ÍNDICE

ANTECEDENTES

El Colegio 1

Estructura Organizacional 2

Creación del Área de Responsabilidad Social 2

Estructura Organizacional con la Creación del Área de Responsabilidad Social 5

Objetivo del Área de Responsabilidad Social 5

Funciones del Área de Responsabilidad Social 6

Análisis de los *Stakeholders* de El Colegio 6

Programas Sociales (INTER-ACCIÓN SOCIAL) 8

Análisis FODA 9

Canales de Comunicación 9

Canales de Comunicación en El Colegio 10

PROBLEMÁTICA A RESOLVER 11

SOLUCIÓN

Estrategias 12

CONCLUSIONES 16

BIBLIOGRAFÍA 17

ANEXOS 18

A principios de 2009, la Lic. Directora General de El Colegio, localizado al sur de la Ciudad de México, observó la necesidad de concretar, realizar y comunicar los cambios estructurales para generar un comportamiento positivo y permanente en los stakeholders[1] de la institución ante la situación económica, social, política y cultural, así como la crisis de principios y valores por la que atravesaba el país y el mundo, decidió implementar una Estrategia de Comunicación en la Responsabilidad Social del Colegio creando el área encargada de los programas sociales.

ANTECEDENTES

El Colegio[2]

El Colegio era una institución bilingüe, mixta y laica, fundada en 2005, comprometida a proporcionar la mejor educación[3] en todos sus niveles escolares (*kinder*[4], primaria, secundaria y, a partir de 2010, preparatoria). En él se impulsaba a los alumnos a trazarse metas y a alcanzarlas, a través de un proceso de enseñanza y aprendizaje diferente a lo tradicional, práctico, sencillo, efectivo y disciplinado, que involucraba conocimientos, relaciones afectivas, comunicativas, sociales y de valores. Se puso especial atención en el conocimiento, habilidades y destrezas, académicas y pedagógicas de sus maestros.

El Colegio detectó que la tarea de educar enfrentaba innumerables retos y demandas ante la gran competencia a nivel nacional e internacional con calidad educativa; los niños ya no se conformaban con sólo escuchar conceptos y aceptarlos, sin cuestionar lo que decía el maestro, ya que participaban y hacían polémica, debido a que tenían acceso a la información que necesitaban en cualquier sitio, en segundos, y a través de diversos medios. Por tanto, fue obligación de toda la escuela actualizarse, modernizar el estilo y el método de enseñanza. De ahí que haya escogido, como metodología, el constructivismo (Ver ANEXO No. 1).

[1] Públicos internos y externos interesados en el Colegio, especialmente a los alumnos
[2] http://www.colegiointernacional.edu.mx/index.php/conoces/filosofia-mision-y-vision
[3] Exceder los estándares de calidad de la educación, en conjuntos con logros alcanzados por la escuela y los alumnos.
[4] Jardín de niños

Las instalaciones fueron diseñadas, equipadas y distribuidas para contribuir a lograr su objetivo: "Educar integralmente a los líderes del futuro"; con áreas académicas y deportivas que conformaban un espacio único para la expansión y el desarrollo de habilidades físico-intelectuales de manera conjunta. Mostrado en su Filosofía, Misión, Visión y Valores (Ver ANEXO No. 2).

Estructura Organizacional

La estructura original mostraba cómo se organizaba el Colegio originalmente antes de agregar el área de responsabilidad social (Ver ANEXO No. 3).

Creación del Área de RESPONSABILIDAD SOCIAL

Desde su inauguración, el Colegio se comprometió a proporcionar la mejor educación en todos sus niveles escolares (*kinder*, primaria, secundaria, y a partir de 2010, preparatoria), desde una perspectiva mixta (alumnos y alumnas), laica (con respeto hacia las religiones); fundamentado en su Filosofía, Misión, Visión y Valores Institucionales.

En el Colegio se educaba por medio del Método de Enseñanza Constructivista, el cual se basaba en la construcción de cada individuo en su propio conocimiento; con las necesidades de ese momento, el país necesitaba esta plataforma educativa que fue tomada de países desarrollados y que resultaba un caso de éxito en la educación como parte inicial y primordial en las futuras estrategias gubernamentales para la dirección de un mejor país comprometido con su entorno social, cultural, ambiental y económico

Antes de pensar en el Método de Enseñanza Constructivista se llegó a pensar en la metodología educativa tradicional, donde el alumno era una persona que recibían datos o información del profesor sin poder cuestionarse lo que aprendía, todos la entendían y la interpretaban de la misma forma, por lo que fue costumbre manejar los mismos procedimientos de enseñanza en las instituciones educativas.

Pero el contexto le mostraba al Colegio que en las aulas del Siglo XXI que cada persona tenía su propia subjetividad creativa y que el conocimiento era un proceso de construcción social y con esta justificación se mostraba interesado en el Método de Enseñanza Constructivista.

Es decir, la educación supuso un cambio a los conocimientos históricamente acumulados por la sociedad, y a la forma de construcción o reconstrucción de conocimientos que las personas realizan para conocer al mundo y a sí mismo en las aulas, aprovechando la nueva tecnología educativa que se apoyaba en un esfuerzo conjunto y en la interacción con estas herramientas (computadora, programas de computación, internet, correo electrónico, etc) en el contexto de un mundo globalizado, donde no hubo, personas o país que haya sido alcanzado por las consecuencias de dicho fenómenos y que fue necesario hacerle frente desde las estrategias gubernamentales de cada país desarrollado en la educación..

La visión del Siglo XXI de los países desarrollados en el mundo globalizados fue que los alumnos deban aprender a su propio ritmo, con su propia manera de percibir la realidad sin alejarse de la verdad. Así el aprendizaje se formaba construyendo sus propios conocimientos desde sus propias experiencias. Esta metodología estuvo basada en el informe "La Educación encierra un tesoro"[5] publicado por la UNESCO en 1991, sobre la educación para el Siglo XX, mismo que afirma que los pilares de la educación son: **Aprender a ser, a conocer, a hacer y a vivir en comunidad**.

