunicación Social

2021

**Estrategia Comunicacional como Sustento de la Responsabilidad Social en el
Emprendimiento Trivia Sonrisas de Valledupar.**

Catalán Santiago Jean Carlos

Presentado para optar al título de: Comunicador Social

Asesor (a)

Vides Angelica

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes, y Humanidades ECSAH

Programa: Comunicación Social

Valledupar

2021

Dedicatoria

“El bien que conseguimos para nosotros mismos es precario e inseguro hasta que no lo es para todos y es incorporado en nuestra vida en común”.

Jane Addams.

Nada es fácil, recorrer el camino y avanzar nos permite llegar a la meta, es por ello que dedico este triunfo a mi madre y a mi abuela quienes siempre han estado conmigo en mis momentos más difíciles.

Catalán S, Jean.

Agradecimiento

Quiero agradecer a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia por darme la oportunidad de realizar este proyecto que me permitió conocer la filantropía y optimizar mi pasión por el trabajo social.

A mi asesora Angélica Vides por su gran colaboración y ayuda en cada instante de consulta y soporte durante este proceso de investigación.

A mi familia por ser una pieza clave en este trabajo, por ayudarme a limpiar cada obstáculo del camino.

A Rafael Kohen, a cada uno de sus voluntarios y a los niños cobijados por Trivia sonrisas, mil gracias por abrirme las puertas a este emprendimiento, de su corazón y permitirme aportar mi granito de arena para poder hacer de este un mundo cada vez mejor.

Agradecer también a los obstáculos porque me dieron más fuerzas para poder demostrar al mundo que ni un virus detiene a los valientes, a los soñadores y a los capaces.

Por último y más importante al Dios Eterno, sin él todo esto no sería posible ya que me mantuvo de su mano en cada paso.

Resumen

Ante los constantes cambios que la sociedad ha enfrentado en las últimas décadas, entre ellos los logros científicos y tecnológicos, así como también cambios sociales, económicos y culturales, parece ser que quedan olvidados aspectos fundamentales e indispensables para el desarrollo, individual y social, como son la ética, la responsabilidad social y el desarrollo sustentable. En este sentido el presente proyecto tiene como propósito principal proponer lineamientos teóricos prácticos que permitan aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar. Se sustentó en teorías referenciales de autores como UNESCO, (2008), Arnaiz (2014), Polo y López (2011), entre otros.

Es una investigación de naturaleza cualitativa, adscrita al paradigma etnográfico, la información se adquirió mediante entrevistas semi estructuradas a un grupo de cuatro (4) sujetos (1) influencer periodista, (1) líder venezolano (1) viverista forestal (1) sociólogo a fin de obtener diferentes perspectivas sobre el fenómeno en cuestión. En ese mismo sentido, se aplicó la técnica de análisis cualitativo de la codificación, categorización y triangulación, para sistematizar la información y construir los lineamientos teóricos prácticos como eje principal de la investigación centrados en aplicar Estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia Sonrisas de Valledupar desde una estrategia comunicacional organizativa en perspectiva de red social, el cual permite crear un tejido social sólido y comprometido con la labor desarrollada.

Palabras Clave: Lineamientos - estrategias comunicacionales - responsabilidad social – emprendimiento.

Abstract

Given the constant changes that society has faced in recent decades, including scientific and technological achievements, as well as social, economic and cultural changes, it seems that fundamental and indispensable aspects for individual and social development are being forgotten, such as they are ethics, social responsibility and sustainable development. In this sense, the main purpose of this project is to propose practical theoretical guidelines that allow the application of communication strategies as a basis for social responsibility in the Trivia Sonrisas De Valledupar venture. It was based on referential theories of authors such as UNESCO, (2008), Arnaiz (2014), Polo and López (2011), among others.

It is an investigation of a qualitative nature, ascribed to the ethnographic paradigm, the information was acquired through semi-structured interviews with a group of four (4) subjects (1) influencer journalist, (1) Venezuelan leader (1) forest nurseryman (1) sociologist to in order to obtain different perspectives on the phenomenon in question. In the same sense, the qualitative analysis technique of coding, categorization and triangulation was applied, to systematize the information and build the practical theoretical guidelines as the main axis of the research focused on applying communication strategies as a support for social responsibility in entrepreneurship. Trivia Sonrisas de Valledupar from an organizational communication strategy from a social network perspective, which allows creating a solid social fabric committed to the work carried out.

Keywords: Guidelines - communication strategies - social responsibility - entrepreneurship.

Índice de contenido

Introducción.....	10
Planteamiento del Problema	12
El Problema.....	12
Propósitos de la Investigación.....	16
Propósito General	16
Propósitos Específicos	16
Justificación de la Investigación	17
Marco Teórico	20
Estudios Referenciales	20
Teorías Referenciales	23
Estrategia Comunicacional.....	23
Facilitamiento	23
Diseñamiento.....	24
Responsabilidad Social	24
Principios de la Responsabilidad Social.....	29
Voluntariedad.....	31
Transparencia.....	33
Integración	34
Interacción en Grupos de Interés.....	36

	8
Fases del proceso de Responsabilidad Social.....	38
Diagnos Social.....	39
Estrategias de Acción	41
Balance Social	42
Recorrido Metodológico de la Investigación.....	45
Enfoque Epistemológico	45
Método de Investigación	46
Técnicas de Recolección de Información	48
Selección de Informantes Clave.....	50
Develación de la Información	51
Preludio de la entrevista.....	52
Cotejo y triangulación de la información.....	53
Lineamientos.....	74
Reflexiones Finales	78
Recomendaciones.....	80
Referencias Bibliográficas	82
Anexos	
Entrevistas.....	87
Ilustraciones.....	88

Lista de cuadros

Cuadro 1. Entrevista informante 1	53
---	----

Cuadro 2. Entrevista a informante 2.....	58
Cuadro 3 Entrevista a informante 3.....	63
Cuadro 4. Entrevista a informante 4.....	67
Cuadro 5. Lineamientos para aplicar en el emprendimiento Trivia sonrisas.....	75

Lista de Figuras

Figura 1. Entrevistas A.....	87
Figura 2. Entrevistas B.....	88
figura 3. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas.....	89
Figura 4. Donativos, Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas.....	89
Figura 5. Voluntarios de Trivia Sonrisas, Segunda entrega de alimentos.....	89
Figura 6. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas, Voluntarios Trivia Sonrisas.....	90
Figura 7. Segunda entrega de alimentos de Trivia Sonrisas.....	90
Figura 8. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas	91

Introducción

La sociedad actual es compleja y parte de esta complejidad, se muestra en la diversidad de organizaciones que conviven y actúan: administraciones públicas, empresas, universidades, entre otras. Todas aportan y construyen una sociedad desde ámbitos cada vez más compartidos e interrelacionados. Hoy en día, ya prácticamente no existen, ni diferenciados en actuación ni en ámbitos de responsabilidad exclusivos.

De allí entonces, que, si se observa la evolución de las relaciones entre los agentes sociales en los últimos tiempos, se aprecian colaboraciones cada vez más habituales y estrechas. Esta tendencia es el resultado de la consolidación de una sociedad basada en las relaciones. No existe una sociedad de la empresa ni una sociedad de la administración pública, o una sociedad civil, sino que todas son dimensiones de un único espacio social compartido. Algunos autores denominan a este modelo emergente «sociedad relacional».

Es por ello por lo que en relación con lo anterior puede señalarse que la carrera vertiginosa que se está viviendo en las telecomunicaciones, la ampliación del ámbito geográfico de migración, los nuevos retos medioambientales, son inabarcables desde una sociedad dividida en tres ámbitos aislados. El origen de los nuevos retos es compartido, por lo que se han de afrontar desde un modelo social en el que todos los agentes asuman su cuota de responsabilidad.

Cada vez es más fácil compartir la información. Trabajar en red nos permite alcanzar un grado muy elevado de coordinación y complementariedad entre las acciones. Así, se desarrollan las redes organizativas y se incrementa el potencial de la gobernabilidad a la vez que se hace más complejo. Aparecen objetivos comunes y nuevos modos de alcanzarlos.

Por ellos, los agentes sociales pasan de una relación de clientes y proveedores a una relación de socios. La responsabilidad social de las organizaciones no lucrativas, en una sociedad

que quiere ser sostenible, cada agente empieza a evolucionar hacia modelos social y medioambientalmente más sostenibles. Aparece, entonces, el concepto de la responsabilidad social como manera de entender las organizaciones y actuaciones integrales.

radas con el medio, y respetuosas con los derechos y la dignidad de las personas.

Debido a lo expuesto, en Valledupar en los últimos años se ha experimentado una crisis migratoria de familias venezolanas, que huyen de la difícil situación que atraviesa su país; dentro del éxodo que viven estas comunidades los más vulnerables son los niños, quienes se exponen al hambre y al cambio cultural drástico. Sobre lo anterior surge el emprendimiento Trivia Sonrisas, la cual realiza la labor de llevar alimentos y juguetes a estos niños, con el objetivo de alivianar un poco la difícil situación que muchos de ellos están viviendo.

Esta es la razón de realizar dicha investigación de manera de poder contribuir a mejorar la calidad de vida de estos niños. Se estructuró en 4 momentos: El primero se plantea como la problemática de estudio, el segundo los antecedentes y teorías referenciales que sustentan, así también el momento tres el recorrido metodológico de la investigación, para llegar a un momento cuatro referido a la develación de los datos correspondientes y producto de ellos la propuesta de estudio.

Planteamiento del Problema

El Problema

La vida pone a los individuos a interactuar de manera constante con sus semejantes y el principal elemento de esta interacción es la comunicación, basado en espíritu de aceptación y adaptación, para establecer empatía, logrando mejorar la comprensión y así objetivos comunes dentro de una organización. En sentido más amplio, los elementos de la comunicación deben estar basados en principios de tolerancia y adaptación de las ideas de los demás para contribuir con el bienestar propio y general.

Por lo que desde sus inicios el ser humano como ser social no actúa de manera aislada para satisfacer sus necesidades, sino que interactúa con su entorno para lograrlo. Dentro de esa interacción, debe desarrollar habilidades básicas para relacionarse y el saber comunicarse es una de ellas, debido a que la comunicación es una condición necesaria para la existencia del hombre y uno de los factores más importantes de su desarrollo; sin ella no existirían ni sociedad, ni cultura.

Por lo tanto, quizás la propia sobrevivencia de la humanidad no hubiese sido posible sin la aparición del lenguaje (verbal y no verbal) y esto se debe al hecho de que lo que distingue al hombre de los animales no es solo la razón, también su capacidad para expresarse e intercambiar sus ideas, creaciones y experiencias. La comunicación es el estudio de las muchas maneras en que los seres humanos se relacionan unos con otros mediante el intercambio de mensajes, incluyendo la expresión de la cara, gestos, tonos de voz, palabras, entre otros.

Por consiguiente, la comunicación enfocada desde una visión histórico – social ha sido objeto de un importante número de transformaciones cuya pauta ha estado marcada por los rápidos cambios científicos y tecnológicos acontecidos en el ámbito mundial. Dado que la

comunicación es un hecho existencial que puede ser conceptualizado desde múltiples perspectivas y según el cuerpo de conocimiento al cual se acuda; es que, por sus propias características, por lo que la comunicación representa un proceso interdisciplinario que impacta sobre lo cultural, antropológico, lingüístico, neurológico, psicológico, cibernético, por citar algunos.

Al respecto Gibson y otros (2006), expresan: “la buena comunicación es el hilo común que une a las personas, los planes, las estrategias y el compromiso... la comunicación fomenta la confianza y la cooperación entre los miembros de una empresa”. (p. 428), debido a que permite mayor participación por parte de los empleados, desarrollando en ellos el sentido de pertenencia, sintiéndose como parte importante de ella, por la que debe esforzarse, colaborando para optimizar su funcionamiento.

En razón de lo expuesto, la comunicación es esencial en el quehacer de cualquier grupo, organización o institución, es esencia, a tal efecto, que permite la interacción, integración y transformación de todo cuando la rodea; en este sentido, esa transmisión, así como la transferencia de información que se genera al comunicarse, requiere que las partes involucradas comprendan el mensaje emitido de manera adecuada y eficaz; pues para que exista una verdadera comunicación efectiva, debe haber un entendimiento del mensaje, de modo que se produzca la respuesta deseada en los receptores, representada a través de cambios de conducta u objetivos alcanzados.

Sobre las ideas anteriores en referencia a la comunicación se presenta la Responsabilidad social la cual surge como un nuevo paradigma que va sustituyendo al que solo funciona a partir de la generación de utilidades a cualquier precio, pues se ha comprobado que las organizaciones se desarrollan en forma exitosa, cuando se complementan las variables económicas con un

entorno social favorable, una imagen positiva que genere la lealtad de sus clientes y el orgullo de sus empleados.

Es así que, en diferentes países del mundo como España, México, Estados Unidos, Brasil, entre otros, según la organización Internacional del Trabajo (OIT) (2008), desde hace algunos años se está implementando la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un modelo de gestión empresarial, asumiendo un compromiso social mediante acciones y actividades que contribuyen con el progreso y bienestar de la comunidad, su personal, los clientes y la sociedad en su conjunto, y todo ello ayuda a crear un ambiente propicio para el avance de la empresa.

Con este tipo de gestión, se colabora para el desarrollo humano sostenible de la comunidad local en el que se está inmerso. Es una contribución activa y voluntaria que tiene como objetivo mejorar su situación de competitividad en el mercado y lograr un mayor valor agregado. Con la utilización de este tipo de administración se engloba un conjunto de herramientas, estrategias y sistemas de gestión que se aplican para optimizar el desempeño de los miembros de la organización.

El sector empresarial como actor social importante cuando evidencia actitudes solidarias, responsables, generosas y conductas éticas, sirve de modelo posible de emular por otros integrantes de la sociedad. Este modelo puede ser utilizado por toda clase de empresas sin importar el rubro, tamaño, volumen de negocios, ubicación geográfica. Lo trascendental para ser considerada socialmente responsable, se debe actuar en los asuntos internos, el medio ambiente o el mercadeo responsable.

Planteado de esa manera, resulta interesante analizar el fenómeno de interés para esta investigación, estableciendo la analogía con el contexto social comunitario en donde se desenvuelve, el cual está conformado por capital humano con características similares a quienes

ejecutan sus labores sociales. En las actividades de trabajo, lo fundamental es la aplicación de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes inherentes a las funciones que se desempeña. En este sentido las personas que trabajan en instituciones sin fines de lucro, asociaciones, emprendimientos, fundaciones, también deben asumir compromisos con los grupos de interés tanto internos como externos.

En referencia a los planteamientos anteriores puede señalarse que, una de las problemáticas más grandes que tienen hoy en día las prácticas sociales sin ánimo de lucro para lograr sus objetivos, es la captación de voluntarios, entidades públicas y privadas que se unan a su compromiso de desarrollo social, como es el caso del emprendimiento Trivia Sonrisas de la ciudad de Valledupar, quien centra sus esfuerzos en mejorar la calidad de vida de los niños venezolanos, quienes dentro de la crisis migratoria de su país, son los más vulnerables y los que más se exponen a los peligros.

