

ARTÍCULO (Págs.21-32)

PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN PARA POTENCIAR EL ÁMBITO EXTERNO
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL CENTRO DE
CAPACITACIÓN DE ETECSA VILLA CLARA / *COMMUNICATION ACTION PLAN TO
ENHANCE EXTERNAL ENVIRONMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY
IN ETECSA TRAINING CENTER IN VILLA CLARA*

MSc. Mayli Hernández Rodríguez
maylih2@gmail.com
Esp. RRPP. 4 Caminos Producciones
Colectivo Creativo de Producción Audiovisual, Empresa del cine,
RTV Comercial. Cuba

RESUMEN

La presente investigación aborda un plan de acción de comunicación para potenciar el ámbito externo de la responsabilidad social empresarial del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara. Para ello se utilizó la alternativa metodológica cuantitativa, de tipo no experimental con un diseño exploratorio. El tipo de investigación es para la producción, variante de investigación social que se dirige a obtener, con el mayor rigor posible, la información destinada a nutrir la elaboración de productos comunicativos. En la selección de la muestra se emplearon dos tipos de muestras, una probabilística y otra no probabilística. Para la obtención de información en la investigación se utilizaron métodos y técnicas como el análisis documental, la entrevista semiestructurada y el cuestionario. El análisis de los resultados se realizó a través de la triangulación metodológica y de fuentes, además del procesamiento estadístico. Se recomienda implementar el Plan de Acción de Comunicación, así como potenciar la RSE a lo interno del Centro. Socializar y evaluar los resultados de la investigación hacia los públicos externos.

PALABRAS CLAVE

Ámbito externo; Plan de acción de comunicación, Responsabilidad social empresarial

Artículo de investigación. Resultado del Proyecto de investigación en la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba SA ETECSA.

Trabajo científico-metodológico y científico técnico.

Recibido: 1 de julio del 2021 Aprobado: 8 de julio del 2021 Publicado: 26 de septiembre del 2021

ABSTRACT

The present investigation addresses a communication action plan to enhance the external scope of the corporate social responsibility of the ETECSA Training Center in Villa Clara province. For this, the quantitative methodological alternative, non-experimental type with an exploratory design was used. The type of research is for the production, a variant of social research that is directed to obtain, with the greatest rigor as possible, the information aimed at nurturing the elaboration of communicative products. In the selection of the sample, two types of samples were used, a probabilistic and other non-probabilistic. For obtaining information in the investigation, methods and techniques such as documentary analysis, the semi-structured interview and the questionnaire were used. The analysis of the results was carried out through the methodological triangulation and sources, in addition to statistical processing. It is recommended to implement the Communication Action Plan, as well as promote corporate social responsibility to the center. Socialize and evaluate the results of research towards external audiences.

KEYWORDS

Communication action plan; Corporate social responsibility; External sphere

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la gestión empresarial ha variado con respecto al concepto tradicional que se tenía de organizaciones dedicadas a las labores de producción, generación de empleo y riquezas. Este concepto se sustituye por uno más integrador donde la empresa es vista como entidad multifuncional capaz de responder a los requerimientos sociales, culturales, ambientales y legales.

De forma paralela aumenta la conciencia sobre los problemas ambientales del planeta y su incidencia en las actividades económicas. Unido a ello, una creciente exigencia del cumplimiento de los derechos humanos y de las prácticas laborales éticas. En consecuencia, surge la necesidad de un cambio en el sistema de valores y en el desarrollo de comportamientos responsables por parte de las empresas.

El término asociado a estos comportamientos éticos y responsables del cual se apropian las empresas para el desarrollo de sus actividades se denomina como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Este concepto posee una naturaleza polémica y compleja, demostrado en el volumen de investigaciones académicas desde las diferentes ciencias como la economía, la política, las ciencias sociales y ambientalistas. Por esto, no responde a un campo de estudio específico y se encuentra en permanente evolución.

La autora de esta investigación se adscribe al concepto del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social en Brasil (2005). Este concepto es considerado como más genérico y ajustable tanto a la finalidad de la investigación como a la realidad de las empresas cubanas. El mismo plantea que la RSE es:

Una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Los grupos de interés de la empresa vistos desde la RSE son divididos en dos ámbitos fundamentales: interno y externo. Existe también gran diversidad de clasificaciones, pero en sentido general el ámbito interno de la RSE lo constituyen: la gestión de los recursos humanos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, la adaptación al cambio y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

La dimensión externa incluye a trabajadores y accionistas, socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG. También tiene en cuenta los derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales.