[5] http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590so.pdf

México era parte del mundo globalizado y su visión era llegar a ser como los países desarrollados, por lo que el Colegio investigó que México se adentró en el contexto de la responsabilidad social, a partir de la segunda mitad del S. XX[6] y observaba una participación destacada de la iniciativa privada en el desarrollo social y una disminución en la práctica de obras poco estructuradas carentes de permanencia y continuidad, para dirigirlos a proyectos sólidos de mayor alcance y trascendencia, ya que los empresarios preferían ser vinculados a proyectos con éxito; así fue creciendo el interés de El Colegio por el tema en su acción educativa vanguardista.

En 2009, la Dirección de El Colegio quiso integrarse como institución educativa socialmente responsable, respondiendo a las necesidades internas y externas en educación, como consecuencia de la globalización[7]. El Colegio vio necesario vincular programas educativos con la responsabilidad social (responsabilidades: filantrópicas, éticas, legales, ambientales y económicas)[8], dando así valor agregado a cada uno de sus alumnos y satisfaciendo las necesidades de cada uno de sus "*stakeholders*". De tal manera que los esfuerzos de El Colegio debían verse integrados en un área responsable de la parte social y comunicar de la importancia de su creación, donde todos se vean involucrados a favor de un servicio integral para los usuarios directos e indirectos de El Colegio.

[6] LARA, María Luis, (1999), Filantropía empresarial. Convicción y Estrategia. Editorial Pax México, D.F. Págs.3-4.
[7] Educación interdisciplinaria, calidad, participativa, dinámica y en constante actualización
[8] FERNÁNDEZ Gago, Roberto, (2005), Administración de la Responsabilidad Social Corporativa, Editorial Thomson, Madrid, España. Pág. 3

Estructura Organizacional con la Creación del Área de Responsabilidad Social

Basados en un método deductivo en el que se sugería el área como uno de los brazos de la Dirección, la cual analizaba directamente las ventajas y las desventajas de su creación a lo largo de sus funciones y en el cumplimiento de los programas establecidos a todo el Colegio, así como monitorear la imagen que muestra hacia aquellas personas interesadas en él (el cual al haber la opción de percibir a El Colegio de forma negativa, la Dirección tendría la pronta y oportunidad toma de decisión que mejoren en tal caso esa mala imagen por medio de acciones concretas. (Ver ANEXO No.4).

Objetivo del Área de Responsabilidad Social

El Objetivo del Área de Responsabilidad Social de "El Colegio" era lograr el involucramiento y la corresponsabilidad de los alumnos, docentes, personal administrativo, universidades, padres de familia, organismos no gubernamentales, la comunidad, vinculando los programas sociales con los programas académicos de El Colegio, en donde contribuían a través del apoyo logístico, económico, de capacitación y formación u otra aportación, para crear conciencia de los problemas económicos, sociales y ambientales por medio de la generación permanente, mejora continua, gestión de procesos y procedimientos e implementación de estrategias de comunicación, y la transferencia de conocimientos, con la inclusión de todo el Colegio, basados en la filosofía, misión, visión y valores institucionales.

Esta área también se encargó de reunir las actividades sociales aisladas que había en el Colegio y que no eran proyectos a largo plazo, ya que no medían el impacto social ni le daban seguimiento provocando filantropía y no responsabilidad social, también se le asignó la labor de crear el comité de sustentabilidad, el cual a su vez, preocupado por el medio ambiente debió vigilar la disminución de la huella ecológica de El Colegio y generar desarrollo sustentable al planeta.

Funciones del Área de Responsabilidad Social

- Diseñar, coordinar, ejecutar, y mejorar conjuntamente los programas sociales con los académicos y las distintas áreas de El Colegio,
- Evaluar el impacto y la viabilidad de los programas,
- Difundir los programas aprobados por la Dirección General,
- Transmitir datos e información de forma transparente,
- Crear vínculos que permitan relaciones de apoyo y reciprocidad entre los "*stakeholders*",
- Mantener actualizados y abiertos los canales de comunicación,
- Aceptar ideas y propuestas sobre temas sociales de interés para El Colegio,
- Promover la discusión de forma respetuosa en espacios de encuentro,
- Vigilar la satisfacción de cada uno de los públicos interesados en El Colegio.
- Disminuir la huella ecológica causada por cada uno de los *stakeholders* de El Colegio

Análisis de los S*takeholders* de El Colegio

- Alumnos de El Colegio.

  Eran aquellos estudiantes de jardín de niños a secundaria y para 2010 hasta preparatoria, a los que se les proporcionaban programas académicos y sociales, en los que el colegio se dedicó a crearles un espacio interactivo para tener una estancia agradable durante las clases.
- Alumnos de Intercambio

  Eran aquellos estudiantes foráneos que provenían de alguna escuela fuera del Distrito Federal o del país, que se encontraban cursando un ciclo escolar, interesados en el sistema académico de El Colegio por lo que se les integraba a los grupos de distintas formas para que asimilaran el cambio de escuela y posiblemente decidieran permanecer más tiempo en El Colegio.

- Padres de Familia

  Eran aquellas personas que tomaron la decisión de confiar la educación de sus hijos a El Colegio por lo que necesitaban conocer las actividades que se realizaban en cada ciclo escolar y a quienes les hubiera gustado tener evidencias tangibles por medio de fotografías de lo que los alumnos efectuaron durante su estancia en las instalaciones y/o los eventos que se celebraron

- Docentes

  Eran aquellos profesionistas encargados de la educación de los alumnos, pasaban gran cantidad de tiempo con ellos. Necesitaron herramientas para el mejor desempeño de su labor, y El Colegio los mantuvo en constante capacitación y siempre fue necesario de su apoyo para la elaboración y la celebración de eventos dentro y fuera del colegio.