En un estudio periodístico el (Semanario La Calle, 2019) expone que debido a las precarias condiciones en que viven los migrantes venezolanos los niños suelen ser usados por sus padres para despertar “lastima” en la comunidad y de esta manera mendigar dinero u obligarlos a la venta ambulante, en Valledupar se estipularon para el 2019 alrededor de 2.000 cupos en proyectos de ayuda a la primera infancia asignados para niños venezolanos de bajos recursos o que han sido reclutados por las autoridades debido a las condiciones anteriormente mencionadas de los cuales aproximadamente 900 de estos ya se encuentran ocupados y han sido beneficiados con estas iniciativas que mitigan la problemática. Este panorama desolador nos muestra la situación que los menores experimentan tras la crisis migratoria de su país.

Por otro lado, la Alcaldía de Valledupar, (2019), en una jornada especial de salud en Valledupar en donde fueron atendidos más de 240 niños vulnerables de los cuales 88 eran

venezolanos analizo el estado de estos y descubrió que presentaban enfermedades riesgosas como la desnutrición y se les prestó la atención médica necesaria; en virtud de ello las madres venezolanas solicitaron más jornadas de este tipo que permitan mejorar las condiciones en que viven los niños migrantes en la ciudad.

Es por estas razones que dentro de la investigación que se realiza se busca Diseñar lineamientos teórico prácticos que permitan aplicar Estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia Sonrisas de Valledupar permitiendo mejorar la comunicación horizontal tanto dentro del emprendimiento como con sus redes sociales, así mismo que el mensaje de su labor se masifique llegando a personas que potencialmente quieran a unirse a su trabajo social; de no ser así, seguirá siendo latente la necesidad de apoyar por medio de obras sociales, el desarrollo a la comunidad de niños migrantes en la ciudad de Valledupar.

Propósitos de la Investigación

Propósito General

Proponer lineamientos teórico prácticos que permitan aplicar Estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Propósitos Específicos

Conocer los elementos de la estrategia comunicacional presentes en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Develar los Tipos de Estrategia Comunicacional empleadas en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Comprender los Principios de la Responsabilidad Social aplicados en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Indagar las Fases del proceso de Responsabilidad Social presentes en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Diseñar lineamientos teórico prácticos que permitan aplicar Estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia Sonrisas De Valledupar.

Justificación de la Investigación

Las necesidades del colectivo social están siendo el combustible que motoriza a diferentes organizaciones tanto públicas como privadas a encausarse en alternativas de respuesta que le permitan una sintonía verdadera de los ciudadanos para con su gestión, de esta manera solidifican su estabilidad y por lo tanto la hacen duradera en el tiempo. En ese sentido, América Latina, se ha convertido en un ejemplo de cambios sociales, donde la promoción de normas políticas y leyes tienen como su principal protagonista al ciudadano, así como su comunidad, luego cobra mayor fuerza en el propósito de los gobiernos, organizaciones tanto públicas como privadas de brindar espacios reales para la compensación social tan necesaria en estos tiempos.

La generación de nuevas formas de representación comunitaria también debe ser considerado un producto de esos cambios, por ello constituye un elemento a las organizaciones prestatarias de servicios públicos, a ser tomado en cuenta al momento de presentar sus estrategias y proyectos, debido a que en el colectivo social reside el poder, suficientemente representativo

para lograr que estas instituciones se mantengan en el tiempo, en base a una respuesta positiva sobre necesidades claramente identificadas.

Debido a lo anterior se justifica la investigación desde el punto de vista teórico, puesto que resulta interesante constatar, si en estos contextos se ejecutan programas que orienten a los miembros de las comunidades tanto internos como externos, para resolver problemas, transformar situaciones requeridas y potenciar el compromiso con el desarrollo integral de quienes participan en estas acciones. Para tal efecto, se abordaron una serie de teorías relacionadas con las categorías en estudio para su posterior confrontación y contextualización en el ámbito de la investigación.

Asimismo, desde su perspectiva práctica, se justifica esta investigación ya que, al mejorar las acciones comunicativas de Trivia Sonrisas, se puede captar mayor número de voluntarios, se beneficia una gran población niños venezolanos, por medio de las diversas actividades, se puede influir en el pensamiento colectivo, y así concientizar sobre la importancia de realizar labores sociales, que contribuyan al desarrollo y se fortalezcan los conocimientos sobre las diversas temáticas a tratar.

Por otro lado, desde el punto de vista metodológico, la investigación será realizada bajo los parámetros de autores metodológicos los cuales permiten visualizar el paradigma seleccionado (cualitativo), y a partir de allí poder triangular los datos por medio de la aplicación del instrumento respectivo(entrevistas) y con ello diseñar la propuesta respectiva. Sirviendo además de soporte a nuevas investigaciones que aborden la misma temática.

Así mismo, desde el punto de vista social, la trascendencia de este estudio se fundamenta en información relevante sobre la puesta en práctica del emprendimiento social, entendiendo que la transformación social que persiguen tendrá más actores a medida que se consiga que las

inquietudes sociales de estas personas impregnen a las personas de su alrededor, en un efecto de amplia cobertura. Así mismo, el emprendedor social se caracteriza por su temperamento incansable, la visión, la determinación de realizar acciones buscando como siempre satisfacer necesidades de un entorno.

Marco Teórico

En lo referente al acopio teórico de la postura de distintos autores, se constituye el marco teórico, luego de una amplia revisión bibliográfica que considera los aspectos centrales de la actual investigación, de manera que, a través de su contenido, puedan ser explorados y explicados, permitiendo más adelante la triangulación de las ideas preconcebidas de los autores, la visión de actores sociales que intervienen en el proceso y del investigador propiamente.

Estudios Referenciales

Al momento de hacer la revisión de estudios previos se tiene la investigación de Carrilo de la Cuadra, Y (2020), titulada “Uso de redes sociales como estrategia comunicacional de la UTB durante la pandemia”, la misma fue expuesta en la Universidad Técnica de Babahoyo. En la actualidad observamos cómo las herramientas tecnológicas y las redes sociales sirven de gran ayuda no sólo para el entretenimiento.

Sino que se han convertido en canales de información de manera personal y organizacional por tal motivo este proyecto investigativo busca analizar las redes sociales como estrategia comunicacional de la Universidad Técnica de Babahoyo (UTB) durante la pandemia, es decir, la metodología usada en las plataformas digitales con las cuentas oficiales de la entidad pública tales como Facebook (con mucho mayor alcance) Instagram, Twitter y YouTube.

Para el logro de objetivos de este estudio de caso se utilizó la metodología cualitativa bajo el método descriptivo, en donde además, se entrevistó a la cabeza principal de la Dirección de Comunicación de la Institución de Educación Superior quien compartió información relevante e importante que nos da a conocer el enfoque de la información emitida, el público objetivo, las estrategias utilizadas, las alianzas creadas con otros medios de comunicación, los servicios de

ayuda social que se lograron prestar y con todo esto los resultados obtenidos por la acertada difusión de contenidos desde una perspectiva institucional y académica durante la emergencia sanitaria que hasta el cierre de esta investigación, aqueja aún al país ecuatoriano. El antecedente brinda un aporte al estudio que se desarrolla por cuanto estudia una de las categorías centrales como lo es la estrategia comunicacional, sirviendo como referencia al momento de diseñar los lineamientos respectivos.

Seguidamente se presenta el trabajo expuesto por Mendoza, D; Jaramillo, M y López, D (2020) el cual tiene como título “Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas”, mostrado en la Universidad de la Guajira. Colombia. La responsabilidad social es un tema que ha sido ampliamente utilizado en los últimos años, no solo por empresas, sino también por las instituciones y organizaciones de cualquier tipo, incluidas las educativas que cada día avanzan en este aspecto. El presente artículo tiene como propósito analizar la responsabilidad social de la Universidad de La Guajira en Colombia, desde la visión de las comunidades indígenas Wayuu, asentadas en el entorno operativo directo.

La metodología utilizada en la investigación es de carácter descriptiva, de tipo no experimental, con diseño de campo; las técnicas de recolección de la información fueron el cuestionario y la entrevista, utilizando aspectos de la etnografía. Como resultado del estudio se tiene que las comunidades afirman en gran porcentaje, no haber recibido beneficios por parte de la institución educativa. No les han ofrecido ningún tipo de campaña para mejorar sus condiciones de vivienda, salud, capacitación, recreación, entre otros.

Se concluye, que la Universidad de La Guajira debe atender su responsabilidad social, mediante la ejecución de estrategias, como: Apadrinamiento de escuelas, programas de recreación y deporte, asesoría en la creación de empresas, capacitación para adiestramiento en lo

social y formación de empresarios. El artículo representa un aporte a la investigación que se desarrolla por cuanto hace un análisis bastante importante sobre la responsabilidad social a pesar de que esta referido a un área diferente, las orientaciones pueden ser tomadas en cuenta de manera general, de la misma manera sirviendo de orientación al momento de construir la teoría del estudio que se está desarrollando.

En el mismo orden, se encuentra la investigación de Olivares, C y Sánchez, F (2020) titulada “Responsabilidad social en proyectos de señalética”, expuesta en la Universidad Católica San Antonio. España. La señalética contribuye al bienestar de la sociedad, a la seguridad de la población, a ayudar a descubrir diferentes posibilidades y a la educación. Esta investigación busca demostrar cómo el diseño debe abordar problemas prioritarios de la sociedad y verificar un compromiso con ella y la naturaleza, desde un punto de vista social, ambiental y económico.

Igualmente, colaborar con una sociedad equitativa y justa, teniendo conciencia de los efectos que supone la producción de las señales, su uso y desuso tras ser diseñados y elaborados. Así, la responsabilidad social del diseñador vinculada con la ética y moral debe considerar en todo momento, aspectos deontológicos y referidos con la ergonomía, tanto en su producción como en su funcionamiento.

El estudio representa un aporte significativo para la investigación por cuanto trata una de las categorías centrales como es la responsabilidad social, además de que brinda algunas opciones de instrumentos de evaluación que pueden ser tomados en cuenta al momento de realizar los lineamientos y de igual manera se trabajó con el enfoque cualitativo sirviendo así de modelo y referencia cuando se esté desarrollando la triangulación de la presente investigación.

Teorías Referenciales

. Estrategia Comunicacional

Existen diversas concepciones sobre la definición de estrategia comunicacional. Garrido (2008) por su parte lo define como un marco ordenado que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño a largo plazo por medio de objetivos coherentes, que puedan adaptarse a la operación y tomar sobre la marcha las oportunas medidas correctoras sin son necesarias.

Tal como lo indican los autores antes mencionados, la aplicación de dicha estrategia contempla la selección de los guías, la preparación de la sección de consultas, la comunicación, la realización de las acciones, el apoyo al acompañamiento, un comité de seguimiento y la evaluación de la operación.

Facilitamiento

Según Elías y Mascaray (2008), permite indagar los obstáculos o las dificultades que se interponen en el proceso de comunicación para ser identificados y eliminarlos. En otras palabras, la estrategia actúa sobre aquellos inconvenientes que pudiesen presentar información relevante para la organización, y la cual no ha llegado a su destino para tomar las medidas de actuación de quienes la requieran, por lo que debe ser detectados y apartados.

Por lo que, cuando se aplica la estrategia de facilitamiento, otra de las sugeridas, se procede a eliminar o apartar las trabas o dificultades que se interponen en el proceso de intercomunicación, mediante la identificación de los procedimientos para lograrlo, la programación de actividades para concretar el propósito, realizar las acciones programadas, seguirlas y evaluarlas. Los autores proponen, en tal sentido, no solo reconocer cuáles son las dificultades que se interponen en la fluidez de la comunicación y entorpecen el logro de los

objetivos comunicacionales, sino deshacerse de esos obstáculos de una forma apropiada, en el momento oportuno, a los fines de asegurar el éxito en los fines perseguidos.

Diseñamiento

Tal como lo exponen Elías y Mascaray (2008), es utilizar las técnicas y métodos del diseño en la comunicación interna de la organización, es decir, intracomunicación (redes, flujogramas, gráficos, imágenes, entre otros canales y medios), con el fin de captar la atención de los receptores o destinatarios de la información para despertar su interés, de tal manera que permita abrir la puerta al conocimiento del mensaje que se desea transmitir. En este sentido, Breman (2009) menciona que los objetivos de la estrategia consisten en armonizar, provocar emociones, sugerir valores hacia el cliente interno y externo de una empresa. Igualmente, acota que las etapas de la presente estrategia son:

- a) Elección de profesionales y colaboradores
- b) Confección de maquetas
- c) Elaboración de pre-test
- d) Programación
- e) Realización de acción
- f) Post-test
- g) Evaluación

Por su parte, Philip (1992), expresa que el objetivo del facilitamiento o la facilitación es reducir al mínimo los costes o la incomodidad al cambio que podría experimentar un grupo de personas. Lo que plantea, el autor, es desarrollar campañas de cambio o conducta social a través de publicidad reducida, pero con el apoyo y la aceptación de un grupo de influencia. Dado que esta estrategia pretende controlar las imágenes que sean contraproducentes para lograr los

objetivos trazados y propiciar otras que favorezcan la asimilación de la idea que se desea transmitir, lo cual implica la utilización de técnicas y métodos destinados a captar la atención del potencial receptor y despertar el interés de los destinatarios, en aras de que sean permeables al mensaje que se pretende transmitir.

Para finalizar, si una organización o empresa, por pequeña que sea, desea contribuir al cambio de la conducta social, como es el caso de la Organización Trivias Sonrisas, deberán tomar en cuenta las sugerencias de los citados autores, pues primero debe surgir un cambio interno como organización, para posteriormente, transmitir de manera armónica los cambios en su entorno social, ya que la comunicación ejercida por ellas se refiere al buen uso de las imágenes que favorezcan la comprensión de las ideas que se quieren transmitir y obviar aquellas que resulten contraproducentes a tal fin.

Responsabilidad Social

Al referirse a la responsabilidad social, Guédez (2006), la presenta como el impacto de las acciones organizacionales en los grupos de interés tanto internos como externos. En esta concepción incluye aspectos asociados con la ética de la institución y la describe como la capacidad para brindar a los miembros, beneficios que van más allá de las imposiciones formales y legales. Considera que los intereses de las organizaciones deben ser armonizados y compartidos con los individuos que interactúan dentro o fuera de ella de manera transparente.

Siguiendo los postulados de Guédez (2006), se puede aseverar que el desarrollo de programas de responsabilidad social implica la intención de responder por lo que se hace o deja de hacer, así como por las correspondientes consecuencias de lo que se cumplió o no. Desde esta perspectiva resulta interesante destacar la existencia de interlocutores que preguntan y requieren

respuesta, lo que evidencia la relación entre la organización y sus grupos de interés. Esta dinámica es la que orienta y afianza los procesos que configuran los programas de responsabilidad social.

En esa misma línea de pensamiento, se destaca Chiavenato (2012), quien señala que la responsabilidad social significa el grado de obligaciones que una organización asume por medio de acciones que mejoran el bienestar de la sociedad. Agrega que, en esta búsqueda de beneficio social, se deben adoptar políticas, asumir tanto decisiones, como acciones que vitalicen los intereses, facilitando en consecuencia, el logro de los objetivos organizacionales y sociales.

Desde la perspectiva de la actuación organizacional en función de satisfacer necesidades sociales, la responsabilidad social, es definida por Hernández y otros (2006), como el conjunto de relaciones, obligaciones y deberes generalmente aceptados que las organizaciones tienen con la sociedad. La mayoría de las definiciones de responsabilidad social entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales.