La RSE ha estado implícita en todo el proceso revolucionario cubano. La empresa estatal socialista busca contribuir al desarrollo de las comunidades, la sostenibilidad, el compromiso y el respeto al medio ambiente. Abarca además el crecimiento humano, los derechos de los trabajadores y el mejoramiento de sus condiciones de trabajo, la igualdad racial y de género, la evaluación del nivel de satisfacción y la exclusión de los niños de la fuerza laboral.

En este sentido, el Decreto Ley 281 (2007) reconoce oficialmente el establecimiento de sistemas que incluyen acciones de RSE. Entre estos se encuentran: Gestión de la Calidad, Gestión de Recursos Humanos, Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, Gestión Ambiental y Gestión de Comunicación. Por su parte, la Constitución de la República de Cuba (guía del sistema político-económico-social) establece las regulaciones con respecto a la protección del medio ambiente, una amplia gama de temáticas sociales y concepciones económicas.

Así mismo, la comunicación de las acciones responsables contribuye a medir el desempeño general de cada empresa a la vez que favorece su crecimiento económico y su capacidad para operar eficazmente. Es indudable el papel de la comunicación para el posicionamiento estratégico de las instituciones, la construcción de una imagen favorable y la cristalización de su reputación. Precisamente mucho ha contribuido la comunicación al empoderamiento de las organizaciones como actores sociales y cada vez más responsables para con la sociedad y el medio ambiente.

La investigación se desarrolla en el Centro de Capacitación de ETECSA en Villa Clara durante el período del 2020-2021. Le anteceden un diagnóstico de comunicación en el Centro de Capacitación (2018) y un estudio sobre el ámbito interno de la RSE en el Centro de Telecomunicaciones (2019). El resultado de dichas investigaciones permite plantear el siguiente problema de investigación:

¿Cómo potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA, Villa Clara en la comunidad local?

Se plantea como objetivo general:

Proponer un Plan de Acción de Comunicación que potencie el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara en la comunidad local.

Objetivos específicos:

- Identificar el conocimiento que sobre la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara posee la comunidad local.
- Determinar las acciones que tributan a las prácticas responsables, en el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara en la comunidad local.
- Diseñar un Plan de Acción de Comunicación que potencie el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara en la comunidad local.

La investigación quedó estructurada en dos etapas de acuerdo a sus características:

- Etapa I: Caracterización del ámbito externo de la Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara en la comunidad local.
- Etapa II: Diseño del Plan de Acción de Comunicación para potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara en la comunidad local.

Como resultado se dota a la empresa de un plan de acción de comunicación que le permite potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara e incidir en los resultados del diagnóstico.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la investigación se empleó la alternativa metodológica cuantitativa, de tipo no experimental ya que la realidad no es manipulada por el investigador, sino que se observan situaciones ya existentes en su contexto natural. Con un diseño exploratorio de investigación para la producción, variante de investigación social que se dirige a obtener, con el mayor rigor posible, la información destinada a nutrir la elaboración de productos comunicativos según la tipología definida en los estudios de comunicación por las autoras Alonso y Saladrigas (2008).

Conceptualización de la variable

Ámbito externo de la RSE

Definición conceptual: “La dimensión externa va más allá de las comunidades locales ya que incluye, además de a los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. También tiene en cuenta los derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales”(Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Operacionalización de la variable

Ámbito externo de la Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara: concibe a los colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que genera un valor al autodefinirse como socialmente responsable. Estos colectivos están conformados por la comunidad local en la que se inserta, los socios comerciales, proveedores y consumidores. Además de la preocupación por los derechos humanos y la ecología.