- Personal Administrativo

  Eran aquellas personas encargadas de las labores de oficina, poco tenían que ver con los alumnos directamente, pero que sin su labor no sería posible el mantenimiento de El Colegio, ya que su participación era más para hacerle fácil la labor a los docentes y satisfacer las necesidades de todo el Colegio.

- Comunidad

  Le llamaban comunidad a todos aquellos externos de El Colegio que querían beneficiar, como niños en casas hogares, por medio de los programas sociales en apoyo con los alumnos, padres de familia de los mismos, docentes de la casa hogar, entre otros. Así como aquellos que tienen relación directa o indirecta con aquellos que se beneficiaron del apoyo de los alumnos de El Colegio hacia los niños de las casa hogar.

- Universidades

  Eran aquellas universidades con las que El Colegio hizo alianzas debido a que son las futuras opciones para nuestros alumnos y que era necesario que conocieran de cerca el sistema de El Colegio para conocer la compatibilidad de los alumnos que ellos esperan y adaptarlos a su vida universitaria.

- Practicantes

  Eran aquellos estudiantes universitarios que realizaban sus prácticas profesionales a lado de un docente o administrativo de El Colegio, gracias a los convenios realizados con sus universidades y a su vez, posibles candidatos para cubrir las vacantes dentro de El Colegio. Lograron un alto nivel de consciencia que les permitió darse cuenta de la importancia de su apoyo en los programas sociales
- Organismos no Gubernamentales

  Eran aquellas instituciones sin fines de lucro con un objeto o misión social en el que se preocupaban por apoyar, beneficiar o sacar adelante a un grupo vulnerable en desventaja, para darles oportunidades de desarrollo humano a favor de mejorar su calidad de vida.

Programas Sociales[9] (INTER-ACCIÓN SOCIAL)

- En los programas académicos se incluían temas específicamente sociales en el que los alumnos conocían datos e información relevante que les hacían reflexionar y querer mejorar la situación de calidad de vida en el entorno de su comunidad.

- En los programas comunitarios, donde El Colegio, alumnos, docentes, administrativos y padres de familia realizan voluntariado en conjunto con organizaciones no gubernamentales, en apoyo de mejorar la situación y la calidad de vida de la comunidad.

- En los programas ambientales por medio de Escuela Verde, en el que los alumnos tomando conciencia entre otros aspectos de la importancia de la reforestación, reciclaje, cuidado por los animales, aprender a disminuir la huella ecológica y apoyar a disminuir la de El Colegio.

[9] Son aquellos enfocados a mejorar la calidad de vida de los *stakeholders* de El Colegio.

Análisis FODA

Como toda Institución Educativa, la situación interna y externa le da ciertas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, por lo que era necesario conocer el contexto por la que pasaba el Colegio en ese momento.

INTERIOR DEL COLEGIO	EXTERIOR DEL COLEGIO
FORTALEZAS • Compromiso de todo el colegio con las causas sociales. • Alianza con instituciones reconocidas para la generación de programas sociales. • Programas académicos de calidad	OPORTUNIDADES • Reconocimientos de otras instituciones educativas • Confianza de los padres de familia en la educación proporcionada. • Posibilidad de abrir un campus en el norte del Distrito Federal.
INTERIOR DEL COLEGIO	**EXTERIOR DEL COLEGIO**
DEBILIDADES • Poco conocimiento del tema de Responsabilidad Social en el Colegio. • Confusión de Filantropía y cuidado del medio ambiente con el concepto de Responsabilidad Social.	AMENAZAS • Crisis económica. • Escuelas con menor costo en colegiaturas.

Canales de Comunicación

Los canales de comunicación son elementales en la generación de vínculos con los *stakeholders* para poder llegar a la persona indicada de la manera más adecuada, así como el uso que debe tener y que se debe mejorar.

Canales de Comunicación en El Colegio

- Entrevistas: Hablar directamente con los públicos acerca de sus intereses así como de los planes de el Colegio para establecer su sustentabilidad con participación de ellos.

- Página de Internet: Información actualizada en la página del Colegio sobre los avances y los logros que se tuvieron gracias a la participación y el apoyo. Mostrar transparencia y fácil accesibilidad a la información, para mostrar la asignación de recursos donados.

- Encuestas: Preguntar acerca de la satisfacción de los servicios ofrecidos por el Colegio, para modificar y mejorarlos en una constante actualización.

- Publicidad: Mantener informada a la comunidad de el Colegio sobre sus eventos y acontecimientos, donde se muestre y se sienta el querer involucra a todos los miembros.

- Eventos: Realizados para convivir con los públicos y realizar actividades con ellos. Un evento no sería posible sin la participación de alguno de ellos por pertenecer a una misma comunidad.

- Correo Electrónico: Comunicación personalizada, dirigida y oportuna. Gracias a una base de datos el mensaje no será el mismo que se tenga hacia un público determinado.

- Políticas: Puertas abiertas de los públicos a la Dirección General sobre cualquier asunto. Y esto asciende hacia todos los cargos del Colegio, los padres o cualquier persona podrá tener contacto con el personal en el momento que más les convenga.

- Revista Institucional: Información sobre temas de interés, así como logros del Colegio. Se publicaron las experiencias de los alumnos ante el desarrollo de los programas sociales, entre muchos otros temas académicos. Aquí se publicó el reporte social que basado en indicadores se analizaron las acciones económicas (Estados Financieros), sociales (apoyo a la comunidad) y ambientales (reducción de la huella ecológica y reducción de gastos innecesarios).