Siguiendo este orden de ideas, la responsabilidad social surge, según Mellado (2009), como una visión de negocios en la cual la organización asume voluntariamente un rol social más amplio, pero no en un sentido filantrópico en sí mismo, sino con el objeto de beneficiarse en conjunto con todos sus públicos. En definitiva, las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de la institución. Precisamente allí es que está el éxito, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas. Cuando las organizaciones alinean sus labores con actividades sociales, la imagen de la institución mejora de una manera inimaginable

Mientras que para López Burian (2006), la responsabilidad social, debe entenderse como “el compromiso de las empresas dirigido a desarrollar una actitud proactiva, teniendo en cuenta las consecuencias de sus propias actividades, tanto en el plano social como el medioambiental”. Este compromiso implica también la forma de actuar de las empresas en su relación con sus empleados, proveedores, comunidad y el medio ambiente.

La ejecución de planes de responsabilidad social, según lo plantea Mellado (2009), no implica necesariamente cambiar todas las actividades desarrolladas cotidianamente por cada empresa, sino gestionarlas considerando el impacto que éstas producen en la sociedad. Por esta razón se afirma que hoy las organizaciones no actúan solamente sobre un mercado, sino sobre una sociedad compleja. Los negocios muestran entonces, una creciente preocupación por el bienestar de la sociedad en su conjunto, así lo plantea Urdaneta (2008).

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos.

Es primordial replantear la responsabilidad social en todas sus dimensiones. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a ocupar un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir el deterioro de los integrantes de la sociedad.

En los planteamientos de Hernández y otros (2007), expone a la responsabilidad social como la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales. Así mismo enfatizan desarrollar su actividad partiendo de unos valores que configuran un comportamiento ético, definiendo una estrategia a corto y mediano plazo que le permita obtener beneficios.

La integración voluntaria de las empresas con los intereses sociales y medioambientales antes mencionada, tal como lo señala Guédez (2006), reflejan que la responsabilidad social se cumple a través de un conjunto de estrategias que permite identificar, atender, anticipar y sobrepasar, las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés, tanto internos como externos.

En correspondencia con el autor anterior, López (2006), agrega que en el escenario actual donde cada vez más se exige la responsabilidad social, se busca la cooperación de diversos grupos de interés representados por el Estado, la sociedad civil, los agentes del mercado y la ciudadanía, incluyen también formas de autorregulación social en las que los actores privados cumplen funciones que son de interés público.

Una vez consideradas las definiciones de responsabilidad social, llama la atención al investigador, resaltar la participación del Estado y de los gobiernos en el diseño de planes que consideren incentivos para que las empresas, escuelas, universidades, gremios y la comunidad en general, participen en la contribución del desarrollo de mejores condiciones de vida de los individuos, es decir, que incluyan entre sus planes de acción la respuesta que deben dar a la sociedad como cuota parte del nivel de responsabilidad que las actividades productivas, educativas, comerciales o de mercadeo que llevan a cabo impactan a la comunidad que conforma su entorno.

Además, también en las definiciones planteadas por los autores, se concluye que existen coincidencias cuando afirman que la responsabilidad social manifiesta el compromiso de la empresa con la sociedad, en cuanto a la identificación de sus necesidades y en lo que respecta a la puesta en marcha de planes, proyectos y actividades que ofrezcan mejoras a la calidad de vida de los diferentes grupos de interés.

Principios de la Responsabilidad Social

Los principios básicos de acuerdo con Guardia y Valles (2007), constituyen la orientación del comportamiento socialmente responsable de todas las organizaciones. Su determinación y aplicación deben ser congruentes con el concepto, objetivos de la responsabilidad social, y las necesidades genéricas de los grupos de interés. Por su parte, Vidal (2015) los define como aquel juicio práctico que deriva inmediatamente de la aceptación de un valor. Del más básico; el valor de toda vida humana, de todo ser humano, éste es el respeto a la dignidad humana.

Expone este último autor, que la dignidad humana es la capacidad del hombre de trascender el mundo, por su inteligencia y libertad de dominarlo. Se siente impulsado a la acción con esa finalidad. Enfatiza que el valor del ser humano es de un orden superior con respecto al de los demás seres del cosmos. Este valor singular de la dignidad humana se presenta como una llamada al respeto incondicionado y absoluto, que debe extenderse a todos los seres humanos.

La dignidad humana es una realidad presente en cada ciudadano, ninguna condición de desprecio no cambiaría el valor inconmensurable de ser humano. Todos son dignos y merecedores de respeto. Para Covey y otros (2002), los cambios generados por las condiciones sociales han llevado a las personas a diseñar sus mapas de vida centrados en principios.

Estima este autor, que una vida centrada en principios no es un fin en sí misma. Es la calidad de nuestro viaje a lo largo del camino de la vida, es el poder y la paz que se experimenta cada día al realizar lo más importante. Insiste que una vida centrada en principios camino y meta son una misma cosa. Con ello procuran una vida de satisfacción, felicidad y formidables resultados en su quehacer tanto personal como familiar y laboral.

Los principios según Covey y otros (2002), cuando son aprehendidos, asidos, cambian los pensamientos, la manera de percibir el entorno. Potencian la disposición para el trabajo, para las relaciones con los otros. Permiten ver las tareas como una oportunidad de crecer, mejorar y ayudar al otro. Esta interiorización aumenta las competencias, amplía las habilidades, la capacidad de actuar, ver las cosas desde otra perspectiva. Con esta amplitud se hace más fácil cambiar los sistemas y hacerlos más efectivos. Esto genera confianza y promueve la solidaridad.

Por su parte, Velazco (2014), reconoce que los principios fundamentales a reconocer como elementos necesarios para llevar a cabo un plan de responsabilidad social serían en primer lugar, la responsabilidad, entendiendo a como la capacidad para reconocer, aceptar y, en su caso, plantear respuestas a las consecuencias de un comportamiento realizado conscientemente. En segundo lugar, lo social, asumiéndolo como la cualidad de la persona como elemento integrante de un sistema colectivo. Finalmente, en tercer lugar, la corporación o entidad de interés público o privado, comúnmente asociada a un proyecto económico, en particular, la empresa.

Los señalamientos anteriores reflejan la importancia de los principios como plataforma, para conducir las acciones tanto personales como profesionales. Los programas de RS forman parte de estas funciones, razón por la cual resulta interesante destacar para su desarrollo los siguientes: voluntariedad, transparencia, integración e interacción en los grupos de interés. Para

efectos de su descripción se detallan en forma individual, aunque resulta interesante aclarar, que éstos deben establecer una relación permanente y dinámica.

Es importante resaltar, después de analizar los planteamientos de los diferentes autores consultados, la necesidad de sensibilizar a los individuos a vivir en condiciones que permitan el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas que consideren los valores y principios en su formación, haciendo con esto un impacto positivo a la sociedad.

Voluntariedad

El carácter voluntario responde al hecho de que objetivamente, resulta imposible definir una visión común sobre RS para todas las organizaciones; ésta se asocia con la filosofía y cultura derivada de los valores colectivos. Lo que constituye una cuestión medioambiental para una entidad bancaria no es lo mismo para una escuela. Existen diferencias, las cuales se agudizan por la ubicación, el tamaño, la personalidad jurídica, entre otras. No existe una respuesta única para todas las situaciones.

Esos planteamientos ponen de manifiesto, que toda organización al emprender una iniciativa social debe apoyarse en los fines estratégicos, aspecto éste que según Francés (2008), permite conocer el entorno del espacio que se pretende intervenir; esto es las oportunidades y riesgos de la comunidad de interés. Esto se logra al realizar actividades que faciliten identificar las necesidades y jerarquizarlas. Adicionalmente se podrá medir el impacto, la viabilidad y sostenibilidad en el tiempo de los procesos y acciones ejecutadas.

Paralelamente, es preciso indagar también lo inherente al contexto interno; ello implica la identificación de los actores clave, sus motivaciones, competencias y disposición para poner al servicio de la causa social, todo lo que configura su referencia personal y profesional. La fusión

de los dos análisis: externo e interno, pondrá de manifiesto la magnitud del trabajo por emprender y en ese sentido las personas implicadas desarrollarán el sentido de compromiso y el apoyo a la causa será voluntario e intencional.

La identificación con la labor social iniciada vitalizará las tareas que cada cual realice. Desde esta perspectiva se puede suponer el impacto positivo que se puede producir en los grupos de interés y el retorno hacia la institución, el cual podría estar impregnado de una carga de cooperación que servirá de plataforma a la escuela para posicionarse ante la comunidad, afianzando de esa manera su imagen con base en la cooperación de los miembros tanto internos como externos. Toda esta actividad se debe manifestar en acciones voluntarias totalmente claras y transparentes, que constituye el siguiente principio de relevancia.

Asimismo, el alcance del voluntariado, según Guedez (2006), trasciende a la solidaridad como el primer deber que se tiene hacia los otros y que, más allá de los derechos, todos tienen el deber y derecho de ser solidarios. Por otra parte, para el autor, el voluntariado es la acción espontánea de una persona para compartir tiempo, conocimiento, dinero, afecto o cualquier bien o servicio digno que ayude a solventar la carencia de otros. La disposición personal se convierte en voluntariado cuando se estimulan, apoyan y valoran iniciativas para convertirlas en prácticas dentro de las estrategias de responsabilidad social.

En cuanto al principio de voluntariedad, el investigador coincide con los autores consultados sobre el hecho que la responsabilidad social debe asumirse como un acto voluntario, donde exista la participación y la solidaridad como ejes fundamentales para el intercambio de experiencias que conlleven al logro de los objetivos comunes trazados de manera estratégica. La voluntariedad, según el investigador, debe ser considerada como un factor importante en la planificación de diversas actividades, para incentivar a sus miembros a definir de manera

conjunta acciones que permitan cubrir necesidades, planteamientos o requerimientos de la sociedad, donde la reciprocidad puede estar presente.

Transparencia

Este principio, según lo estiman Guardia y Vallés (2007), es uno de los ejes fundamentales de la responsabilidad social, significa que la organización es abierta, tanto a su comportamiento con la sociedad como a las propuestas, demandas y expectativas de los grupos de interés. Cuando se inicia una política de este tipo, es necesario rendir cuentas de todas las actividades producidas. Es importante dar a conocer a los ciudadanos lo que está relacionado con sus derechos tanto sociales, como económicos y ambientales. Si se explican los efectos que las acciones institucionales pueden generar, las personas podrían elegir de manera informada y responsable.

Al referirse a la transparencia, Opazo y Giacoman (2014), sostienen que se concibe al ciudadano como sujeto de derechos y deberes. Cada uno de los derechos trae como contrapartida la responsabilidad o el deber. Al mismo tiempo se entiende que no estamos solos en el mundo. Vivimos con otros, otros que también tienen derechos y responsabilidades. Juntos armamos el tejido social, las relaciones que nos articulan, que nos permiten convivir en el respeto a la dignidad de cada cual y en la tolerancia. La reciprocidad nos invita al pluralismo, a la aceptación de la diversidad y también a realizar acciones de justicia social.

Por su parte Jiménez y otros (2014), resaltan el valor del compromiso con la verdad, que es el alma del saber. La verdad es el fruto de una relación de conocimientos y siempre está en progreso. Ella exige un conjunto de principios éticos para su obtención: respeto a las verdades de las distintas dimensiones del conocimiento; la humildad que nace de que ella siempre se construye al superar las alcanzadas hasta ahora, la capacidad de diálogo para incorporar los

aportes de las distintas disciplinas en su construcción, la honestidad para declarar los límites de la verdad alcanzada; la prudencia para no hacer de ella un mandato que pone en riesgo la dignidad humana. El compromiso con la verdad vitaliza la transparencia en las actividades que engloba la RS.

Finalmente, el investigador opina que los autores consultados coinciden en resaltar, el sentido del compromiso que deben asumir las empresas con los miembros de las comunidades para dar a conocer o explicar las acciones que se llevan a cabo o las planificadas con el objeto de buscar mejores oportunidades en sus condiciones de vida.

Integración

De acuerdo con los postulados de Guardia y Valles (2007), la integración tiene como objetivo articular todas las iniciativas en la cultura, así como también en la gestión estratégica de la institución, de manera que entren a formar parte de su forma de ser y hacer. En este proceso de responsabilidad social (RS), todo lo que sucede atañe a toda la cadena de valor. En ese sentido, se trata de que todos los grupos de interés estén implicados en las actividades que se planifiquen y ejecuten.

Además, agregan los autores, que una de las razones para integrar la RS en la cultura de la organización es que ésta constituye un elemento muy importante para superar uno de los retos que actualmente tienen que afrontar las empresas; ser percibidas como valiosas para la sociedad, transmitir confianza al público y generar valor para los grupos de interés. Al referirse a la integración, Nava (2008), la reseña como la relación dinámica entre la institución educativa y la sociedad, que reconoce su mutua necesidad, por ello, requiere un diálogo permanente. Por un

lado, la sociedad afecta a la organización, influye en ella condicionándola, por otro, ésta coopera con la sociedad, entrega sus talentos para crear conocimientos que la beneficien.

Esta interdependencia, se ve complementada por la necesidad de una mirada transdisciplinaria de su acción, que incorpora un enfoque que reconoce la complejidad de los problemas de la sociedad, abordándolos desde la mayor cantidad de puntos de vista posibles, generando espacios para que cada uno aporte desde la profundidad de su disciplina, integrando las perspectivas del otro, logrando intersecciones que permitan una comprensión más holística de los fenómenos y soluciones que contemplan las distintas dimensiones del problema, desde la fuerza integradora del humanismo y sus exigencias.

A los planteamientos anteriores Urzúa (2011) complementa que el término integración, se relaciona con la toma de conciencia ligada a preocupaciones tanto éticas como interesadas. Se trata, por lo tanto, de una voluntad ética e interesada a la vez de hacer las cosas bien para que todos los beneficiarios internos y externos de los servicios de la organización estén satisfechos. La ética, entonces, no aparece como freno al interés egoísta de la organización sino al contrario como empuje para su provecho. Así se crea una articulación pocas veces practicada entre ética y eficacia.

Basado en el análisis de los aportes de los autores consultados, el investigador considera la responsabilidad social, como la articulación de la organización en un proyecto de promoción social, con principios éticos, de desarrollo social equitativo y sostenible. Trasladando esta acción a la comunidad, la responsabilidad social se puede potenciar mediante el desarrollo de actividades, campañas, eventos sociales comunitarios, donde las organizaciones participen en conjunto aportando sus conocimientos, recursos tecnológicos y asesoramiento profesional.

Interacción en Grupos de Interés

Siguiendo con el análisis de los principios de la RS, Guardia y Valles (2007), refieren que la interacción en grupos de interés se asocia con la capacidad de los miembros de un equipo para interactuar, de manera armónica en función de alcanzar objetivos comunes. Consideran los autores que, en esta dinámica de intercambio de conocimientos, experiencias, vivencias, entre otros el papel de la comunicación es fundamental. Ésta exige percepción y lenguaje de parte tanto del emisor como del receptor. Los efectos interactivos se centran en la retroalimentación como factor que permite saber si se han logrado entender los mensajes emitidos.