En el estudio, se decidió actuar únicamente con la comunidad local debido a la situación epidemiológica del país que impidió incidir en el resto de los componentes del ámbito externo de la RSE. El análisis se realizó a través de los siguientes indicadores:

1. Conocimientos sobre la RSE en la comunidad local haciendo énfasis en la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA. Villa Clara (conocimiento de esta categoría y su definición, tipificación de los elementos que la componen, identificación de acciones responsables).
2. Relación de comunicación del Centro con la comunidad (abarca desde los estilos comunicativos a emplear, los canales de comunicación y la retroalimentación en el proceso comunicativo hasta la imagen que proyecta el Centro en la comunidad, así como la ética y la transparencia de las relaciones que se establecen con la comunidad).
3. Contribución del Centro al bienestar y desarrollo local (acciones que tributan a las prácticas responsables relacionadas con sectores de la comunidad y acciones ecológicas).

Para la obtención de información se empleó el análisis documental, la entrevista semiestructurada y el cuestionario. Para el procesamiento de los datos, en el caso de los cuestionarios, se utilizó para el análisis estadístico el SPSS (Statistical Processor for Social Science) Versión 23.0.

Se utilizó una muestra probabilística y otra no probabilística. En la probabilística las unidades de análisis y observación son seleccionadas en forma aleatoria, es decir, al azar. En este tipo de muestra todos los sujetos tienen la misma posibilidad de estar en el estudio. En este caso se igualó la población a la muestra ya que eran sólo tres sujetos.

Para la aplicación del cuestionario se hizo necesaria una segunda muestra, en este caso no probabilística. “Las muestras no probabilísticas son de gran valor, pues su principal objetivo es que los casos elegidos proporcionen un sentido de comprensión profunda del ambiente y el problema de investigación” (Rodríguez, Gil y García, 1995).

Dentro de este tipo de muestreo se utilizaron los casos o sujetos tipo. Esta tipología de muestra, según Hernández et al. (2014), tiene como objetivo analizar los valores, experiencias y significados de un grupo social, buscando la riqueza, profundidad y calidad de la información. Además, permite concentrarse en determinados grupos, los cuales poseen información privilegiada necesaria para el estudio. La muestra quedó conformada por 8 personas. Para su selección se tuvieron en cuenta los siguientes criterios definidos por un grupo de expertos:

- Disponibilidad y disposición para participar y colaborar activamente en la investigación.
- Pertenecer a la comunidad aledaña al Centro.
- Ocupar cargos administrativos en el entorno local.
- Poseer conocimientos sobre el accionar del Centro en su ámbito externo.

En general, el procesamiento de la información estuvo mediado por el método de triangulación en sus diferentes perspectivas, triangulación metodológica, de datos y de fuente. La triangulación de fuente constituyó el método fundamental con el objetivo de corroborar las informaciones aportadas por varias fuentes. El presente estudio clasificó como descriptivo con aporte práctico. Se enfocó en identificar los presupuestos que emplean los sistemas de gestión automatizada de información. Para la obtención de resultados se aplicaron métodos en los niveles teórico y empírico. En el nivel teórico se emplearon los métodos analítico-sintético, histórico-lógico e inductivo-deductivo. En el nivel empírico se empleó el análisis documental clásico a partir de la consulta de fuentes y bases de datos especializadas. La técnica empleada que facilitó la recogida de información fue la revisión de documentos. Esta permitió la localización de referentes teóricos sobre la temática en cuestión, a partir de un exhaustivo análisis documental. Se aplicó la modelación de escenarios y la triangulación de información como vía para validar los resultados obtenidos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir del profundo análisis realizado, se pudieron establecer los siguientes resultados:

- En la comunidad local se manejan criterios sobre RSE amplios y genéricos. Aunque el 100 % de los informantes claves enuncia vagamente el concepto al describir solo algunos de sus elementos: relación con la comunidad (37.5%); responsabilidad de la empresa con sus trabajadores, clientes y medio ambiente; satisfacción de sus necesidades (25%); y la colaboración (12.5%). En este sentido no se mencionan otros indicadores como: el desarrollo sustentable, la equidad e igualdad, y el respeto a la diversidad.