PROBLEMÁTICA A RESOLVER

El problema al que se enfrentó el Colegio fue concretar, realizar y comunicar los cambios estructurales en el Colegio desde nivel básico hasta nivel medio superior para 2010, con los programas de responsabilidad social de forma integral, para desarrollar alumnos como ciudadanos y líderes sociales, conscientes y comprometidos con las necesidades de su entorno en el desarrollo de su comunidad y ser el primer eslabón de la cadena de valor en la responsabilidad social, generando cambios de comportamiento en sus "*stakeholders*" y obteniendo grandes impactos positivos necesarios en un mundo globalizado por medio de la creación del área de Responsabilidad Social del Colegio, de tal manera que se mejorasen los canales de comunicación existentes y se crearan nuevos, para fortalecer los programas y las estrategias a seguir de forma permanente y continua.

SOLUCIÓN

Estrategias[10]

La idea de una estrategia comienza al querer ser un Colegio pionero, en Responsabilidad Social desde el inicio de sus actividades, entre las escuelas de educación básica y educación media superior y se vuelve en algo más concreto al momento de crear el Área de Responsabilidad Social, consolidando en las funciones asignadas para el mejor aprovechamiento de los alumnos, dentro y fuera de las instalaciones, por medio de los programas con objeto social dirigidos a todos los públicos vinculados al Colegio.

El diseño de la estrategia empieza fundamentalmente al analizar si el perfil del Colegio (Misión, Visión, Valores, Filosofía, Objetivos, etc.) está alineado con proyectar una escuela socialmente responsable; analizar cada uno de sus espacios tanto administrativos como académicos, para que haya temas sociales con impacto y viabilidad alineados y congruentes a su estrategia de negocio. De la misma forma en que se hace el análisis interno, se hará el análisis externo.

La construcción de la estrategia se analizará con cada uno de los públicos a los que el Colegio quiere impactar o ayudar, definiendo objetivos específicos que incluyan acciones determinadas que deben cumplirse en un tiempo establecido. Ser ambiciosos pero realistas respecto a la capacidad de El Colegio y no basarse en ideales. Deben existir mensajes que enfaticen las cualidades de El Colegio y cómo quiere ser percibido, en especial con cada uno de los públicos, por medio de tácticas y acompañadas de las herramientas adecuadas (canales de comunicación) que refuercen y ayuden a conseguir el objetivo deseado con el público determinado. Cuadro No.1.

[10] http://www.gestiopolis.com/canales7/eco/Capital/32-ebusiness-pasos-para-desarrollar-la-estrategia-del-ebusiness.htm

Se requiere un plan estratégico de comunicación con técnicas de investigación de la comunicación[11], que conjunte las distintas actividades que se realizan actualmente en un sólo proyecto, concretando la labor en el reporte social de el colegio, basada en iniciativas institucionales con reconocimiento de organismos a nivel global como el Global Reporting Initiative[12], con el propósito de darle credibilidad a las acciones con nuestros grupos de interés internos-directos, mejorarlas y ampliarlas a los grupos de interés externos-indirectos, influyendo en mejorarles su calidad de vida, en una sinergia de colaboración y beneficiando el cuidado del medio ambiente.

Las instituciones educativas son parte de los eslabones de la cadena de valor en la Responsabilidad Social de la Empresa[13], de tal manera que nuestra responsabilidad social va dirigida primeramente a nuestros stakeholders internos, fortaleciendo los programas dentro del colegio para después extenderlos hacia fuera del mismo. La ética corporativa[14] marcará los lineamientos en que deben ir basados nuestros principios y valores, así como a nuestros códigos de conducta y de ética[15].

La psicología del mexicano no se ha distinguido por una cultura de voluntariado, por lo que los programas académico-sociales serán promovidos con marketing y técnicas publicitarias[16], para desarrollar el liderazgo[17] y toma de decisiones en los futuros líderes sociales, que estén siempre dispuestos a realizar acciones de voluntariado[18] a favor de grupos vulnerables o en desventaja con pocas o nulas oportunidades.

---

[11] RAMOS Grijalva, Darío, (2007), Manual Básico de Comunicación Corporativa. Editorial San Pablo, Bogotá, Colombia. Pág. 56
[12] http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm
[13] OLCESE, Aldo, (2008), Manual de la Empresa Responsable y Sostenible, McGraw Hill, Madrid, España. Pág.14
[14] PALAFOX, Gustavo, (2008), Ética. La persona y la generación de riqueza en la empresa. Grupo Editorial Patria, México, .D.F. Pág.6
[15] IBARRA Ramos, Ramón, (2007), Código de Ética. Editorial Trillas. México, D.F.
[16] KOTLER, Philip, (1992), Marketing Social, Ediciones Díaz de Santos, S.A., Madrid, España. Pág. 341
[17] PÉREZ Romero, Luis Alfonso, (2004), Marketing Social. Teoría y Práctica. Editorial Pearson, México, D.F. Pág.417
[18] LANZETTI, Guillermo, (2006), Ser Voluntario, Editorial Espacio, Buenos Aires, Argentina. Pág.33

Así como el comportamiento y desarrollo humano en las empresas[19] es fundamental, el colegio considera prioridad desarrollar el talento de nuestros alumnos con programas integrales, y a nuestros profesores con capacitación para actualizarlos de acuerdo a las necesidades del mundo actual, basados en innovación y cultura emprendedora.

Nuestros programas sociales incrementaran la gestión del conocimiento en la empresa en la que se quiera desempeñar nuestros egresados por haber obtenido las bases de su compromiso social y se le hará más fácil entender cómo funcionará la negociación y resolución de conflictos con los grupos de interés por medio de relaciones públicas dirigidas a la comunicación en tiempo de crisis que mejorarán la imagen institucional[20] de la empresa y a la vez de nuestro colegio por generar conciencia en sus empleados.

El gobierno corporativo[21] del colegio desarrollará anualmente reportes sociales con resultados de los programas y los difundirá por las nuevas tecnologías de la información y así dar un paso más al colegio como una empresa en un entorno globalizado[22], competitivo frente a otras instituciones nacionales e internacionales.