Es importante definir que son los grupos de interés a efectos de la responsabilidad social (RS) y para esto Guédez (2006), los define como todas aquellas personas o grupos que son impactados por las acciones de la empresa o que impactan a la empresa como resultado de sus decisiones. Se conoce a los grupos de interés con la expresión en inglés “stakeholders”. Dichos grupos de interés, según González (2007), permiten hacer una comprensión plural de la empresa, permiten conocer a diferentes grupos o individuos que hacen vida en la empresa en cuanto se relacionan con ella, existiendo entre sí, expectativas recíprocas de comportamiento, lo que obliga a asumir una responsabilidad social desde la empresa hacia los diferentes grupos que intervienen en sus actividades.

De la misma manera, se presentan los de Firth, (2014) quien hace énfasis en la comunicación como un elemento primordial en las relaciones de los sujetos que conforman un grupo de interés, ya sea interno o externo. Para explicar este proceso, el autor desarrolla un modelo con una estructura tridimensional con dos elementos en el núcleo: la espiral y la pirámide. En la espiral se visualizan los participantes: el realizador y la audiencia.

El primero emite un mensaje a través de un medio interpretativo, llegando al segundo eslabón; en este momento, se comparte la intimidad de la conexión, que configura el contexto, así cada uno cumple el mismo rol: interpretar el mensaje. A partir de esta interpretación se genera un significado tanto para el realizador, como para la audiencia; cada cual respaldado por sus valores, conocimientos o vivencias. Este proceso se asemeja a la secuencia de una espiral, mediante el cual se logra retroalimentación en función de saber cómo se emitió y percibió el mensaje.

En la misma línea de pensamiento, se puede situar a Nadler, y otros (2006), quienes señalan que la comunicación es una transacción de servicio. Ésta es la prestación de un servicio para una audiencia con el poder de aceptar o no el mensaje y significado. Sostiene además que después de la comunicación, es necesario revisar para saber cuáles fueron los significados que se generaron y cómo se interpretaron. Esto facilita la verificación formal e informal de la interpretación.

Finalmente, como resultado del análisis de los aportes de los autores consultados, el investigador deduce que es función de las empresas ubicadas en el entorno de las comunidades trabajar en conjunto en proyectos de responsabilidad social, atendiendo necesidades en áreas prioritarias, tales como salud, educación, ciudadanía y sustentabilidad donde además se integre a las comunidades.

Igualmente es necesario resaltar, que en las comunidades se deberán conformar canales de comunicación efectivos que permitan a sus miembros compartir experiencias, plantear alternativas de solución a problemas o sencillamente proponer nuevas actividades a ser desarrolladas, donde los miembros que la conforman intervengan y compartan acciones en beneficio del colectivo, tanto desde el entorno interno como desde el externo.

Fases del proceso de Responsabilidad Social

Para hacer frente a las innovaciones o aplicación de nuevos esquemas de trabajo en las instituciones, Senge y otros (2014), sostienen que es necesario entender las disposiciones gubernamentales y su congruencia con las acciones que se deben implementar, atendiendo el diseño formal; es decir estrategias de guía, políticas y reglas existentes. Así como también, el diseño emergente; referido a la forma como la gente rediseña la organización mientras vive en ella. La armonía entre estos dos componentes es la que produce la eficacia en la implementación de los cambios.

La puesta en práctica de los procesos de cambio, se desarrollan a partir de una secuencia de pasos que interactúan para vitalizar la institución, esta sucesión de pasos se puede englobar en fases. De allí que las fases son un conjunto de pasos que incluyen actividades y recursos tanto humanos como materiales y tecnológicos, que facilitan la consolidación de metas mediante el logro de objetivos.

Las fases que se implementan en los programas de RS, permiten sistematizar el trabajo individual y colectivo en una metodología de equipo cuya esencia es el aprendizaje. Para Gore (2013), la fortaleza de un programa se centra en la validez interna de éste, la cual se soporta en la alineación de la carga referencial del talento humano que interviene, con los objetivos institucionales. En otras palabras, minimiza la brecha entre lo que las personas saben hacer y lo que deben realizar. El conjunto de fases que involucra la aplicación de un programa de RS, configura un ciclo, el cual evoluciona de manera continua en concordancia con el momento, el espacio y las personas. En relación con el éxito de la aplicación,

Del mismo modo, Quinn (2015) asevera que éste resulta de la claridad que tengan los miembros de la organización acerca del proceso en el que participan. Ese conocimiento les permite integrar los elementos antes contradictorios, las relaciones cambian, los objetivos se formulan de manera compartida y se consolida la sinergia, factor de relevancia para lograr la armonía en los espacios laborales y el entorno.

Los planteamientos anteriores, resaltan el valor de concebir la ejecución de un evento mediante fases. Con ello se admite la ventaja de la planificación como factor de apoyo, para ejecutar planes de acción en respuesta a las necesidades individuales, colectivas y comunitarias. La responsabilidad social, está orientada precisamente a satisfacer las carencias que exponen los grupos de interés tanto internos como externos.

Según lo planteado por los autores, el investigador resalta la importancia de la secuencia lógica y ordenada de las acciones a seguir para que los planes se lleven a cabo de manera sistemática, garantizando un orden que permita el logro de los objetivos trazados. En ese sentido la RS, se soporta en la interacción de la diagnosis social con las estrategias de acción y el balance que se realiza para constatar avances o detectar retrocesos en los planes ejecutados. Por esta razón, resulta interesante detallar cada uno de estos componentes que constituyen las fases que se aplican, en los programas formulados por la organización con la participación de los miembros interesados.

Diagnosis Social

La fase de diagnosis social tiene como objetivo precisar las principales necesidades del entorno social. De acuerdo con Colomer (2009), es un procedimiento utilizado para detectar carencias, problemas y dificultades. Igualmente, la oportunidad para descubrir las

potencialidades individuales, grupales e institucionales. La ventaja de elaborar un diagnóstico social es que sirve para determinar el tipo de intervención más adecuada para modificar las situaciones deficientes que están presentes y que son susceptibles de mejoría.

Paralelamente pone en evidencia las capacidades cognitivas, afectivas y sociales de los integrantes de los grupos de interés que servirán de plataforma para distribuir tareas y actividades de manera coherente. Al referirse al diagnóstico social, Gómez y Basa (2012) consideran que es una fase fundamental para dar el primer paso de una iniciativa social, ya que ésta exige tomar decisiones sobre asuntos desconocidos, y es en este momento, que los hallazgos que brinda el diagnóstico facilitan la selección de la alternativa de acción sobre una base segura.

Agregan los autores precedentes, que la finalidad del diagnóstico social es aportar elementos suficientes y necesarios para la explicación de la realidad de cara a la acción y transformación de las condiciones deficientes. Con el análisis de los escenarios de interés, se pueden revelar los núcleos de intervención sobre los cuales se harán las transformaciones, además se obtiene una visión de la naturaleza de los problemas y su magnitud. En consecuencia, se actuaría con certeza y eficiencia.

Por su parte, Sallenave (2012) considera que el diagnóstico debe desarrollarse en dos perspectivas; una referida al estado actual de la organización que denomina estático y el otro dinámico o pronóstico relativo a la capacidad de la institución para llevar a cabo un programa de intervención. Estima que esta perspectiva es más importante, pues orienta la selección de estrategias adecuadas a la evolución del medio. El análisis realizado a los planteamientos de los autores citados permite resaltar que como primera fase o paso inicial en una adecuada estrategia de responsabilidad social estará la evaluación, el estudio o análisis de la situación actual del

entorno, que permita reconocer lo existente pero también definir lo necesario, siempre en miras de lograr mejorías en la situación actual.

Lo referido anteriormente en relación con el diagnóstico social, sirve de referencia a las comunidades para diseñar programas de RS, soportada en descubrimientos de una realidad concreta. Con ello se contextualiza y se describen todos los elementos que forman parte de las condiciones de carencias de ese entorno, sobre el cual se desea intervenir. También es interesante resaltar que el diagnóstico no tiene final, pues mantiene una constante retroalimentación que permite incorporar nuevos datos y orientar nuevas acciones y los ajustes necesarios para alcanzar las metas propuestas.

Estrategias de Acción

La segunda fase mencionada en la secuencia del trabajo de RS, se refiere a las estrategias de acción. Éstas son definidas por Koch (2006), como el patrón de decisiones que intencionalmente o de otra manera establecen la dirección de una organización en periodos fijados y que determinan su destino. Entonces se pueden definir como el conjunto de gestiones que se ejecutan para alcanzar un fin predeterminado. Es el proceso seleccionado mediante el cual se espera lograr un estado futuro.

El diseño de la estrategia según el autor antes citado depende del objetivo a alcanzar y de los recursos disponibles en la organización. Es una compleja red de pensamientos, ideas, experiencias, objetivos, percepciones y expectativas que proveen una guía general para tomar acciones específicas en la búsqueda de fines particulares. Consiste en seleccionar una serie de actividades que permitan alcanzar metas formuladas. De acuerdo con Khadem (2012) formular estrategias e implementarlas es un proceso dinámico, complejo, continuo e integrado, que requiere revisión y ajustes.

El autor arriba citado, considera que la estrategia debe estar alineada con el diagnóstico social. Así como también con los valores y la visión institucional. Añade que el equilibrio entre estos elementos precisará las acciones por realizar, fijando además los parámetros para la revisión permanente de las estrategias aplicadas, promoviendo al mismo tiempo, la interacción de los grupos de interés para lograr las metas propuestas.

Por su parte, Harrington y Harrington (2009) sostienen que una forma adecuada de aplicar estrategias de acción es la gradual. El proceso lo caracterizan como un conjunto de pasos cada vez mayores que debe dar el grupo de interés. En la medida que avancen en sus propósitos, podrán agregar otros elementos a las estrategias iniciales. Estos aspectos son primordiales para los actores de los programas de RS en la organización, pues vitaliza el conocimiento social y comunitario, aspectos relevantes para conducir proyectos de interés colectivo.

Con fundamento en los planteamientos anteriores, el investigador asume la posición de afirmar que los principios del voluntariado, la solidaridad, el compañerismo, el compromiso y la reciprocidad están presentes para definir las mejores estrategias de acción que permitan llevar a cabo todas las acciones necesarias para cubrir las necesidades o carencias detectadas en la fase de la diagnosis social, siempre en busca de respuestas certeras y oportunas que satisfagan a los diferentes grupos de interés.

Balance Social

La tercera y última fase de desarrollo de los programas de RS, expuesta en esta investigación, es el balance social, cuya definición expone Machado (2008), como una herramienta de medición que permite conocer el impacto de los programas ejecutados por las organizaciones. Estima que el manejo de la herramienta permite a la empresa (producto,

servicio) dar cuenta de las acciones ejecutadas, evaluarlas, direccionarlas y conocer el impacto de su aporte a la sociedad del entorno.

Enfatiza la autora, que el balance social permite no solo evaluar los programas, sino también ofrecer directrices para identificar los aspectos de mayor utilidad para la comunidad, potenciando en consecuencia, una acción social más efectiva. Igualmente, considera que el balance social debe respaldarse en el enfoque de desarrollo humano sostenible. Desde esta perspectiva, quienes participan en los programas fortalecen sus competencias cognitivas, afectivas y técnicas, producto del aprendizaje que se genera en las actividades desarrolladas.

En la misma línea de apreciación, se presentan los postulados de Gallego (2012), quien asume el balance social como una herramienta de auditoría social en cuanto permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir cuantitativa y cualitativamente la gestión social de cualquier organización dentro del marco de su RS. Además, la autora en referencia asevera, que su aplicación permitirá un mejor desempeño, lo cual redundará en un mayor prestigio de la organización.

Destaca la misma autora, como beneficio del balance social, la capacidad para planear su gestión para la comunidad sobre la base de la información obtenida en la revisión de las acciones ejecutadas. Esto facilitará formular para períodos posteriores planes y presupuestos sociales. Sugiere como metodología para elaborar el balance los siguientes pasos: Definición del área responsable, explicación del plan de trabajo, conformación del equipo y definición del modelo específico según las características de la organización.

Medir lo social, según lo plantean Alfonso y otros (2008), no puede limitarse a traducir toda actividad de la empresa en términos monetarios, por lo cual es necesaria la utilización de indicadores, porcentajes, cifras absolutas no monetarias, así como formas discursivas que hablen

del resultado de la gestión social de la entidad. Igualmente, en sus fundamentos explicativos Guédez (2006), subraya que el balance social es un instrumento de múltiples alcances: permite rendir cuentas, genera referencias de autoevaluación, precisa datos de información, divulgación y ofrece relaciones para la gestión en tanto que facilita la toma de decisiones.

Los planteamientos sobre desarrollo integral y responsabilidad social dan origen al balance social, así lo plantean Alfonso y otros (2008), describiendo a este balance como un instrumento para valorar en forma precisa los componentes de la aplicación de las políticas de RS en las empresas. Este balance se puede utilizar, como un importante instrumento que no solo contribuye a fundamentar la proyección social de las empresas, sino que, por otra parte, eleva el sentido de pertenencia de los asociados al incrementar su participación en los procesos de administración de sus propios recursos.

En esa valoración de componentes de la responsabilidad social, muy bien pueden formar parte los actores educativos, pues su práctica personal y profesional debe tener como plataforma los principios que dan dirección a los acontecimientos que éstos orientan en sus espacios de trabajo con el desarrollo de metodología que engloban un conjunto de fases que facilitan la implementación de los programas.

Recorrido Metodológico de la Investigación

El desarrollo de una investigación exige la elaboración de un diseño metodológico que permita su acometida de una manera sistémica y coherente, a través del uso de métodos y técnicas que garanticen su aplicación científica. A tal efecto Tamayo y Tamayo (2012), apunta, que la principal utilidad del marco metodológico es ubicar dentro de la investigación los medios e instrumentos que se emplearán en la misma, las técnicas de recolección de datos, validez y fiabilidad del instrumento, el análisis y presentación de los resultados.

Por tanto, el presente momento está dirigido a enunciar los principales lineamientos del diseño metodológico aplicado para el desarrollo de la investigación, contextualizando el problema de investigación enunciado anteriormente, tanto desde una perspectiva general como específica en términos metodológicos, identificando el método de investigación, el diseño de investigación, las técnicas de investigación a emplear y los aspectos relativos al análisis de los resultados obtenidos producto de los instrumentos de recolección de información.

Enfoque Epistemológico

La presente investigación se instaura dentro del paradigma epistemológico post-positivista, de carácter cualitativo, considerando la posición de Ramírez (2007) este declara que en la posición científica pospositivista, el objeto esencial está dirigido a la comprensión de la conducta humana a través del descubrimiento de los significados sociales y su objeto de estudio característico son las interacciones del mundo social, desde una dimensión subjetiva de la realidad social, a la cual reconoce como un conjunto de realidades múltiples.

A la luz de este paradigma, las investigaciones se centran en la descripción y comprensión de lo individual, lo único, lo particular, lo singular de los fenómenos, más que en lo generalizable. El investigador describe las acciones contextualizadas sin buscar nexos causales, tratando de comprender las razones de los individuos para percibir la realidad de una determinada manera.

Así mismo continuando con Martínez (2010), que se refiere a la investigación cualitativa como un procedimiento que trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, y es por su propia naturaleza, dialéctica y sistémica.

Al tal respecto Strauss y otros (2002), definen la investigación cualitativa como aquella mediante la cual se producen hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos, u otros medios de cuantificación, si no al proceso no matemático de interpretación, realizado con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos obtenidos y posteriormente organizarlos en un esquema explicativo teórico.