- De manera general todos los encuestados consideran al Centro como socialmente responsable. Donde además se le confiere importancia a la RSE, ya que: “ayudan a la comunidad” (37.5%), “se ocupan de conocer las demandas y necesidades de clientes, trabajadores y la comunidad aledaña” (25%), “capacitan” (25%) y “respetan a sus diferentes públicos” (12.5%), aunque en menor medida.
- Así mismo, el 75% de los encuestados de la comunidad reconocen como documentos oficiales del Centro, relacionados con los temas de RSE: el Plan de Ahorro Energético (50%), el Manual de Calidad (25%) y los Convenios con entidades locales (12.5%).
- Al valorar la relación de comunicación del Centro con la comunidad a partir de los estilos comunicativos, los canales de comunicación y la retroalimentación en el proceso comunicativo, la totalidad de la muestra plantea que se mantiene una comunicación abierta y estrecha a través de canales como: comunicación cara a cara (100%), el correo electrónico (37.5%), el teléfono (25%) y la página web (12.5%). Aquí destaca la utilización de canales directos en detrimento de los mediatizados. La comunicación con la comunidad es mayoritariamente en “conversaciones informales y en ocasiones por el teléfono”. Aunque con la UCLV “la comunicación es más rápida y fluida por la intranet y los correos electrónicos”.
- Sobre la relación con la comunidad todos aseguran que es positiva y con “buen trato”. Basada en la transparencia y con un “comportamiento respetuoso”. Se “tienen en cuenta las necesidades de la comunidad y su solución en la medida de lo posible”. La empresa siempre (100%) mantiene una relación ética, transparente y de beneficio mutuo. Expresada en la confianza y la atención a las necesidades de sus públicos (25%). La comunicación fluida, los valores compartidos y la profesionalidad de sus trabajadores (12.5%). La imagen favorable del Centro se sustenta en su buena higiene (50%), su ética y responsabilidad (37.5%), su buen servicio; contribución e integración a la Comunidad y apoyo a la formación de profesionales (25%).
- El Centro contribuye al bienestar y desarrollo local (100%) mediante el apoyo a eventos locales (87.5%), ayuda en la educación de las escuelas y proyectos locales (75%) y la participación voluntaria en actividades (62.5%). La contribución a este bienestar y desarrollo local se refleja “mediante los convenios de trabajo con la UCLV y con la escuela primaria” que se materializa en la prestación de locales y de materiales, las tutorías de tesis, maestrías, doctorados, prácticas laborales y círculos de interés.

El Centro “apoya las actividades culturales y de cualquier índole que se hagan en la comunidad,” “participa en los trabajos voluntarios de ellos y se le ofrece ayuda en cuanto a meriendas”. Sin embargo, no se realizan patrocinios ni inversión local a escuelas y sectores de la comunidad aun cuando está establecido en los Lineamientos para la realización de Patrocinios de ETECSA.

No se realiza contratación a personas de la localidad por el “alto grado de especialización que requiere el Centro”. No obstante, hay un miembro de la localidad que colabora en la limpieza de los locales.

Se identifican en el Centro acciones ecológicas como: el ahorro de electricidad y agua, el tratamiento de residuales y la recogida de Materias Primas. Así mismo, la empresa contribuye a minimizar los impactos negativos de su quehacer productivo (100%) y se interesa por los problemas ecológicos locales (100%) entre los que se reconocen: la contaminación de aguas (50%), acumulación de desechos sólidos (50%), contaminación acústica (12.5%), incendios provocados y accidentales (12.5%).

De forma general se puede aseverar que en la comunidad existe un conocimiento empírico de la RSE que permite reconocer algunos de los elementos que la componen e identificar las acciones socialmente responsables que realiza el centro de capacitación de ETECSA en la comunidad. Además, se identifica una comunicación abierta y fluida, que propicia un clima favorable, donde predominan los canales directos sobre los mediatizados. Se establecen entre el Centro y la comunidad relaciones éticas, de transparencia y respeto mutuo, favorecidas por la positiva imagen que proyecta el Centro, así como por el aporte y contribución del mismo al bienestar y desarrollo local.

Los resultados del diagnóstico realizado evidenciaron la necesidad de diseñar un Plan de Acción de Comunicación orientado al desarrollo del ámbito externo de la RSE en el contexto de investigación.

Para la elaboración de este plan se tomó como base la metodología descrita por Molero, (2005). Se estableció para el período de un año considerando la reflexión de las investigadoras latinoamericanas Muriel y Rota (como se cita en Rivero, 2010) quienes determinan que “los planes de acción tienen un carácter intensivo”. El mismo se propuso como Objetivo General: Potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara en la comunidad local.