[19] PARDO Martínez, Luz Patricia, (2008), Desarrollo Humano y Formación Social, Grupo Editorial Lumen, Buenos Aires, Argentina. Pág. 44
[20] LIMÓN Peña, Moisés, (2008), Imagen Corporativa. Estrategia Organizacional de Comunicación Global. Editorial Trillas, México, D.F.
[21] SOTOMAYOR, Jesús M., (2008), Manual de Responsabilidad Social Empresarial para la Pequeña y Mediana Empresa Mexicana. Editorial Panorama, México, D.F.
[22] JARVIS, Peter, (2006), Universidades Corporativas. Nuevos Modelos de Aprendizaje en la Sociedad Global. Narcea, S.A. de Ediciones, Madrid, España. Pág. 33

Cuadro No. 1[23]

Matriz de planeación estratégica de la comunicación en programas sociales

Público	Objetivo	Mensaje	Táctica	Herramienta
• Alumnos	Concientizar de la situación social, para mejorar la calidad de vida y el desarrollo de la comunidad.	Ser ubicada como la primer institución educativa que implementa como valor agregado la responsabilidad social en sus programas de estudio.	Programas sociales, como Escuela Verde, programa dedicado a concientizar sobre el cuidado del medio ambiente.	Reforestar áreas verdes. Usar papel ecológico. Reciclar la basura. Tratar el agua que se utiliza. Entre otros.

Ejemplo 1.

Podemos hablar de los alumnos (público interno); el objetivo es concientizarlos de la situación social para mejorar la calidad de vida y el desarrollo social de la comunidad; el mensaje que quiere dejarles el Colegio es ser ubicada como la primer institución educativa que implementa como valor agregado la responsabilidad social en sus programas de estudio; las tácticas serán los programas sociales, como Escuela Verde, programa dedicado a concientizar sobre el cuidado del medio ambiente, y alguna de las herramientas para conseguir el objetivo será que ellos mismo lleguen a plantar árboles en algunas zonas de la Ciudad o del Estado de México.

[23] Apuntes del Seminario de Filantropía Corporativa e Inversión Social en el ITAM, por Michael Layton. Tema. Visualizando las acciones: La comunicación de la inversión social por A. Berenstein y Alejandro Berrocali de ZIMAT Consultores.

CONCLUSIONES

En conclusión, para aquellas escuelas que tengan la necesidad de concientizar y generar un cambio de comportamiento significativo y para sus miembros se propone lo siguiente:

1. Si en una institución educativa se genera la preocupación por crear alumnos conscientes y comprometidos con el desarrollo de su comunidad, se crearán programas sociales adjuntos a los programas académicos, entre ellos habrán talleres, materias específicas a temas sociales o de medio ambiente, voluntariado, eventos a favor de instituciones que apoyan causas de grupos vulnerables.

2. Las escuelas deben empezar a institucionalizar la creación del Área de Responsabilidad Social, que se encargará de implementar estrategias de comunicación con el fin de mejorar y aumentar el impacto en los públicos interesados en sus actividades.

3. El Área de Responsabilidad Social debe ser parte del equipo directo de la Dirección General, porque las Direcciones, Departamentos y Áreas generan información que sirve para mejorar o descontinuar los programas, promover la participación a los públicos involucrados, y dar a conocer los impactos reales que han causado.

4. Los colegios se colocarán a la vanguardia de las necesidades de la globalización al momento de empezar su labor, siendo parte de los primeros eslabones que esperan las empresas y organizaciones en la cadena de valor de la Responsabilidad Social, con los alumnos que serán futuros empleados comprometidos en voluntariado en actividades sociales.

5. Será muy importante la constante comunicación que reportará el área de Responsabilidad del Colegio ya que mostrará la sustentabilidad basándose en los esfuerzos de todo, desde la constante capacitación de sus empleados, los reconocimientos internos y externos de sus miembros, así como sus logros, conocer la administración de los recursos utilizados por el Colegio y los avances significativos en desarrollo de sus integrantes.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADA, Ana, (2000), Comunicación Social, Editorial Brujas, Córdoba, Argentina.

CASTILLO CLAVERO, A.M. (1986), La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control, Tesis doctoral inédita presentada en la Universidad de Málaga, España.

FERNÁNDEZ Gago, Roberto, (2005), Administración de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, España.

GODINEZ Jiménez, Héctor, (2007), La Responsabilidad Social Empresarial, Denarius. Revista de economía y administración, UAM Iztapalapa, México, D.F.

GONZÁLEZ Lara, Mauricio, (2008), Responsabilidad Social Empresarial, Grupo Editorial Norma, Estado de México, México.

LANZETTI, Guillermo, (2006), Ser Voluntario, Editorial Espacio, Buenos Aires, Argentina

LARA, María Luisa, (1999), Filantropía Empresarial. Convicción y Estrategia, Editorial Pax México. México, D.F.

NAVARRO Gago, Fernando, (2008), Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica, ESIC Editorial, Madrid, España.

OLCESE, Aldo, (2008), Manual de la Empresa Responsable y Sostenible, McGraw Hill, Madrid, España.

PALAFOX, Gustavo, (2008), Ética. La persona y la generación de riqueza en la empresa. Grupo Editorial Patria, México, .D.F. Pág.6

PARDO Martínez, Luz Patricia, (2008), Desarrollo Humano y Formación Social, Grupo Editorial Lumen, Buenos Aires, Argentina.

PÉREZ Romero, Luis Alfonso, (2004), Marketing Social. Teoría y Práctica. Editorial Pearson, México, D.F.

RAMOS Grijalva, Darío, (2007), Manual Básico de Comunicación Corporativa. Editorial San Pablo, Bogotá, Colombia.

ANEXOS

Anexo No. 1

El Modelo Educativo Constructivista ABC2:

Aprendizaje basado en la construcción del Conocimiento.

Víctor de la Cueva, Rafael De Gasperín, Manuel Ruiz, Luis Beristain, Saúl Morales, Humberto Ramírez, Álvaro de Gasperín.