En el mismo contexto Hernández y otros (2014), refieren que la orientación cualitativa, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. En este sentido, la investigación se consideró cualitativa, en virtud que, a través de las entrevistas, se obtendrá la información que permitirá apoyar las evidencias necesarias para el análisis de las categorías que permitirán profundizar el tema en estudio.

Método de Investigación

Esta investigación se enmarca en un enfoque cualitativo en tal sentido Alonso (2009) reconoce, que, en el estudio sociológico, la orientación cualitativa de la investigación se desarrolla enfocada a la forma como construyen su realidad los miembros de una determinada comunidad a partir de la estructura formal de una organización, donde el lenguaje y las expresiones de los informantes, se transforma en el medio principal para analizar los procesos sociales de producción.

Dentro de este contexto, la metodología cualitativa dispone de métodos sensibles y adecuados para la investigación de una realidad, en donde cada unidad requiere del uso de una lógica no deductiva ni inductiva, sino de una lógica dialéctica, en la cual las partes son comprendidas desde el punto de vista del todo, y este a su vez se modifica y enriquece con la comprensión de aquellas.

Así mismo se abordó el método etnográfico, que en su máxima expresión hace referencia a un enfoque exploratorio del problema a investigar, el uso de las técnicas múltiple y el amplio esfuerzo explícito para comprender los eventos observados, con el significado que tiene para quien lo está expresando. En este método se destaca la observación del investigador, mediante su técnica de investigación, observación participativa, lo que generara una selección de datos de gran interés para llegar a conocer el fenómeno en su máxima expresión y hasta qué punto puede el fenómeno afectar el desempeño de las personas.

Ampliando, el método etnográfico, ha consistido en la producción de estudios de las costumbres creencias, prácticas sociales y religiosas, conocimiento y comportamiento de una cultura particular, generalmente de pueblos o tribus primitivos. De allí que la antropología cultural y social cuenta en la etnografía una rama fundamental, ya que sus posiciones teóricas

dependen, en último análisis, de la integridad, sensibilidad y precisión de las relaciones etnográficas.

Expresa, Martínez (2010), que los etnógrafos son investigadores bien entrenados en el uso de la cinematografía, las grabaciones sonoras, la fotogrametría, la elaboración de mapas, y los principios lingüísticos; su situación ideal de trabajo consiste en compartir la vida y las costumbres del grupo que estudian, hablar su lengua y recoger la información mientras participan en las actividades normales de la gente. El éxito del etnógrafo dependerá de su habilidad y clasificación para interpretar los hechos que viven y observan.

Técnicas de Recolección de Información

Como método de investigación cualitativo, se seleccionó la observación participante y la entrevista, que tienen elementos en común en profundidad. Durante el periodo inicial, la recolección de datos se deja en un segundo plano, siendo prioritario el conocimiento de las personas y del lugar donde se va a realizar la investigación. Lo anterior se explica, que el investigador debe iniciar con una observación participante e ir lentamente al comienzo, formulando preguntas no directivas, estableciendo rapport (sintonía psicológica y emocional) y adaptándose a los participantes, antes que preocuparse de los propósitos de la investigación; para luego poder hacer uso de la técnica de la entrevista.

Sin embargo, la diferencia más importante entre ambas técnicas se refiere al contexto y situación donde se realizan; mientras que los observadores participantes llevan a cabo sus estudios en el medio natural, es decir, en el lugar donde se encuentran las personas observadas, las entrevistas se hacen en lugares especialmente preparados para ese fin. El observador participante tiene una experiencia directa sobre el mundo social donde se hace la investigación.

En términos generales, explica Rusque (2009), que se puede considerar la observación participativa como aquella que logra insertar al investigador en la comunidad y que se mezcle con las demás personas, produciendo el menor grado de cambios posibles en la vida cotidiana de los colaboradores.

Esta técnica de investigación es muy conveniente para un investigador que busca comprender un medio social que le es ajeno, puesto que le permite entrar progresivamente en las actividades de las personas que quiere investigar, con la intención de establecer relaciones abiertas con los investigados. es por esto que la observación participante necesita en principio, la presencia del investigador sea en una comunidad o un lugar de trabajo, una situación o alguna institución.

Por otra parte, se emplea, la entrevista cualitativa, que para Martínez (2010), es la técnica más usada por los investigadores cualitativos para adquirir información. El investigador visita frecuentemente la realidad a estudiar y vive lo más que puede con las personas o grupos que desea investigar, compitiendo sus usos, costumbres, estilos y modalidades de vida. Para lograr esto el investigador debe ser aceptado por esas personas, y solo será en la medida en que sea percibido como una persona franca, honesta. Inofensiva, y digna de confianza. Al participar en sus actividades corrientes y cotidianas, va tomando notas en campo pormenorizadas en el lugar de los hechos o pronto como sea posible.

En las entrevistas se toman notas, que son después revisadas con el fin de completarlas (en caso de que no lo estén) y también para reorientar la observación e investigación. La entrevista cualitativa, consiste entonces en un proceso de carácter comunicativo gracias a la interacción de dos o más individuos, a través de la reconstrucción de los procesos, contenidos y vivencias experimentadas por el entrevistado, esta técnica es más flexible, así como abierta e íntima.

Asimismo, las entrevistas en primera instancia son abiertas e irán estructurándose conforme avanza el trabajo de campo, por lo que se harán a profundidad, llamada también semiestructuradas, es decir, que se basan en formular preguntas flexibles, dinámicas, abiertas, no directivas ni estandarizadas. Para su realización es propicio el encuentro cara a cara entre el investigador y el informante clave.

Selección de Informantes Clave

En sintonía con la naturaleza de la investigación y bajo la perspectiva seleccionada se estimó pertinente la selección de informantes clave considerados por Valles (2010) como las personas que permiten a los investigadores cualitativos acercarse y comprender en profundidad la ‘realidad social’ a estudiar. A decir de Robledo (2019), son aquellas personas que, por sus vivencias, capacidad de empatizar y relaciones que tienen en el campo pueden apadrinar a la investigadora convirtiéndose en una fuente importante de información a la vez que le va abriendo el acceso a otras personas y a nuevos escenarios.

Según aportes de Martínez (2010), la muestra de sujetos, seleccionada cuidadosamente, deben ser representativa, miembros clave, privilegiados en cuanto a su capacidad informativa. Esta información es interpretada en medio de la situación que la genera y a fin de comprender los significados no expresados, el investigador debe conseguir cierto nivel de empatía con los sujetos participantes en el estudio, a diferencia de las observaciones estandarizadas. Este esfuerzo por descubrir las acciones desde distintas perspectivas que poseen los diferentes sujetos involucrados evita que la investigadora pueda asumir una posición de subjetividad exagerada.

De igual manera, para Martín y Salamanca (2017), los estudios cualitativos se caracterizan por usar pequeñas muestras no aleatorias, lo que puede significar una de las limitaciones

planteada en relación al enfoque cualitativo, que es la duda sobre la representatividad de los resultados, sin olvidar que el interés de la investigación cualitativa se centra en un caso específico que presente interés para descubrir significado o reflejar realidades múltiples, dado que la generalización no es un objetivo de la investigación. En referencia a la presente investigación se toman como informantes clave a un grupo de cuatro (4) sujetos (1) influencer periodista, (1) líder venezolano (1) viverista forestal (1) sociólogo, escogidos por su posición y representatividad dentro del objeto de estudio.

En este mismo sentido, Martín y Salamanca (2017) señalan que, la investigación cualitativa evita en lo posible las muestras probabilísticas, ya que lo que se busca son buenos informantes, en otras palabras, personas, lúcidas, reflexivas, bien informadas y dispuestas a dialogar de un modo abierto con el investigador. De este modo, el investigador cualitativo debe definir cuándo y dónde observar, quién puede ser su informante, qué información registrar y de qué manera hacerlo, logrando con este proceso decidir no sólo lo que es relevante, sino también la extracción de muestras de la información disponible.

Se consideró oportuno la consulta a cuatro (4) personalidades pertenecientes al contexto de estudio, los cuales se seleccionaron a través de la indagación sobre el conocimiento que manejan del contenido; el rol que éstos asumen donde laboran, su disposición a colaborar con la investigación y los conocimientos de las temáticas centrales.

Develación de la Información

El momento que se presenta se logró luego del proceso de observación y las entrevistas semiestructuradas, que se realizaron a un grupo de informantes seleccionados previamente de acuerdo a los criterios que la investigación requiere, los mismos dieron a conocer su perspectiva

en cuanto analizar las competencias sociales como componentes del proceso de selección del talento humano en las empresas de asesorías administrativas, financieras y contables colombianas, apoyados en su experiencia, en el campo laboral y sus conocimientos.

Considerando el paradigma asumido en la investigación, los testimonios obtenidos permiten al investigador analizar los mismos, tomando en cuenta además las teóricas referenciales abordadas, de manera que se realice la triangulación de la información, donde el investigador puede plasmar conforme a sus conocimientos, nuevas teorías.

Preludio de la entrevista

En un primer acercamiento, se pudo realizar la observación del contexto, al mismo tiempo que se abordaron distintas personalidades, que sirvieron de guía para determinar los informantes clave, que a su vez pudiesen responder las interrogantes relacionadas con el tema que ocupa el investigador, a saber la estrategia comunicacional como sustento de la responsabilidad social, bajo este criterio, algunos de estos sujetos fueron descartados y otros seleccionados bajo los parámetros de conocimiento, experiencia, disponibilidad y alcance del informante.

Toda vez que fueron seleccionados los informantes, se realizó un segundo encuentro, para de manera formal conocer su perspectiva en cuanto al tema de investigación, permitiéndoles conocer las interrogantes que en principio de la investigación fueron estructuradas, las que a su vez guardan relación con los propósitos del estudio. Es preciso señalar, que el contexto donde se llevaron a cabo las entrevistas fue en la Ciudad de Valledupar, Colombia, en lugares debidamente ambientados, con un ambiente grato y confortable.

Cotejo y triangulación de la información

En cuanto a la organización de la información, se considera apropiado, presentar en una primera parte las entrevistas, que se hicieron a los informantes clave, para luego, presentar los puntos de encuentro o coincidencia, que permita por medio de una reducción esencial, obtener las categorías centrales de estudio, las cuales serán analizadas a través de la triangulación, este proceso se da, aprovechando la opinión de los informantes y la reducción esencial que se hace de estas, confrontando así la realidad con la teorización, esto a su vez permitió que el investigador realice su aporte al estudio.

Luego de realizadas las entrevistas, se procede a plasmar la reducción esencial para conocer las categorías que se desarrollan en la investigación, las cuales se corresponden con los propósitos establecidos inicialmente por el investigador. Este proceso de reducción permite visualizar claramente, los puntos de coincidencia en la percepción de los informantes, que afianzan las categorías del estudio, las cuales a través del proceso de triangulación se explican por medio de las teorías de autores expertos en la temática abordada y el aporte del investigador.

Cuadro 1.

Entrevista a Informante 1.

INFORMANTE 1				
Influencer periodista				
Interrogante 1	Interrogante 2	Interrogante 3	Interrogante 4	Interrogante 5

<p>¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento Trivia sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento Trivia sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento Trivia sonrisa de Valledupar?</p>	<p>¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento Trivia sonrisa de Valledupar?</p>	<p>¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento Trivia sonrisa?</p>
<p>Realidad: sí, afirma que conoce elementos que de estrategia comunicacional que el emprendimiento Trivia sonrisas debe tener en cuenta.</p>	<p>Realidad: lo principal es tener un plan de empresa o emprendimiento en este caso que nos lleve a cumplir las metas que se pretenden alcanzar, un plan de marketing, la idea es que el trabajo social de Trivia sonrisas se masifique para conseguir más voluntarios, añadiendo la necesidad de crear un</p>	<p>Realidad: la transparencia, (toma agua) comenta que se debe demostrar a la comunidad y voluntarios que los recursos que recibe el emprendimiento Trivia sonrisas realmente están siendo destinados para el trabajo social; luego de una breve pausa también comenta que se debe mantener un comportamiento netamente ético durante todos los</p>	<p>Realidad: todas las fases son necesarias para ser aplicadas en cualquier proceso que desee llevar una empresa o una persona que desee realizar trabajo social, dice que desde la preparación hasta la revisión de si los objetivos se están o no cumpliendo; pero lo principal sería una planificación estratégica y operativa que</p>	<p>Realidad: principalmente el análisis de la comunicación tanto interna como externa que está manejando el emprendimiento Trivia Sonrisas de Valledupar, seguido de una excelente propuesta de plan estratégico que permita cumplir los objetivos de Trivia con respecto al trabajo social que</p>

	calendario y realizar gestiones para que estos planes se lleven a cabo de manera satisfactoria.	procesos que lleve a cabo y siempre haciendo respetar los derechos humanos. Luego dice asentando la cabeza que esto último es lo más importante.	permitan trazar un rumbo a conseguir estos objetivos que se desean, terminando con una sonrisa.	realizan en la ciudad.
Teoría: Garrido (2008) las define como un marco ordenado que integran los recursos de comunicación corporativa en un diseño a largo plazo por medio de objetivos coherentes, que puedan adaptarse y sean rentables para la organización, la percepción particular de este	Teoría: López Viera(2003) hace referencia a las estrategias de comunicación como el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin	Teoría: En relación con los principios Guardia y Valles (2007), constituyen la orientación del comportamiento socialmente responsable de todas las organizaciones. Su determinación y aplicación deben ser congruentes con el concepto, objetivos de la responsabilidad social, y las necesidades genéricas de los grupos de interés.	Teoría: Senge y otros (2014), sostienen que es necesario entender las disposiciones gubernamentales y su congruencia con las acciones que se deben implementar, atendiendo el diseño formal; es decir estrategias de guía, políticas y reglas existentes. Así como también, el diseño emergente; referido a la forma como la gente rediseña la	Teoría: Quinn (2015) asevera que éste resulta de la claridad que tengan los miembros de la organización acerca del proceso en el que participan. Ese conocimiento les permite integrar los elementos antes contradictorios, las relaciones cambian, los objetivos se formulan de

autor es que la comunicación de las organizaciones siempre será utilizada como estratégica.	perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos (pág. 213).		organización mientras vive en ella.	manera compartida y se consolida la sinergia, factor de relevancia para lograr la armonía en los espacios laborales y el entorno.
Investigador: En referencia a lo expuesto por el informante clave y la opinión de los a los teóricos puede señalarse que las estrategias comunicacionales dentro de un proyecto social van a representar todos aquellos medios dirigidos	Investigador: Analizando lo expuesto por los informantes y los autores referenciados los tipos de estrategias a emplear en la organización Trivia Sonrisa debe de estar adaptado a cada una de las	Investigador: Como investigador considero que todas las personas que participen en un proyecto de responsabilidad social deben estar centrados en lo que de verdad significa y así poder aplicar cada uno de los propósitos que de verdad se quieran	Investigador: Revisando y analizando lo expuesto por el informante clave y la teoría citada puedo decir como investigador que mientras las personas tengan el compromiso suficiente en la actividad que se esté desarrollando,	Investigador: Sobre los lineamientos a desarrollar y la opinión del informante clave de la mano con lo expuesto por los teóricos puede señalarse que cada uno de ellos será expuesto en el momento 5 para así

a lograr sus propósitos a través de una serie de normas, reglas, sistemas o maneras de hacerlo posible.	actividades que emprendan para poder así obtener mejores resultados.	poner en práctica sobre todo el sentido de pertenencia a la labor a desarrollar	los compromisos adquiridos se van a desarrollar de manera exitosa	presentarlo y darle la aplicabilidad respectiva.
Categorías Resultantes: Emprendimiento	Categorías Resultantes: metas, plan de marketing, voluntarios	Categorías Resultantes: transparencia, comportamiento ético, derechos humanos	Categorías Resultantes: preparación, revisión y planificación estratégica	Categorías Resultantes: comunicación interna y externa, plan estratégico

Nota: fuente propia.