Público Objetivo

Público externo del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara: comunidad local.

Objetivos

Objetivo 1: normar en documentos oficiales la RSE.

Acciones

1. Diseñar un manual de responsabilidad social empresarial que incluya un concepto acabado del mismo, a favor de un mejor entendimiento de todos los públicos en relación al término. Además,

debe contener las acciones socialmente responsables realizadas por la empresa para aumentar el conocimiento y la satisfacción de sus públicos.

2. Declarar acciones ecológicas en la política ambiental del Centro.
3. Homologar comportamientos responsables con el medio ambiente y la sociedad, en los contratos y convenios que se firmen con los colaboradores.
4. Socializar las acciones socialmente responsables que se desarrollan con la comunidad local mediante una campaña que se realice anualmente.

Objetivo 2: potenciar una relación ética, transparente y responsable.

Acciones

1. Crear un enlace en el portal de gestión del conocimiento de la empresa dedicado a la RSE.
2. Publicar en el enlace de RSE, del plan de acción de comunicación.
3. Establecer una comunicación abierta y transparente con los grupos de interés mediante los canales de comunicación existentes que han demostrado ser efectivos.
4. Crear nuevos canales de comunicación y retroalimentación.
5. Socializar los resultados con la comunidad local a favor de potenciar una relación ética, transparente y responsable.
6. El enlace en la página web debe contener el concepto que se maneja de RSE en la entidad, la importancia que le confieren y las acciones realizadas con respecto a este tema. Además de toda la documentación oficial relacionada. La divulgación de la RSE se debe realizar mediante la comunicación directa y mediatizada, pero también a través de los nuevos canales establecidos.

Objetivo 3: Reconocer institucionalmente a la comunidad como una parte interesada.

Acciones

1. Incluir a la comunidad como un público estratégico en la matriz de partes interesadas.
2. Insertar a la comunidad en la proyección estratégica de la entidad, dedicando objetivos y acciones específicas, con fechas y responsables de las acciones que propositivamente se realicen en favor del desarrollo de la comunidad.
3. Actualizar el plan de comunicación del Centro, incluyendo las acciones de comunicación dirigidas a la comunidad local.

Estas acciones demuestran la importancia que le debe conceder la institución a la comunidad local. También deben contemplar todas las acciones que se realizan de forma espontánea en su beneficio.

Objetivo 4: Fortalecer la relación comunicativa entre el Centro y la comunidad.

Acciones

1. Diseñar un manual de gestión de la comunicación (en el manual de gestión se debe potenciar la comunicación externa. Debe establecer las características de la relación de comunicación entre la empresa y sus públicos externos sobre la base del respeto, la ética y la transparencia. También debe contener los canales que se utilizan en dicha comunicación).
2. Aumentar los canales mediatizados de comunicación como la intranet y las redes sociales, que poseen un mayor alcance y protagonismo hoy día.
3. Utilizar la radio comunitaria (radio base universitaria) para informar a la comunidad.
4. Propiciar la participación activa de la institución en las rendiciones de cuenta del delegado.

Objetivo 5: Contribuir al bienestar y desarrollo local.

Acciones

1. Diseñar productos comunicativos (carteles, plegables, sueltos, etc.) que reflejen el carácter responsable de la empresa, así como su contribución al bienestar y desarrollo local.
2. Promover eventos y proyectos culturales en la comunidad (matutinos, festivales de artistas aficionados, actividades cederistas, carnavales, etc.).
3. Organizar donaciones a sectores de la comunidad e inversiones en sectores vulnerables como salud y educación.
4. Participar en trabajos voluntarios y otras actividades de la localidad.
5. Realizar charlas educativas en la escuela primaria de la comunidad y la Universidad sobre la RSE y su impacto social.
6. Integrar la opinión de la comunidad en las estrategias del negocio, aprovechando la retroalimentación de la comunidad en función de mejorar la gestión empresarial y su impacto local.

Objetivo 6: Incrementar la gestión medioambiental del Centro en la comunidad.