ITESM, Campus Central Veracruz.

Introducción.

La educación es, sin lugar a dudas, la actividad más importante en cualquier país y particularmente importante en un país en vías de desarrollo. Ella es el fundamento para cualquier plataforma de desarrollo que se desee implementar. Así lo han demostrado los países desarrollados quienes han optado por un fuerte apoyo económico a la educación como parte inicial y fundamental de sus estrategias gubernamentales para la dirección del país, cualquiera que de ellas se trate. Todos los países desarrollados, sin excepción, cuentan con un fuerte desarrollo educativo. Modernas instalaciones, tecnología, profesores bien preparados y un excelente enfoque educativo son las constantes en estos sistemas.

Una condición necesaria para que el proceso enseñanza-aprendizaje se dé en forma adecuada es que el alumno se encuentre motivado por lo que aprende. Sin embargo, en los últimos años se ha detectado una falta de esta, y los estudiosos de la educación lo han atribuido a la monotonía y falta de retos que presenta el enfoque tradicional de enseñanza, en el que el profesor es el centro del proceso, pues se pasa la mayor parte de tiempo hablando, y el alumno simplemente es un receptor que poco alcanza a comprender de lo que se le es expuesto. Se han realizado estudios en los que se estima que tan solo el 5% de lo expuesto por un profesor es recordado por el alumno [Weenk 99].

Otro punto negativo de la educación tradicional es lo poco realista que resulta, es decir, no logra preparar al alumno con las habilidades que este va a requerir cuando egresa y se coloca en el mundo de los profesionales, ofreciendo un servicio a la comunidad. Actualmente se requieren habilidades como: el trabajo colaborativo, el aprender a aprender, la investigación documental, así como el análisis y la solución de problemas. Todas ellas son fundamentales en el quehacer diario de cualquier profesionista.

Se han propuesto algunas soluciones para esta monotonía y falta de realismo que presenta el método tradicional de enseñanza, pero hay algunas que sobresalen en cuanto a los resultados obtenidos. Tal es el caso de las técnicas basadas en el aprendizaje constructivista como son: el Aprendizaje Basado en Problemas (PBL por sus siglas en inglés), desarrollado originalmente por la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad McMaster alrededor de 1965 [Schmidt 93], [Barrows 80], [Walton 89], el Aprendizaje Orientado a Proyectos (POL por sus siglas en inglés), utilizado en una currícula completa por vez primera en la Universidad de Aalborg en Dinamarca alrededor de 1990 [Kjersdam 94] y el Aprendizaje Basado en Casos (CBL por sus siglas en inglés), utilizado por la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard en los Estados Unidos [Christensen 81], [Gijselaers 95] todas ellas con una fuerte dosis de trabajo colaborativo como su punto medular.

Para el aprendizaje constructivista, el conocimiento debe ser construido por el alumno mismo (de ahí su nombre) y no simplemente pasado de una persona a otra como lo hace la enseñanza tradicional. El alumno debe generar sus propios objetivos de aprendizaje y ser capaz de alcanzarlos mediante el autoestudio y la interacción con sus compañeros en su equipo de trabajo. La educación pasa de ser "centrada en el profesor", en la enseñanza tradicional, a "centrada en el alumno", en el aprendizaje constructivista. Algunos estudios recientes muestran que el alumno que trabaja en esta forma logra retener el 80% de lo que estudia y este porcentaje crece si el alumno hace las veces de profesor entre los miembros de su equipo [Weenk 99].

El papel del profesor, sigue siendo igualmente importante o más que en el caso tradicional, dado que ahora él debe trabajar en forma colaborativa y multidisciplinaria con sus colegas para generar problemas, proyectos o casos que sean retadores y motivadores para el alumno, además de que debe asegurarse que el proceso se está dando en forma adecuada y el equipo de alumno logro plantear los objetivos educativos que se esperaban con el objeto de que logre buscar y adquirir el conocimiento adecuado que cumpla con los objetivos de la materia. El papel del profesor es el de guía buscando hacer la pregunta adecuada en el momento adecuado para hacer que la discusión diverja o converja según sea conveniente en un momento dado. El profesor debe analizar en todo momento la actitud de cada uno de los miembros del equipo en forma individual y de todos ellos en forma grupal, y decidir si todo va bien o es necesaria su intervención. Pero siempre deberá estar consciente de que él no es el protagonista principal y que su intervención deberá ser mínima pero suficiente.

Uno de los problemas principales que se han presentado al tratar de aplicar este tipo de modelos a las escuelas con una forma tradicional de enseñanza es la falta de flexibilidad de movimiento en sus currículas, tanto en el contenido como en el orden en el que se presentan las materias, en la mayoría de los casos por cuestiones administrativas.

En este artículo se presenta un modelo basado en el aprendizaje constructivista al que hemos denominado Aprendizaje Basado en la Construcción del Conocimiento (ABC2), el cual resulta completamente flexible para poderse adaptar a cualquier sistema educativo sin hacer cambios en las currículas existentes y aprovechando las ventajas principales de los enfoques constructivistas más exitosos como son: PBL, POL y CBL.

Consultar la siguiente página para leer el artículo completo:
http://www.congresoretosyexpectativas.udg.mx/Congreso%201/Mesa%20F/mesa-f_7.pdf

Anexo No. 2

Filosofía

El Colegio tenía como filosofía: "Proporcionar un trato individualizado y de respeto a sus alumnos como seres humanos únicos, formando en ellos actitudes de responsabilidad y compromiso ante la vida y la sociedad."[24]

Misión[25]

El Colegio tenía como misión: "Ser una institución educativa, multicultural, bilingüe, mixta y laica, comprometida con la formación integral[26] de sus alumnos a través de un aprendizaje significativo[27] y el desarrollo de habilidades físicas, mentales y socio-afectivas, así como la promoción de valores de responsabilidad y respeto hacia sí mismos y los demás."

