



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE (S) OLGA PATRICIA APELLIDO (S): CUESTA ORTEGA

NOMBRE (S) KELLY JOHANNA APELLIDO (S): ARÉVALO RODRÍGUEZ

FACULTAD: EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE (S) FRANKLIN APELLIDO (S): DÍAZ MEDINA

TÍTULO DE LA TESIS: ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, ARROCERA GÉLVEZ S.A Y CERÁMICA ITALIA S.A

RESUMEN

El punto de partida del proyecto de investigación es entender la relación entre la RSE y una comunicación estratégica corporativa, que permite resolver la preocupación de la empresa por crear y mantener una relación de confianza con los clientes y otros stakeholders o grupos de interés.

El estudio visibiliza que las empresas Arrocera Gelvez S.A y Cerámica Italia S.A reconocen la relevancia actual del desarrollo de acciones en las que interviene la RSE, dirigida en ambos casos a los colaboradores y las comunidades de menores recursos cercanas a la organización; estos, reconocidos como los grupos de interés de mayor importancia, a los que se encuentran conducidas las estrategias

PALABRAS CLAVES: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, STAKEHOLDERS O PÚBLICOS DE INTERÉS Y ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS 172 PLANOS ILUSTRACIONES CD-ROM

**ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS
PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, ARROCERA GÉLVEZ S.A Y
CERÁMICA ITALIA S.A**

**OLGA PATRICIA CUESTA
KELLY JOHANNA ARÉVALO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA, ANDRAGOGÍA Y COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
CÚCUTA
2012**

**ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS
PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, ARROCERA GÉLVEZ S.A Y
CERÁMICA ITALIA S.A**

OLGA PATRICIA CUESTA

COD. 1330056

KELLY JOHANNA ARÉVALO

COD. 1330083

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADORES
SOCIALES**

**DIRECTOR:
FRANKLIN DÍAZ**

Comunicador Social

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA, ANDRAGOGÍA Y COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

CÚCUTA

2012

**ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACIÓN SOCIAL**

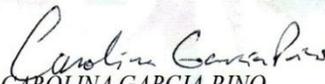
FECHA: San José de Cúcuta, mayo 30 de 2012
HORA: 15:00 horas
LUGAR: Sala de Postgrados 302

TITULO: "ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EMPRESAS PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA. CASO: ARROCERA GELVEZ S.A. Y CERÁMICA ITALIA S.A."

DIRECTOR (A): FRANKLIN DIAZ MEDINA, *Comunicador Social*

JURADOS: CAROLINA GARCIA PINO
ERICKA ALEJANDRA MALDONADO
JOHN JAIRO JAIMES MONTES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
OLGA PATRICIA CUESTA	1330056	4.3	APROBADA
KELLY JOHANNA AREVALO	1330083	4.3	APROBADA


CAROLINA GARCIA PINO


ERICKA ALEJANDRA MALDONADO


JOHN JAIRO JAIMES MONTES


FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS
Coordinador Comité Curricular (E)
Plan de Estudio Comunicación Social

Ruth M

DEDICATORIA

Dedicado a las personas que ven en la comunicación un elemento de cambio y desarrollo constante de las sociedades contemporáneas.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por habernos regalado el milagro de la vida, de la inteligencia y la perseverancia, premiarnos con la sabiduría, paciencia y tesón para llevar a cabo el proyecto de investigación que hoy culmina.

A nuestros padres por el apoyo recibido al brindarnos la oportunidad de elegir el camino de la Comunicación Social para así convertirnos en actores de cambio y esperanza.

De igual manera, agradecemos a los amigos que nos acompañaron en este proceso, las empresas privadas Arrocera Gélvez S.A y Cerámica Italia S.A. por su tiempo y colaboración. Y a cada uno de los docentes que con su opinión y sugerencias nos vieron formarnos como comunicadores e hicieron posible nuestro crecimiento profesional.

*Queremos dar un agradecimiento de manera especial a la educadora **Elcy Yaneth Celis Quintero**, quien nos acompañó en el proceso de elaboración del proyecto de investigación, con sus asesorías, recomendaciones, apoyo intelectual, moral y compromiso constante.*

*A la docente **Ericka Alejandra Maldonado** por creer en nosotras, por su pasión, responsabilidad y entrega con el proyecto de investigación.*

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
1.PROBLEMA	17
1.1 TÍTULO	17
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.4 OBJETIVOS.....	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	20
2. MARCO DE REFERENCIA	23
2.1 ANTECEDENTES	23
2.2 MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL.....	32
2.2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	32
2.2.1.1 Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa.....	36
2.2.1.2 Filantropía.....	37
2.2.1.3 Mercadeo Social	38
2.2.1.4 Empresas privadas y RSE	38
2.2.2 LA TEORÍA DE LOS STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS.....	40
2.2.3 GESTIÓN COMUNICATIVA DE LA RSE	44
2.2.3.1 Estrategias y herramientas de comunicación en la Responsabilidad Social Empresarial	44
2.2.3.2 Comunicación Corporativa.....	51

2.2.3.3 ¿Cómo comunica la Empresa la RSE?	55
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	56
3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	59
3.1 MÉTODO Y METODOLOGÍA	59
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	60
3.3 FUENTES Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	61
3.4 FUENTES Y PROCEDIMIENTOS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	62
4. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, ARROCERA GÉLVEZ S.A Y CERÁMICA ITALIA S.A.....	63
4.1 CAPÍTULO I: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS PRIVADAS.....	63
4.1.1 La RSE y el rol social de las empresas: una tendencia con diversas funciones dentro de las asociaciones privadas	63
4.1.2 Los stakeholders o grupos de interés: “El colaborador interno como un actor de exteriorización”, en las empresas privadas	71
4.2 CAPÍTULO II: COMUNICACIÓN DE LA RSE EN LAS EMPRESAS ARROCERA GÉLVEZ S.A Y CERÁMICA ITALIA S.A.....	75
4.2.1 Comunicación estratégica en las asociaciones privadas para dar a conocer la RSE	75
4.2.2 Fortalecimiento de las relaciones con los stakeholders en las organizaciones socialmente responsables a través de la Comunicación Estratégica	85
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	92

BIBLIOGRAFÍA	95
WEBGRAFÍA	98
ANEXOS	102
APÉNDICES	109