Acciones

1. Incluir a personas de la comunidad en la capacitación sobre la gestión ambiental de la empresa.
2. Diseñar cartel que contenga la política medioambiental de ETECSA, que sea visible y aplicable para todos (entidad-comunidad).
3. Divulgar el compromiso medioambiental de la empresa con los públicos de interés, así como los logros y reconocimientos de la misma en esta materia.
4. Realizar círculos de interés con la escuela primaria sobre la temática medioambiental.
5. Promocionar la reducción del consumo de agua y electricidad, así como del aumento de la recogida de materias primas de manera que beneficie el desarrollo de la comunidad local.

6. Lanzar un concurso infantil “Por un barrio más limpio”.
7. Reconocer mediante premiación a los ganadores del concurso infantil.

De esta manera se refleja la importancia que le confiere la empresa al cuidado del medio ambiente y del entorno en el que está enclavada. Por tanto, se eleva la conciencia medioambiental, el compromiso y el sentido de pertenencia de los trabajadores y directivos con relación a la RSE.

Se realizó la calendarización de las acciones, con sus responsables y fecha de cumplimiento como parte esencial de todo plan de acción de comunicación. Resultados que quedan pendientes por la autora de la investigación para futuros artículos.

Otros aspectos	
Presupuesto	Evaluación
<p>La División Territorial de ETECSA, a la que se subordina funcionalmente el Centro de Capacitación, cuenta con un presupuesto destinado a la comunicación y la capacitación cuya ejecución es controlada mensualmente. En éste se incluyen recursos monetarios, de transporte y alimentación, así como materiales y medios para el otorgamiento de premios y reconocimientos.</p>	<p>Analizar en las reuniones mensuales el cumplimiento de las acciones del plan de comunicación.</p> <p>Aplicar encuestas de satisfacción a trabajadores y miembros de la comunidad para determinar la eficiencia del plan de acción.</p>

CONCLUSIONES

Los conocimientos sobre la RSE en la comunidad local del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara no se ajustan completamente a la definición del término. No obstante se reconocen algunos elementos esenciales del mismo, se tipifican elementos que la componen, e incluso son capaces de identificar acciones socialmente responsables del Centro para con la comunidad.

Las acciones que tributan a las prácticas responsables en el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación en la comunidad local, se basan en una comunicación abierta y fluida por diversos canales. Donde prevalece la ética y transparencia en las relaciones, lo que impacta positivamente en el bienestar y desarrollo local, favoreciendo una imagen positiva del Centro reconocida por la higiene, profesionalidad y cultura de servicio.

Se diseñó un plan de acción de comunicación para potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara en la comunidad local. El mismo incluye objetivos, acciones, presupuesto y evaluación.

RECOMENDACIONES

Implementar el plan de acción de comunicación propuesto para potenciar el ámbito externo de la RSE del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara en la comunidad local.

Evaluar los resultados del plan de acción de comunicación sistemáticamente para comprobar los resultados obtenidos y realizar las correcciones necesarias.

Socializar los resultados de la investigación hacia los públicos externos.

Potenciar la RSE a lo interno del Centro de Capacitación de ETECSA Villa Clara.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, M. y Saladrigas, H. (2008). Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica. La Habana, Cuba: Félix Varela.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas. Disponible en: www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Libro_verde_RSC.pdf. Revisado 16 de octubre de 2019

Constitución de la República de Cuba. Disponible en: <http://www.constituciondelarepublicadecuba.pdf>. Revisado el 22 de marzo de 2020

Decreto Ley No. 281. Consejo de Ministros. (2007). Sobre la continuidad y el fortalecimiento del Sistema de Dirección y Gestión Empresarial Cubano. La Habana: Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado.

Hernández Sampieri, R.; Baptista, P. y Fernández, C. (2014). Metodología de la Investigación (6ta. ed.). México D.F: McGraw Hill.

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2005). Revisado 12 de octubre del 2019. Disponible en <http://www.ethos.org>.

Molero, A.J. (2005). MoleroPlanComunicacion.pdf. Revisado el 12 de febrero de 2020. Disponible en: http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf

Rivero Hernández, M. (2010). Bases teórico-metodológicas para la evaluación del Sistema de Comunicación en empresas cubanas y Organismos de la Administración Central del Estado (OACE). La Habana.

Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1995). Metodología de la investigación cualitativa. Revisado el 12 de marzo. Disponible en <http://www.rodriguezgilgarcia.investigacioncualitativa>.

[REGRESAR AL SUMARIO](#)