Visión[28]

El Colegio tenía como visión: "Ser una institución educativa de vanguardia con un enfoque internacional y multicultural, reconocida por las autoridades académicas del país y por otras instituciones educativas por su alta calidad académica, la promoción de valores universales[29] y la formación de un espíritu emprendedor en cada uno de sus alumnos."

[24] http://www.colegiointernacional.edu.mx/index.php/conoces/filosofia-mision-y-vision
[25] Idem
[26] Abarcar todos los aspectos educativos en la etapa formativa del alumno (conductas, hábitos, aprendizaje, conocimientos).
[27] Que el alumno tenga una aplicación de lo aprendido y le sirva en su vida diaria.
[28] http://www.colegiointernacional.edu.mx/index.php/conoces/filosofia-mision-y-vision
[29] Éticos y morales

Valores[30]

El Colegio tenía como valores:

- Educación para la paz y la tolerancia

  La escuela fue el ámbito natural donde los chicos debieron aprender a vivir junto a personas no miembros de su familia. No obstante, en ocasiones fue el lugar donde solían tener sus primeros y más graves conflictos.
- Formación del carácter

  Se creyó que el colegio debía ocuparse, junto con la familia, de la formación integral de los niños y jóvenes, brindando atención preventiva en los aspectos relacionados con la violencia, adicciones, salud mental y física.
- Formación de un espíritu emprendedor

  Sus objetivos generales fueron desarrollar en los alumnos:
  - ✓ Un espíritu indagador, de iniciativa y de superación personal permanente.
  - ✓ Habilidades que propiciaran la creatividad.
  - ✓ Habilidades sociales para el logro de objetivos comunes a través del trabajo en equipo.
  - ✓ La formación de valores, tales como el esfuerzo, el servicio y la responsabilidad social.
- Servicio a la comunidad

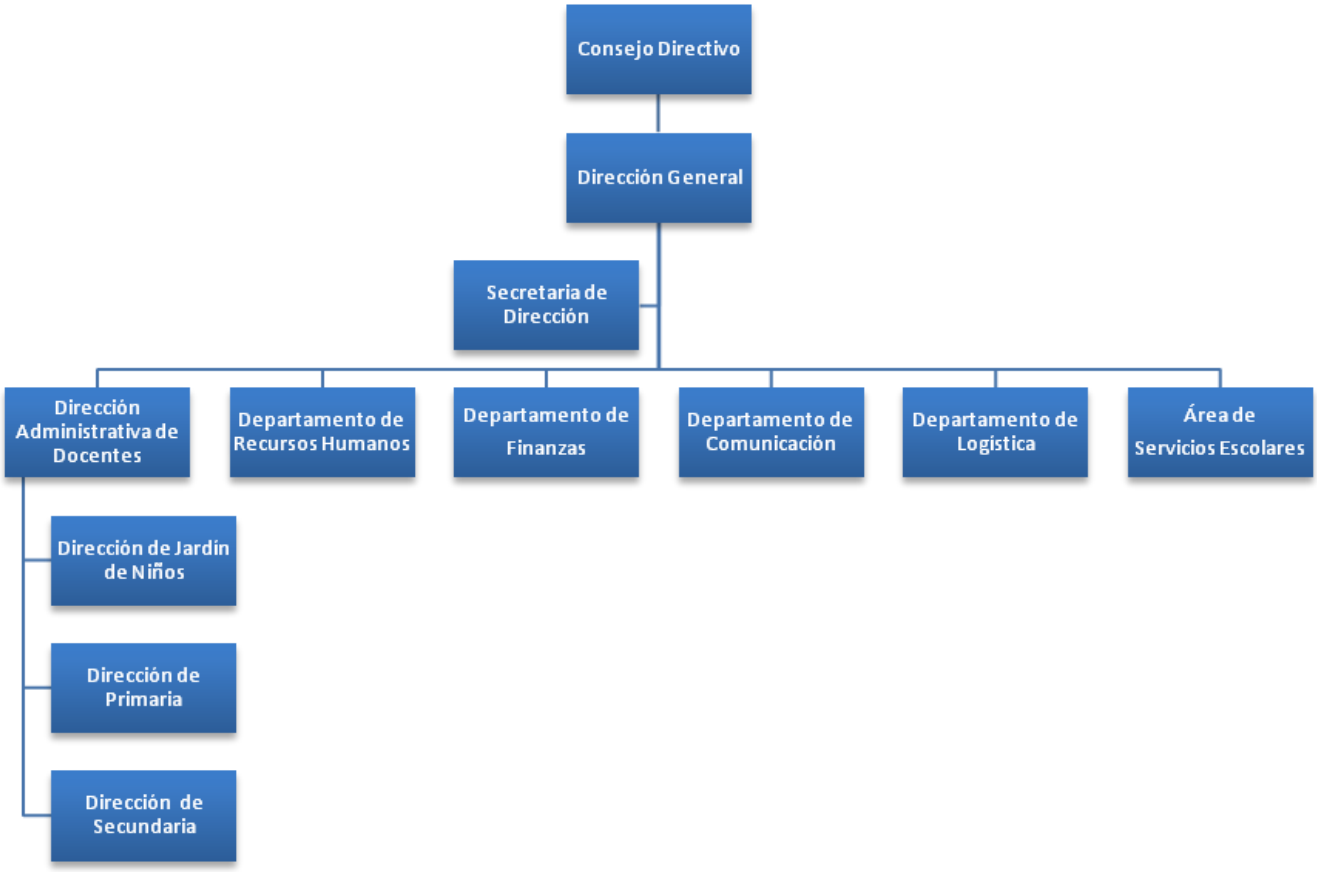
  El servicio a la comunidad fue un aspecto fundamental en la formación de los niños y jóvenes, por lo que la institución propició la realización de diversos programas enfocados a: la protección y cuidado de animales y del medio ambiente; la atención a niños, adolescentes y adultos mayores, con necesidades especiales: adicciones, en condiciones de abandono, enfermedad o de bajos recursos económicos.
- Escuela Verde

  Era un colegio preocupado y ocupado en el mejoramiento de las condiciones en que se encontraba el planeta.