Análisis Integrador Informante 1

En lo referente a los resultados obtenidos por el informante clave N 1 , la opinión de los teóricos consultados y la del investigador puede decirse que surgieron algunas categorías emergentes entre ellas el emprendimiento, de hecho así consideraron que era el Programa Trivia Sonrisa, además reflejaron que para toda actividad es necesario un plan de marketing para poder cumplir las metas, de la mano de un conjunto de voluntarios y buscar en lo posible esa transparencia y comportamiento ético en todas las acciones ; para ello es necesario una debida

preparación, revisión de una planificación estratégica , no sin antes poder revisar tanto la comunicación interna como externa para así poder detectar cualquier obstáculo o barrera que se presente.

Cuadro 2.

Entrevista al Informante 2.

INFORMANTE 2				
Sociólogo				
Interrogante 1	Interrogante 2	Interrogante 3	Interrogante 4	Interrogante 5
¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?	¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?	¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?	¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?	¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?

<p>Realidad: sí, dice que ha tenido acercamientos con tema, sí, dice que ha tenido acercamientos con tema.</p>	<p>Realidad: se deben seguir ciertos lineamientos estructurados que lleven a conseguir un fin, en este caso realizar labor social para los niños migrantes de Venezuela que se encuentran en la ciudad de Valledupar, para ello se debe tener un acercamiento con la población objetiva para conocer sus necesidades, luego se debe tener un constante uso de las redes sociales para que las personas conozcan el trabajo que</p>	<p>Realidad: realizar labor social sin ánimo de lucro es lo principal, demostrando la transparencia de la labor que se hace, así mismo dice a que el emprendimiento trivía Sonrisas de exponer al mundo las carencias de esta comunidad como parte de su labor, para generar más apoyo para estos.</p>	<p>Realidad: los procesos de responsabilidad social en todas sus fases deben de llevar a que el emprendimiento trivía sonrisas de la ciudad de Valledupar sea un emprendimiento que funcione de manera permanente, continua y en constante mejoramiento.</p>	<p>Realidad: el marketing digital de alguna manera le funciona perfectamente al emprendimiento Trivia sonrisas, ya que por medio de ella se crean lazos sociales; así mismo seguir con las actividades como "Reto al Conocimiento" los cuales afianzan el apoyo que se consigue de parte de los voluntarios, ya que se apadrinan niños, se da a conocer más las necesidades reales de ellos y llegan a más personas.</p>
---	---	--	--	---

	<p>realiza el emprendimiento , de esta manera se unirán más voluntarios y empresas u organizaciones que quieran apoyar esta causa social, así mismo mantener blogs y comunicación con sus voluntarios para mostrar que el trabajo social es transparente.</p>			
<p>Teoría: Según Martínez una estrategia de comunicación es la vía por la que se pretende posicionar determinado...</p>	<p>Teoría: Según Lacassa (2004, p. 203), se puede definir como el ámbito de la planificación de la comunicación o el conjunto de decisiones.</p>	<p>Teoría: Vidal (2005) los define como aquel juicio práctico que deriva inmediatamente de la aceptación...</p>	<p>Teoría: Para Gore (2003), la fortaleza de un programa se centra en la validez interna de éste, la cual se soporta en la alineación de la...</p>	<p>Teoría: De acuerdo con Colomer (2009), es importante realizar una diagnosis social, la cual es un procedimiento...</p>
<p>Teoría: concepto</p>	<p>Teoría: metodológicame</p>	<p>Teoría: de un valor. Del más</p>	<p>Teoría: carga referencial del</p>	<p>Teoría: utilizado para detectar</p>

<p>comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito (2009, pág. 160).</p>	<p>nte estudiada, encadenadas, homogéneas y posteriormente retroalimentadas, encaminadas al objetivo de la creación de la respuesta dirigidas, provocadas por cualquier estímulo de la empresa u organización (comunicativa o experiencial).</p>	<p>básico; el valor de toda vida humana, de todo ser humano, éste es el respeto a la dignidad humana.</p>	<p>talento humano que interviene, con los objetivos institucionales. En otras palabras, minimiza la brecha entre lo que las personas saben hacen y lo que deben realizar.</p>	<p>carencias, problemas y dificultades. Igualmente, la oportunidad para descubrir las potencialidades individuales, grupales e institucionales. La ventaja de elaborar un diagnóstico social es que sirve para determinar el tipo de intervención más adecuada para modificar las situaciones deficientes que están presentes y que son susceptibles de mejoría.</p>
<p>Investigador : En relación con lo expuesto por el informante, demostró poco dominio sobre la pregunta realizada a pesar</p>	<p>Investigador : Como investigador considero que previo a los elementos a utilizar se deben hacer reuniones con el equipo de</p>	<p>Investigador: En esta oportunidad coincido con el informante clave cuando expresan que lo primero que se debe tener en cuenta es el</p>	<p>Investigador: Analizando lo expuesto por el informante considero que la validez interna como lo expresa el autor en cada una de las actividades a</p>	<p>Investigador: Coincido con lo expuesto con el teórico citado al expresar que en todas las actividades debe existir un diagnóstico previo y desde allí</p>

de habérsela hecho de diversas maneras, sin embargo, puedo referir que coincido con el autor cuando expreso que los elementos deben de estar acordes a las actividades que se desarrollen, es decir buscar las particularidades para poder lograr mejores resultados	trabajo de manera de poder seleccionar los elementos más acordes.	valor que tiene el ser humano al momento de hacer una actividad de este tipo.	emprender es el principal aspecto que debe tomarse en cuenta	focalizar el lineamiento a emplear.
Categoría Resultante: acercamientos	Categorías Resultantes: Conocer necesidades, uso de redes sociales, blogs, transparencia	Categorías Resultantes: Labor social sin ánimo de lucro	Categorías Resultantes: constante mejoramiento	Categorías Resultantes: marketing digital, actividad Reto al conocimiento

Nota: fuente propia.

Análisis Integrador Informante 2

En lo referente a los resultados obtenidos por el informante clave N 2 , la opinión de los teóricos consultados y la del investigador puede decirse que emergieron algunas categorías de interés entre ellas el acercamiento considerado aspecto fundamental para poder planificar las actividades, otro elemento serían las redes sociales para promocionarlas una herramienta puede ser el blogs, pero resalto en varias oportunidades que para realizar toda actividad sin fines de lucro la transparencia como valor juega un papel fundamental para el éxito de las mismas, todo ello de la mano de un constante mejoramiento de s actores involucrados y así poder lograr mejores resultados.

Cuadro 3.

Entrevista al Informante 3.

INFORMANTE 3				
Líder venezolano				
Interrogante 1	Interrogante 2	Interrogante 3	Interrogante 4	Interrogante 5
¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?	¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?	¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?	¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?	¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?
Realidad: si conoce algunos	Realidad: una estrategia	Realidad: se debe respetar y	Realidad: las fases son	Realidad: definitivamente el

<p>elementos sobre la estrategia comunicacional.</p>	<p>importante es la comunicación, un buen líder debe de dar a conocer a los miembros de su equipo que es lo que espera de estos y así mismo que estrategias deben seguir para lograr las metas del emprendimiento; se debe tener un plan estratégico del emprendimiento, así mismo incorporar la comunicación de marketing y la captación de fondos como objetivos estratégicos.</p>	<p>salvaguardar los derechos humanos en especial los de los niños, se puede desde la entidad crear campañas contra la corrupción y el fraude en especial para los fondos que deben ir en ende a las comunidades marginadas en especial los niños, estar al tanto de las necesidades de su público objetivo.</p>	<p>necesarias e importantes a implementar, considera que en el estado del emprendimiento Trivia sonrisas se debe para las siguientes actividades, crear un plan estratégico con objetivos claros, por ejemplo, de cuantos niños se desean cobijar y de que manera llegar a hacerlo.</p>	<p>uso de redes sociales, marketing digital y todas las plataformas que lleguen a grandes masas son canales que permiten que se mantenga el trabajo social que Trivia sonrisas está realizando con los niños venezolanos en la ciudad de Valledupar.</p>
<p>Teoría: Elías y Mascara (2008), señalan que las estrategias comunicacionales aparecieron en el Siglo XX, con el transcurrir del</p>	<p>Teoría: Chávez (2010), la define como la indicación de una intervención específicamente comunicacional; es decir, solo sobre el área semiótica o en</p>	<p>Teoría: Chiavenato (2012), quien señala que la responsabilidad social significa el grado de obligaciones que</p>	<p>Teoría: Senge y otros (2014) indican que la RS, se soporta en la interacción de la diagnosis social con las</p>	<p>Teoría: Koch (2006), indica que las estrategias de acción son el patrón de decisiones que intencionalmente o de otra manera establecen la</p>

<p>tiempo se fueron definiendo y clasificando como un conjunto de técnicas aplicadas a humanizar a la organización como respuesta específica en relación con su entorno en el contexto de la comunicación empleadas por la organización, dirigida a lograr sus propósitos a través de una serie de normas, reglas, sistemas o maneras de utilizar medios.</p>	<p>el campo de la imagen de la institución, se corresponde cuando el diagnóstico es realizado por la propia institución.</p>	<p>una organización asume por medio de acciones que mejoran el bienestar de la sociedad. Agrega que, en esta búsqueda de beneficio social, se deben adoptar políticas, asumir tanto decisiones, como acciones que vitalicen los intereses, facilitando en consecuencia, el logro de los objetivos organizacionales y sociales.</p>	<p>estrategias de acción y el balance que se realiza para constatar avances o detectar retrocesos en los planes ejecutados. Por esta razón, resulta interesante detallar cada uno de estos componentes que constituyen las fases que se aplican, en los programas formulados por la organización con la participación de los miembros interesados.</p>	<p>dirección de una organización en periodos fijados y que determinan su destino. Entonces se pueden definir como el conjunto de gestiones que se ejecutan para alcanzar un fin predeterminado. Es el proceso seleccionado mediante el cual se espera lograr un estado futuro.</p>
<p>Investigador: En comunión con el autor, opino que las estrategias</p>	<p>Investigador: las estrategias a emplear van a depender del</p>	<p>Investigador: en cuanto a lo aportado por el informante clave</p>	<p>Investigador: Considero que los principios de la</p>	<p>Investigador: el investigador resalta la importancia de la secuencia lógica y</p>

<p>comunicacionales van a permitir darle visibilidad a todos y cada uno de los programas que se puedan realizar</p>	<p>diagnóstico previo realizado al momento de planificar las actividades</p>	<p>y los teóricos puedo señalar como investigador que para toda actividad se deben adoptar políticas específicas, al igual que las decisiones puntuales para evitar caer en errores que ocasionen consecuencias negativas en las actividades planificadas.</p>	<p>responsabilidad social deben ser discutidos con los miembros del equipo para cada una de las actividades que se van a desarrollar</p>	<p>ordenada de las acciones a seguir para que los planes se lleven a cabo de manera sistemática, garantizando un orden que permita el logro de los objetivos trazados. En ese sentido la RS, se soporta en la interacción de la diagnosis social con las estrategias de acción y el balance que se realiza para constatar avances o detectar retrocesos en los planes ejecutados. Por esta razón, resulta interesante detallar cada uno de estos...</p>
<p>Investigador:</p>	<p>Investigador:</p>	<p>Investigador:</p>	<p>Investigador:</p>	<p>Investigador: componentes que constituyen las fases que se aplican, en los programas formulados por la organización con la participación de los</p>

				miembros interesados.
Categoría Resultante: Ninguna	Categorías Resultantes: comunicación, marketing, plan estratégico, captación de fondos	Categorías Resultantes: derechos humanos, campañas, necesidades de su público objetivo	Categoría Resultante: planes estratégicos	Categorías Resultantes: Redes sociales y marketing digital

Nota: fuente propia.

Análisis Integrador Informante 3

En lo referente a los resultados obtenidos por el informante clave N 3, la opinión de los teóricos consultados y la del investigador puede decirse que resultaron algunas categorías de interés entre las que se pueden mencionar que para realizar las actividades se necesita poner en práctica una buena comunicación, empleando a su vez el marketing, además de un plan estratégico sobre todo al momento de la captación de fondos. Otro aspecto de interés es el valor que debe prevalecer por los seres humanos, es decir respetar sus derechos, haciendo campañas de acuerdo con sus necesidades empleando las redes sociales para la divulgación de estas.

Cuadro 4.

Entrevista al Informante 4.

INFORMANTE 4				
Viverista forestal				
Interrogante 1	Interrogante 2	Interrogante 3	Interrogante 4	Interrogante 5

<p>¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?</p>	<p>¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisas?</p>
<p>Realidad: si tiene algunos conocimientos al respecto.</p>	<p>Realidad: la comunicación horizontal es indispensable para...</p>	<p>Realidad: se debe respetar y se debe verificar que se cumpla con la...</p>	<p>Realidad: se debe tener objetivos claros, además de planes que...</p>	<p>Realidad: la implementación de estrategias para crear redes sociales de</p>
<p>Realidad:</p>	<p>Realidad: que todos los voluntarios del emprendimiento Trivía Sonrisas de Valledupar estén al tanto del trabajo que se está realizando y que sean escuchadas sus opiniones y tenidas en cuenta, así mismo se debe</p>	<p>Realidad: legislación, que haya además una ética y coherencia en lo que se hace dentro y fuera del emprendimiento, luego de una breve pausa comenta que además de que se realice una gestión de impactos y satisfacción de</p>	<p>Realidad: permitan organizar mejor las actividades y el poder conseguir las donaciones que recibe el emprendimiento; se debe además verificar que se estén supliendo necesidades sociales latentes y si se está</p>	<p>Realidad: comunicación y la difusión masiva creo que son herramientas que permiten que Trivía sonrisas se pueda mantener en su labor social por mucho tiempo en la ciudad de Valledupar.</p>

	<p>buscar la manera de crear una especie de tejido social que permita anclar voluntarios, ya sea por medio de la difusión de las actividades y logros de Trivia Sonrisas como emprendimiento para el trabajo social.</p>	<p>expectativas y necesidades, de esta manera el emprendimiento Trivia sonrisas puede medir si se están alcanzando los objetivos y si no, pues buscar la manera de mejorar.</p>	<p>mejorando la calidad de vida de los niños migrantes venezolanos en la ciudad de Valledupar y finalmente se debe hacer crecer esos objetivos para llegar a que el emprendimiento sea escalable.</p>	
<p>Teoría: Guardia y Vallés (2007), considera que uno de los elementos a implementar en estos programas debe ser la transparencia puesto que es uno de los ejes fundamentales de la responsabilidad social, significa que la organización es abierta, tanto a su</p>	<p>Teoría: Un elemento de interés considera Guardia y Valles (2007), es la integración la cual tiene como objetivo articular todas las iniciativas en la cultura, así como también en la gestión estratégica de la institución, de manera que entren a formar</p>	<p>Teoría: Guardia y Valles (2007), refieren que la interacción en grupos de interés se asocia con la capacidad de los miembros de un equipo para interactuar, de manera armónica en función de alcanzar objetivos comunes. Consideran los autores que, en esta dinámica de</p>	<p>Teoría: Una de las fases de interés es la de balance social la cual es definida por Machado (2008), como una herramienta de medición que permite conocer el impacto de los programas ejecutados por las organizaciones. Estima que el manejo de la herramienta</p>	<p>Teoría: Harrington y Harrington (2009) sostienen que una forma adecuada de aplicar estrategias de acción es la gradual. El proceso lo caracterizan como un conjunto de pasos cada vez mayores que debe dar el grupo de interés. En la medida que avancen en sus propósitos, podrán</p>