[30] http://www.colegiointernacional.edu.mx/index.php/conoces/valores-institucionales

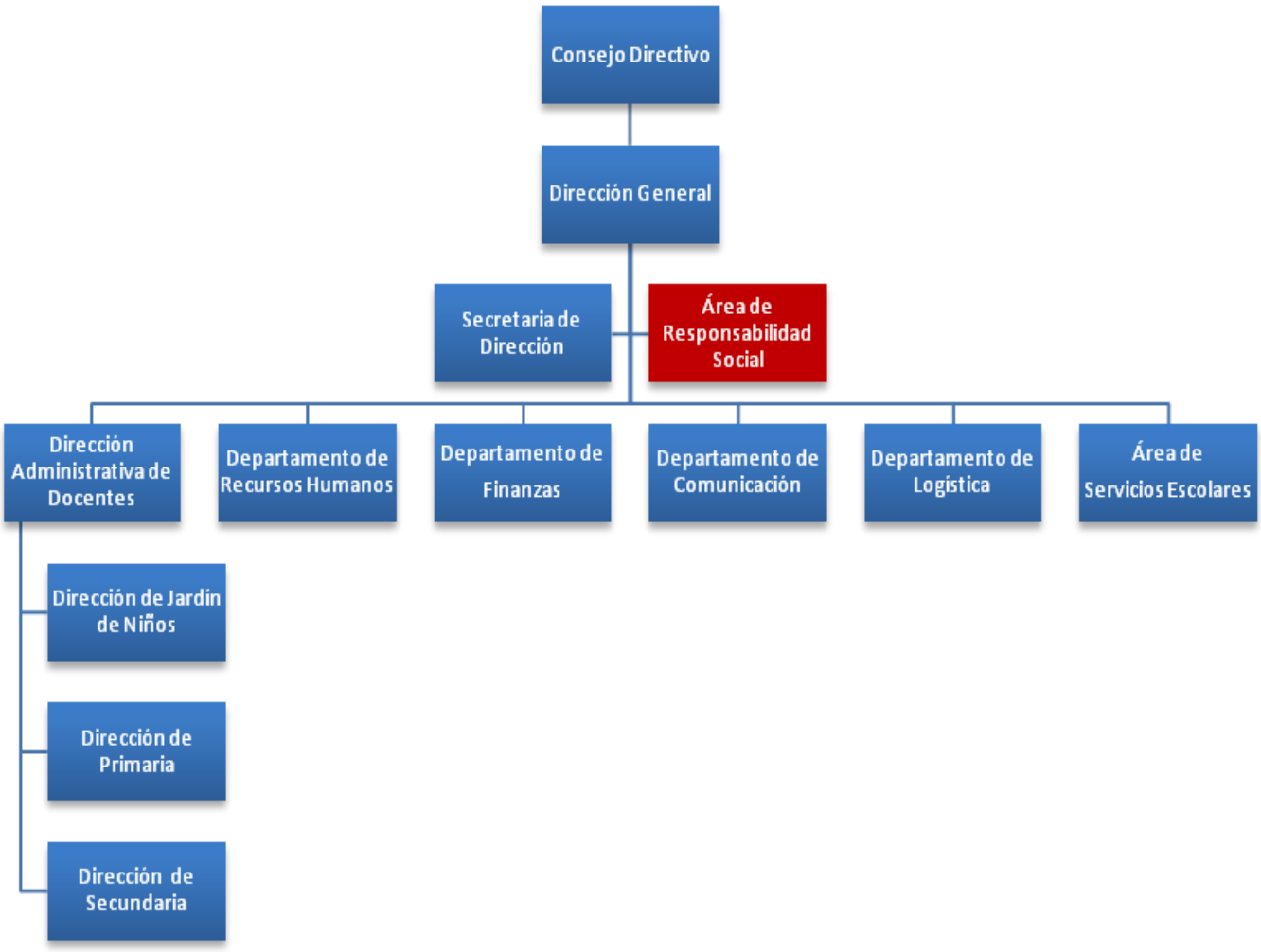
Anexo No. 3

Estructura Organizacional del Colegio antes del área de Responsabilidad Social



Anexo No. 4

Estructura Organizacional del Colegio con el área de Responsabilidad Social



Anexo No. 4

Terminología

Responsabilidad Social[131]: Supone que la organización o institución, en el ejercicio de sus funciones, ha tomado conciencia de los efectos reales totales de sus acciones sobre el entorno social, internalizando pautas de comportamiento que representen una actitud positiva en la consideración de los valores e intereses sociales. Como consecuencia del cambio de mentalidad, surgen presiones de los públicos interesados a la organización o institución, que reclaman un control efectivo de las externalidades y costos sociales generados por la actividad económica, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio como único índice expresivo de la eficiencia socioeconómica de la entidad.

Filantropía: Cubrir las necesidades inmediatas de aquellas personas en desventaja social a la que una persona, organización o institución desea apoyar sin darle continuidad a largo plazo al proyecto o apoyo que ha brindado.

***Stakeholders*:** Son todos los grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir, lo que obliga a la organización o institución a no centrarse únicamente a un público en específico como los accionistas.

Son cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la organización o de la institución, así como posiblemente cualquier obligación moral.

Desarrollo Sustentable: Desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

[31] CASTILLO CLAVERO, A.M. (1986), La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control, Tesis doctoral inédita presentada en la Universidad de Málaga, España, Pág. 265

Huella Ecológica: Es un indicador que facilita la medición del impacto que tiene un modo de vida determinado sobre el planeta y que además nos da una idea de la bio capacidad que ostenta el mismo, un indicador clave a instancias de la sustentabilidad.