<p>comportamiento con la sociedad como a las propuestas, demandas y expectativas de los grupos de interés. Cuando se inicia una política de este tipo, es necesario rendir cuentas de todas las actividades producidas.</p>	<p>parte de su forma de ser y hacer. En este proceso de responsabilidad social (RS), todo lo que sucede atañe a toda la cadena de valor. En ese sentido, se trata de que todos los grupos de interés estén implicados en las actividades que se planifiquen y ejecuten.</p>	<p>intercambio de conocimientos, experiencias, vivencias, entre otros el papel de la comunicación es fundamental. Ésta exige percepción y lenguaje de parte tanto del emisor como del receptor.</p>	<p>permite a la empresa (producto, servicio) dar cuenta de las acciones ejecutadas, evaluarlas, direccionarlas y conocer el impacto de su aporte a la sociedad del entorno.</p>	<p>agregar otros elementos a las estrategias iniciales. Estos aspectos son primordiales para los actores de los programas de RS en la organización, pues vitaliza el conocimiento social y comunitario, aspectos relevantes para conducir proyectos de interés colectivo.</p>
<p>Teoría: Es importante dar a conocer a los ciudadanos lo que está relacionado con sus derechos tanto sociales, como económicos y ambientales. Si se explican los efectos que las acciones institucionales</p>	<p>Teoría:</p>	<p>Teoría: Los efectos interactivos se centran en la retroalimentación como factor que permite saber si se han logrado entender los mensajes emitidos.</p>	<p>Teoría: Enfatiza la autora, que el balance social permite no solo evaluar los programas, sino también ofrecer directrices para identificar los aspectos de mayor utilidad para la comunidad,</p>	<p>Teoría:</p>

<p>pueden generar, las personas podrían elegir de manera informada y responsable.</p>			<p>potenciando en consecuencia, una acción social más efectiva. Igualmente, considera que el balance social debe respaldarse en el enfoque de desarrollo humano sostenible. Desde esta perspectiva, quienes participan en los programas fortalecen sus competencias cognitivas, afectivas y técnicas, producto del aprendizaje que se genera en las actividades desarrolladas</p>	
<p>Investigador: En cuanto a la información dada por el informante clave resulto bastante escasa, sin embargo, el</p>	<p>Investigador: como investigador considero pertinente y acorde con el teórico y el</p>	<p>Investigador: Coincido plenamente con lo expuesto por los autores cuando señalan que la socialización de</p>	<p>Investigador: En relación con este aparatado el balance social es otra razón fundamental en estas actividades</p>	<p>Investigador: En cuanto a este aspecto considero como investigador que cada actividad tiene sus estrategias</p>

<p>teórico citado señala que la transparencia es una de las estrategias comunicacional más importante en este tipo de actividades, la cual como investigador considero de sumo interés porque es la que permite verificar y analizar las actividades en todas sus dimensiones.</p>	<p>informante clave que la integración de personas es decir el trabajo en equipo se considera factor fundamental en la realización de estas actividades de labor social sin fines de lucro.</p>	<p>experiencias e información resulta un elemento fundamental para el éxito de las actividades planificadas</p>	<p>puesto que es la rendición de cuentas a todos los entes involucrados que a su vez permite darle realce al programa.</p>	<p>particulares de acuerdo con las necesidades y expectativas del público seleccionado.</p>
<p>Categoría Resultante: Ninguna</p>	<p>Categoría Resultante: Comunicación horizontal</p>	<p>Categorías Resultantes: ética, satisfacción de necesidades y expectativas</p>	<p>Categorías Resultantes: verificación, necesidades sociales</p>	<p>Categoría Resultante: Redes sociales</p>

Nota: fuente propia.

Análisis Integrador Informante 4

En lo referente a los resultados obtenidos por el informante clave N 4 , la opinión de los teóricos consultados y la del investigador puede decirse que al triangular los datos se puede observar que surgieron o emergieron otras categorías de interés entre las que se pueden mencionar la comunicación horizontal, la misma es considerada de suma importancia porque permite darle oportunidad a todos los miembros del equipo que manifiesten sus opiniones sobre la satisfacción de necesidades y expectativas, además permite verificar cada uno de los aspectos planificados, todo ello se puede divulgar empleando redes sociales como herramientas de acción.

Lineamientos

Los lineamientos resultan ser una herramienta de apoyo, cuyo propósito refiere el establecimiento de acciones específicas a seguir, derivada de aquellas actividades desarrolladas en cualquier momento dentro de la empresa. Para, Francés (2009,) “son los postulados fundamentales que plasman los principales aspectos de la estrategia de una empresa u organización de acuerdo con las practicas generalmente establecidas” (p.36).

En tal sentido, luego de realizar el análisis de los resultados se procede a formular estos lineamientos estratégicos con miras a suministrar a las empresas sin ánimo de lucro de la ciudad de Valledupar, una herramienta de trabajo con el fin único de que estas instituciones logren aplicar un programa de responsabilidad social externo que cumpla con todos los aspectos en esta propuesta contenidos. La misma se realizó en atención a los resultados obtenidos y en función de las categorías y subcategorías resultantes.

Cuadro 5.

Lineamientos para aplicar en el emprendimiento Trivia sonrisas de Valledupar.

MUNICIPIO DE VALLEDUPAR – COLOMBIA					
DIRIGIDA A: Comunidad de Valledupar					
RESPONSABLES: Trivia Sonrisas					
LINEAMIENTOS	ESTRATEGIA	ACCIONES	TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS
<p>Buscar diferentes alternativas que permitan cumplir con lo establecido en las diferentes convenciones internacionales con relación al respeto de los derechos humanos.</p>	<p>Desarrollar talleres donde se discuta la declaración universal de los derechos humanos y demás textos que permitan ilustrar al personal sobre la importancia que tiene para la responsabilidad social como respeto a la dignidad humana.</p>	<p>Talleres donde cada integrante manifieste sus conocimientos sobre respeto a los derechos humanos y luego un experto evalúe estos conocimientos.</p> <p>Realizar conversatorios bajo el liderazgo de una persona con dominio en el tema de respeto a los derechos humanos.</p>	<p>Se recomienda que estas actividades sean mensuales, y se dedique como mínimo una hora a cada actividad.</p>	<p>Equipos tecnológicos, hojas blancas, expertos en el área, entre otros</p>	<p>Se espera que con el conocimiento de estos temas los participantes en estos talleres puedan hacer valer sus derechos en cualquier parte donde se encuentren</p>
<p>Fomentar las relaciones de colaboración y</p>	<p>Fomentar la formación en valores en particular la</p>	<p>Se plantean como acciones para ejecutar la estrategia reuniones con el personal</p>	<p>Estas acciones deben ser</p>	<p>Equipos tecnológicos, hojas blancas,</p>	<p>Se espera que con este tipo de reuniones los participantes</p>

cooperación, excluyendo todas las fuerzas de subordinación de la organización.	colaboración, la cooperación y el respeto mediante conversatorios con todos los niveles jerárquicos.	donde un experto inicie un conversatorio sobre el tema y luego todos los presentes tomen parte en el conversatorio.	permanentes en el tiempo y se deben programar por lo menos 2 horas al mes.	expertos en el área, entre otros	
Fomentar los conocimientos elementales para que el personal sea capaz de comprender la importancia del desarrollo sustentable como vía para el aseguramiento de la vida en el planeta.	Efectuar un curso sobre desarrollo sustentable	Dictar un curso teórico práctico sobre desarrollo sustentable que contenga una demostración ambiental como alternativa para que los participantes estén en contacto con la problemática existente y sus posibles soluciones.	Se debe dictar un curso de 24 horas teórico práctico repartido en sesiones de 3 horas.	expertos en el Equipos tecnológicos, hojas blancas, expertos en el área, entre otros. área, entre otros	Con este tipo de actividad se espera que los miembros de las comunidades que participan tomen conciencia de la labor que realiza el emprendimiento Trivia Sonrisa dentro del sector
Promover la mejora en la calidad de vida de las comunidades aledañas a las comunidades, mediante la solución	Realizar un censo de las necesidades perentorias de cada comunidad a los fines de buscarle soluciones.	Ejecutar un censo en cada una de las comunidades aledañas de los sectores con mayor requerimiento, en el cual se determine las necesidades reales que aquejan	Este censo debe hacerse cada vez que se considere que lleguen	Equipos tecnológicos, hojas blancas, expertos en el área, entre otros	Entre los resultados que se esperan uno de los principales es poder minimizar de gran manera las carencias

de necesidades puntuales.		a cada comunidad a los fines de buscarle solución por varias vías.	nuevos migrantes	Equipos tecnológicos, os	sobre todo nutricionales de estos migrantes
Impulsar la filantropía como alternativa de contribuir al desarrollo social	Programar jornadas de donaciones como alternativa para mejorar la condición social de las comunidades.	Ejecutar actividades de donaciones de ropa, juguetes, comida en las comunidades aledañas	Se recomienda que estas actividades sean mensuales, y se dedique como mínimo una hora a cada actividad.	Equipos tecnológicos, hojas blancas, expertos en el área, colaboradores, platos, vasos, equipo de logística, sonido, entre otros P	Se busca por medio de ellos poder contribuir no solo a la salud física sino también a la emocional de los niños migrantes

Nota: Fuente propia.

Reflexiones Finales

Es importante destacar y mencionar que el emprendimiento Trivia Sonrisas ha venido desarrollando varias actividades en las comunidades de Valledupar Colombia sobre todo con niños migrantes venezolanos, las cuales han dado resultados satisfactorios sin embargo es necesario que dentro de la investigación se hagan unas reflexiones después de haber culminado dicho estudio y que como investigador lo considere pertinente.

A partir de las transformaciones sociales y económicas, la necesidad del enfoque y acciones de responsabilidad social son necesarias y sin duda es a partir de ella que se explica los nuevos comportamientos que han aparecido en los últimos años en el mundo de las organizaciones y se espera que sea parte del común no solo de los empresarios sino también del resto de la sociedad.

Es importante destacar que las acciones en este rubro obligan a los técnicos y profesionales involucrados con el trabajo en comunidades conocer y aplicar estrategias que permitan conocer a las comunidades y transmitir procesos de conocimiento, reflexión y propuestas colectivas, a fin de conseguir transformaciones sociales viables, favoreciendo la igualdad, equidad y justicia social.

Asimismo, el contexto de información, formación y práctica socialmente responsable debe variar, ya que no es trabajo exclusivo de empresas o profesionales que opten por intervenciones en comunidades. Este enfoque debe instaurarse desde el campo de formación (escuela, instituciones universidades) y proseguir con la promoción de estas conductas desde esferas sociales. Así las empresas socialmente responsables pueden dar el empuje inicial, pero está en los miembros de la sociedad continuar la promoción de la transformación y cambio social.

Se hace necesario entonces proponer programas de responsabilidad social desde las empresas, lo cual deberían de ser centrado en un enfoque participativo buscando con ello comprometer a las partes interesadas desde el diseño, la ejecución, hasta la evaluación de estas. Los resultados serían intervenciones más inclusivas, sostenibles, pertinentes y consecuentemente una visión de empresa más adecuada para la sociedad, que proporcione red de relaciones y contribuya a configurar la realidad social.

Recomendaciones

Tras culminar el desarrollo de la investigación se presentan a continuación las posibles recomendaciones para las organizaciones o emprendimientos sin fines de lucro. Se recomienda crear alianzas estratégicas con instituciones que otorguen ayudas desde otra perspectiva en el mismo ramo, para desarrollar planes que permitan apoyarse al momento de desarrollar este tipo de actividades.

Propiciar encuentros con entes gubernamentales y empresas privadas para lograr canalizar la mayor cantidad de recursos posibles, así, abarcarían a otras comunidades que carecen de recursos para contribuir con este tipo de población vulnerable.

Realizar encuentros con los representantes de las diferentes instituciones para crear cronograma de actividades en conjunto para lograr alianzas que abarquen mayor número de personas sobre todo a las comunidades cercanas.

Realizar conversatorios entre el recurso humano y las instituciones que entregan ayudas para atender las solicitudes.

Elaborar diagnósticos en las comunidades al momento de otorgar donaciones.

Se recomienda una vez realizadas las actividades presentar un informe veraz y transparente sobre los recursos empleados de manera de hacer valer la misión del emprendimiento es decir prestar el servicio sin fines de lucro.

Se recomienda hacer reuniones periódicas entre los miembros de este emprendimiento con la finalidad de ir afinando detalles en las actividades y evitar así cualquier margen de error que se pueda presentar.

Es importante también mantener un clima armónico entre los miembros del emprendimiento o de cualquier otra organización de manera de proyectar ese espíritu y actitud positiva en las actividades que se desarrollan.

Es importante la divulgación de los resultados de las actividades por medio de las redes sociales con la finalidad de que puedan sumarse otras y así poder ir mejorando y apoyando este tipo de población.

Se sugiere enfocarse en las fortalezas del emprendimiento para alcanzar las metas trazadas, así como también dar cumplimiento a la misión y visión de este.

De igual modo, el apoyo de terceros es fundamental para lograr la proyección de las actividades, generando una mayor eficiencia lo que se convierte en un punto vital para estas organizaciones cuyo propósito es encontrar y otorgar ayudas humanitarias.

Es importante, establecer un proceso de control y seguimiento de las actividades ejecutadas por parte de las fundaciones sin fines de lucro, para el logro de los objetivos planteados de esta manera mejorar la gestión que desarrollan será de ejemplo ante cualquier otras que requieran hacer este tipo de eventos.

Referencias

- Alcaldía de Valledupar. (2019). *En jornada de salud fueron atendidos 240 niños vulnerables y venezolanos*. Recuperado de <http://www.valleduparcesar.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/En-jornada-especial-de-salud-fueron-atendidos-240-ni%C3%B1os-vulnerables-y-venezolanos.aspx>
- Alfonso, J., Rivera C. & Labrador O. (2008). Responsabilidad y Balance Social en las Empresas Cooperativas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XIV. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Alonso, L. E. (2009). *La mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa*. Madrid, editorial Fundamentos.
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Episteme. Venezuela.
- Brema,n A. (2009). *Design Strategy Clarity Guidance Direction*. Recuperado http://www.slideshare.net/Anton_B/design-strategy-1144691.
- Carrilo de la Cuadra, Y. (2020). *Uso de redes sociales como estrategia comunicacional de la UTB durante la pandemia*. Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.
- Chiavenato I. (2012). *Administración. Teoría, procesos y práctica*. 3ª Edición. Editorial McGraw Hill. México.
- Colomer, M. (2015). *Manual y Aplicación de Diagnóstico Social*. Editorial Doménech. España.
- Covey, S. (2012). *Los 7 Hábitos de la Gente Efectiva*. Editorial: Paidós.
- Elías, J., y Mascaray, J. (2008). *Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación: diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontaneo de los productores*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

Firth, D. (2014). *Lo fundamental y lo más efectivo acerca del cambio*. Editorial McGrawHill.

Colombia.

Francés, A. (2008). *Compromiso social. Gerencia para el siglo XXI*. Venezuela. Ediciones IESA.

Gallego, M. (2012). *Balance social como herramienta de auditoria organizacional*. Universidad

EAFIT. Colombia.

Garrido, F. (2008). *Comunicación de la Estrategia. La Efectividad de la dirección*. Ediciones

Deusto. Barcelona.

Gibson, D. y Konopaske (2007). *Elementos del clima organizacional*. Ciencia al día. Madrid,

España.

Gómez, H. y Basa, C. (2012). *Iniciativa social como estrategia competitiva*. Ediciones IESA.

Venezuela.

González, E (2007). La teoría de los Stakeholders, un puente para el desarrollo práctico de la ética

empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Revista Veritas*, 2(17). Universidad

Jaume I. Castellón. España. Disponible en:

http://www.revistaveritas.cl/pfd%20veritas/volumen_II_17/LA%20TEORIA%20DE%20LOS%20STAKEHOLDERS.pdf.

Gore, E. (2013). *Conocimiento colectivo. La formación en el trabajo y la generación de*

capacidades colectivas. Editorial Granica. Argentina.

Guardia, S y Valles, A. (2007). *Responsabilidad social de la empresa. Identidad y valor*.

Universidad de Salamanca. España.

Guédez, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Editorial Planeta.

Venezuela.

- Harrington, M. y Harrington, S. (2002). *Las estrategias y la acción gerencial*. McGraw Hill. Mexico.
- Hernández R., Silvestri K. & Cobis J. (2009). Ética y responsabilidad social en la formación gerencial. *Revista Multiciencias*, 6(3). Núcleo Punto Fijo, Programa de Investigación y Postgrado. Universidad del Zulia. Falcón, Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial. McGraw Hill.
- Hurtado, I. y Toro, J. (2008). *Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempos de cambios*. Edición Episteme consultores. Caracas. Venezuela.
- Jiménez, M. y otros (2014). *Proyecto Universitario construyendo País*. Chile. Universidad de Chile.
- Khadem, R. (2012). *Alineación total. Cómo convertir la visión en realidad*. Editorial Norma. Colombia.
- Koch, P. (2006). *Estrategias gerenciales*. Thompson. Buenos Aires: Argentina.
- López, C. (2006). *El Rol del estado en la Responsabilidad Social de las Empresas, Un Debate Necesario*. Ediciones Instituto de Comunicación y Desarrollo. Uruguay.
- Machado, C. (2014). *Balance Social. Una forma de medición de la responsabilidad social*. Venezuela. Universidad Metropolitana.
- Blanco, M. C. y Salamanca Castro, A. B (2007). *El muestreo en la investigación cualitativa*. Nure Investigación. Disponible en:
<https://www.researchgate.net/publication/290779618> El muestreo en la investigación cualitativa.

- Martínez, M. (2010). *Comportamiento Humano. Nuevos Métodos de Investigación*. Editorial Trillas. Cuarta Reimpresión. México.
- Mellado, C. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas*. Revista de Ciencias Sociales (RCS).
- Mendoza, D; Jaramillo, M y López, D. (2020). *Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas*. Universidad de la Guajira. Colombia.
- Nadler, D. y otros. (2006). *Arquitectura organizativa*. Editorial Granica. España.
- Nava, R. (2008). *III Jornadas de desarrollo gerencial*. Universidad del Zulia. Venezuela.
- Olivares, C. y Sánchez, F. (2020). *Responsabilidad social en proyectos de señalética*. Universidad Católica San Antonio. España.
- Opazo, M. y Giacoman, C. (2014). *Responsabilidad Social y Sistema Universitario Chileno: Visión y Expectativas de los Jóvenes Estudiantes*. Chile.
- Páramo, L y Otálvaro, C (2016). *Investigación alternativa: por la distinción entre posturas epistemológicas y no entre métodos*. Santiago: Universidad de Chile. Chile.
- Quinn, P (2015). *La percepción visual de la orientación es categórico casi vertical y horizontal continuo próximo*. Oxford University Press. Nueva York.
- Ramírez, R (2007). *Los diferentes paradigmas de investigación y sus diferentes modelos de investigación*.
- Robledo, J. (2019). Observación Participante: informantes claves y rol del investigador. *Nure Investigación*, (42), 1-4. Recuperado <http://participamostransformamos.org/materiales/?b5-file=1431&b5-folder=1421>
- Rusque, A. (2009). *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. Edit. Faces Vadell Hermanos. Editores. Caracas, Venezuela.

- Sallenave, J. P. (2012). *Gerencia y planeación estratégica*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Semanario la Calle. Recuerdo de <https://semanariolacalle.com/ninos-en-valledupar-son-usados-para-mendigiar-donde-estan-las-autoridades/>
- Senge, P. y otros (2014). *La danza del cambio*. Editorial Norma. Colombia.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases y técnicas de la investigación cualitativa*. 1era edición. Editorial Universidad de Antioquia. Colombia, Bogotá.
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. 4ta Ed. México. Editorial Limusa.
- Urzúa, R. (2011). *Responsabilidad Social PALESTRA*, Portal de Asuntos Públicos de la Pontificia Universidad Católica del Perú <http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=111>
- Velazco, F. (2014). *La responsabilidad social corporativa o la soteriología empresarial: hacia una ontología como fundamento de la ética empresarial*. IX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Madrid, España.
- Vidal, J. (2015) *Valores y principios. La dignidad humana y sus implicaciones éticas*. Prentice Hall. México.

Anexos

Anexo A

Entrevistas

Figura 1. Entrevistas A.

Encuesta 1

Gissel Zabaleta, Influencer, periodista.

¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

Interlocutor 1 responde con su cabeza que sí, afirma que conoce elementos que de estrategia comunicacional que el emprendimiento trivía sonrisas debe tener en cuenta.

¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

Interlocutor 1 responde sonriente que lo principal es tener un plan de empresa o emprendimiento en este caso que nos lleve a cumplir las metas que se pretenden alcanzar, un plan de marketing, luego de una breve pausa el interlocutor 1 nos dice que la idea es que el trabajo social de Trivía sonrisas se masifique para conseguir más voluntarios, añadiendo la necesidad de crear un calendario y realizar gestiones para que estos planes se lleven a cabo de manera satisfactoria.

¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 1 dice que principalmente la transparencia, (toma agua) comenta que se debe demostrar a la comunidad y voluntarios que los recursos que recibe el emprendimiento Trivía sonrisas realmente están siendo destinados para el trabajo social; luego de una breve pausa también comenta que se debe mantener un comportamiento netamente ético durante todos los procesos que lleve a cabo y siempre haciendo respetar los derechos humanos. Luego dice asentando la cabeza que esto último es lo más importante.

¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 1 Considera que todas las fases son necesarias para ser aplicadas en cualquier proceso que desee llevar una empresa o una persona que desee realizar trabajo social, dice que desde la preparación hasta la revisión de si los objetivos se están o no cumpliendo; pero lo principal sería una planificación estratégica y operativa que permitan trazar un rumbo a conseguir estos objetivos que se desean, terminando con una sonrisa.

¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?

Interlocutor 1. Principalmente el análisis de la comunicación tanto interna como externa que está manejando el emprendimiento Trivía Sonrisas de Valledupar, seguido de una excelente propuesta de plan estratégico que permita cumplir los objetivos de trivía con respecto al trabajo social que realizan en la ciudad.

Encuesta 2

Javier Lorien

¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

interlocutor 2 sí, dice que ha tenido acercamientos con tema.

¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

Interlocutor 2 responde que se deben seguir ciertos lineamientos estructurados que lleven a conseguir un fin, en este caso realizar labor social para los niños migrantes de Venezuela que se encuentran en la ciudad de Valledupar, para ello dice que se debe tener un acercamiento con la población objetiva para conocer sus necesidades, luego de una breve pausa nos comenta que se debe tener un constante uso de las redes sociales para que las personas conozcan el trabajo que realiza el emprendimiento, de esta manera se unirán más voluntarios y empresas u organizaciones que quieran apoyar esta causa social, así mismo mantener blogs y comunicación con sus voluntarios para mostrar que el trabajo social es transparente.

¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 2 comenta que realizar labor social sin ánimo de lucro es lo principal, demostrando la transparencia de la labor que se hace, así mismo dice a que el emprendimiento trivía Sonrisas de exponer al mundo las carencias de esta comunidad como parte de su labor, para generar más apoyo para estos. (pide permiso para retirarse un momento y al volver sigue la entrevista)

¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 2 responde que los procesos de responsabilidad social en todas sus fases deben de llevar a que el emprendimiento trivía sonrisas de la ciudad de Valledupar sea un emprendimiento que funcione de manera permanente, continua y en constante mejoramiento

¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?

Interlocutor 2 afirma que el marketing digital de alguna manera le funciona perfectamente al emprendimiento Trivía sonrisas, ya que por medio de ella se crean lazos sociales; así mismo seguir con las actividades como "Reto al Conocimiento" los cuales afianzan el apoyo que se consigue de parte de los voluntarios, ya que se apadrinan niños, se da a conocer más las necesidades reales de ellos y llegan a más personas (finaliza con una sonrisa).

Nota: Fuente propia..

Figura 2. Entrevistas B.

Encuesta 3

Rafael Morales, ingeniero industrial, magister en sistemas integrados de gestión.

¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

interlocutor 3 dice que si conoce algunos elementos que estrategia comunicacional.

¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

Interlocutor 3 se ve pensativo por unos segundos y responde que una estrategia importante es la comunicación, un buen líder debe de dar a conocer a los miembros de su equipo que es lo que espera de estos y así mismo que estrategias deben seguir para lograr las metas del emprendimiento; se debe tener un plan estratégico del emprendimiento, así mismo incorporar la comunicación de marketing y la captación de fondos como objetivos estratégicos.

Por otro lado, comenta que se podría crear una base de datos de potenciales entidades que puedan contribuir con el emprendimiento y buscar los diversos canales por los cuales pueden dar a conocer su plan y el trabajo social, ya sea vía mail, blog, móvil, redes sociales y multimedia, la cual es muy importante ya que el consumo de páginas como YouTube son masivas y se puede ganar un público interesante que dese contribuir con el emprendimiento.

¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 3 responde que se debe respetar y salvaguardar los derechos humanos en especial los de los niños, se puede desde la entidad crear campañas contra la corrupción y el fraude en especial para los fondos que deben ir en ende a las comunidades marginadas en especial los niños, estar al tanto de las necesidades de su público objetivo.

¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 3 comenta que todas las fases son necesarias e importantes a implementar, considera que en el estado del emprendimiento Trivía sonrisas se debe para las siguientes actividades, crear un pan estratégico con objetivos claros, por ejemplo de cuantos niños se desean cobijar y de que manera llegar a hacerlo; seguido de una implementación de este y verificar si se consiguieron los objetivos propuestos, así mismo se debe dar a conocer los logros que se alcanzaron y aprender de los errores, ver que se mejora y crear así nuevos planes estratégicos.

¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?

Interlocutor 3 responde que definitivamente el uso de redes sociales, marketing digital y todas las plataformas que lleguen a grandes masas son canales que permiten que se mantenga el trabajo social que Trivía sonrisas esta realizando con los niños venezolanos en la ciudad de Valledupar.

Encuesta 4

Ender Rondón, Sociólogo.

¿Conoce usted algunos elementos de estrategias comunicacionales para aportar al emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

interlocutor 4 responde afirmando con la cabeza que tiene algunos conocimientos al respecto.

¿Cuáles serían los tipos de estrategias comunicacional a emplear en el emprendimiento trivía sonrisas de Valledupar?

Interlocutor 4 responde que la comunicación horizontal es indispensable para que todos los voluntarios del emprendimiento Trivía Sonrisas de Valledupar estén al tanto del trabajo que se está realizando y que sean escuchadas sus opiniones y tenidas en cuenta, así mismo se debe buscar la manera de crear una especie de tejido social que permita anclar voluntarios, ya sea por medio de la difusión de las actividades y logros de Trivía Sonrisas como emprendimiento para el trabajo social.

¿Cuáles considera deben ser los principios de responsabilidad social a aplicar en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 4 dice que se debe verificar que se cumpla con la legislación, que halla además una ética y coherencia en lo que se hace dentro y fuera del emprendimiento, luego de una breve pausa comenta que además de que se realice una gestión de impactos y satisfacción de expectativas y necesidades, de esta manera el emprendimiento Trivía sonrisas puede medir si se están alcanzando los objetivos y si no, pues buscar la manera de mejorar.

¿Qué fases del proceso de responsabilidad social pueden aplicarse en el emprendimiento trivía sonrisa de Valledupar?

Interlocutor 4 responde que se debe tener objetivos claros, además de planes que permitan organizar mejor las actividades y el poder conseguir las donaciones que recibe el emprendimiento; se debe además verificar que se estén supliendo necesidades sociales latentes y si se esta mejorando la calidad de vida de los niños migrantes venezolanos en la ciudad de Valledupar y finalmente se debe hacer crecer esos objetivos para llegar a que el emprendimiento sea escalable (haciendo un gesto con su mano hacia arriba).

¿Qué lineamientos teórico-prácticos permitirán aplicar estrategias comunicacionales como sustento de la responsabilidad social en el emprendimiento trivía sonrisa?

Interlocutor 4 piensa un momento y luego de una breve pausa afirma que la implementación de estrategias para crear redes sociales de comunicación y la difusión masiva creo que son herramientas que permiten que Trivía sonrisa se pueda mantener en su labor social por mucho tiempo en la ciudad de Valledupar (finaliza con una sonrisa).

Nota: Fuente propia.

Anexo B

Ilustraciones

Actividad realizada por el emprendimiento Trivía Sonrisa en el Municipio Valledupar.

Se presentan a continuación otro link de enlace donde se pueden visualizar algunas otras actividades realizadas:

<https://www.youtube.com/watch?v=wVIYiRVz5hE>

<https://www.youtube.com/channel/UC-tj38GuyryuWv278t7wv3g/videos>

figura 3. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas.



Nota: se entregaron 225 almuerzos en la esta segunda actividad. tomado de: (Trivia Sonrisas, 2020)

Figura 4. Donativos, Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas.



Tomado de: (Trivia Sonrisas, 2020)

Figura 5. Voluntarios de Trivia Sonrisas, Segunda entrega de alimentos.



Tomado de: (Trivia Sonrisas, 2020)

Figura 6. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas, Voluntarios Trivia Sonrisas.



Nota: tomado de (Trivia Sonrisas, 2020)

Figura 7. Segunda entrega de alimentos de Trivia Sonrisas.



Nota: Familia migrante dedicada a pedir limosnas en las calles de Valledupar, Cesar, Colombia. tomado de: (Trivia Sonrisas, 2020)

Figura 8. Segunda entrega de alimentos Trivia Sonrisas,



Nota: Niños migrantes ubicados en el barrio Bello Horizonte de la ciudad de Valledupar, Cesar, Colombia. tomado de: (Trivia Sonrisas, 2020)