

Gestión de *issues management* en corporaciones de servicios públicos, para la prevención de riesgos medioambientales: el caso de la revista infantil "Chispiola"

Management issues in corporate management utility for the prevention of environmental risks: the case of the children's magazine "Chispiola"

Mgtr. **Mónica ABENDAÑO**

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
mabendano@utpl.edu.ec

Lic. **Priscila CRESPO-BARZALLO**

Universidad Técnica Particular de Loja, Centro Regional Cuenca (Ecuador)
priscilaacrespo@gmail.com

Recibido: 29 de septiembre de 2015

Aceptado y Publicado: 15 de octubre de 2015

Resumen

A través del Modelo *Communication Management Bridge* (Álvarez Nobell, 2015) se analizó, midió y evaluó la comunicación estratégica en la empresa ELECAUSTRO S.A., empresa pública del sector electro ecuatoriano que genera energía eléctrica mediante diversas fuentes de producción. Específicamente se estudió el Plan Anual Medio Ambiental, un proyecto de educación ambiental, insertado desde el año 2006 por dicha empresa, mediante el cual se espera consolidar en el sistema educativo local con un aprendizaje significativo y trascendente, que permita la prevención y desaceleración de los impactos ambientales negativos. Para esto, se desarrolló una fundamentación teórica-conceptual, la cual comprende varios temas que son la base doctrinaria para el desarrollo de la investigación como tal. También, se aplicó una investigación de doble estrategia documental y de campo, basada en un estudio exploratorio descriptivo, el cual permitió realizar un exhaustivo análisis de la "Revista infantil Chispiola" y demás actividades realizadas en la ciudad de Cuenca, a fin de crear conciencia de la conservación del medio ambiente. Se realizaron entrevistas semiestructuradas, mediante las cuales se determinó que dicho proyecto tiene un alto grado de acogida, además fomenta en los estudiantes y profesores un compromiso con la generación de energía y conservación del medio ambiente; lastimosamente se evidenciaron limitaciones de participación en el mismo.

Abstract

On *Communication Management Model Bridge* (Nobell Alvarez, 2015), it was analyzed, measured and evaluated Strategic Communication in Elecaustro company, a public company of the Ecuadorian





electric sector that generates electricity through many sources of production. Specifically the Annual Environmental Plan, a Draft Environmental Education released since 2006 by the company, by which is expected to consolidate in the local education system with a significant and important learning that allows the prevention and slowing the impacts studied negative environmental. For this, a theoretical-conceptual basis, which includes several issues that are the doctrinal basis for the development of research itself developed. Double documentary research and field strategy, based on an exploratory study, which allowed for a thorough analysis of the "Chispiola Child Magazine" and other activities in Cuenca city, it is also applied to raise awareness conservation of the environment. Semi-structured interviews, by which it was determined that the project has a high degree of hospitality, also encourages students and teachers committed to the generation of energy and environmental conservation were made; unfortunately limitations became apparent involvement in it.

Palabras Clave: comunicación estratégica, educación ambiental, evaluación, issues management.

Key Words: strategic communication, environmental education, evaluation, issues management.

1. Introducción

Relacionar los objetivos del área de comunicación estratégica con los objetivos generales de la organización, su misión, visión y valores, actualmente constituye un gran reto y sobre todo conseguir que aporte en la definición del papel estratégico del encargado de comunicación. Por ello el comunicador se convierte en un actor fundamental de la dinámica organizacional y de los procesos de integración técnica y disciplinar. Dentro de estos procesos está el alcanzar niveles de excelencia en comunicación estratégica, siendo la medición y evaluación uno de ellos y se lo puede conseguir a través del modelo "*Communication Management Bridge*, aplicando una matriz construida a partir de un conjunto de criterios organizados en tres fases integradas para la medición y evaluación: estratégica, táctica y operativa.

Con estos antecedentes y con el fin de crear conciencia en la conservación del medio ambiente, se analizó, midió y evaluó la comunicación estratégica en la empresa Elecaustro S.A., concretamente la "Revista infantil Chispiola", la misma que se distribuye en la ciudad de Cuenca, Ecuador.

2. Marco teórico

El Modelo Communication Management Bridge

Supuestos teóricos y metodológicos

Las teorías de la comunicación, como una tradición, se han consolidado como una de las líneas de investigación y de los ámbitos de docencia más importantes, tanto en los estudios de ciencias sociales como de humanidades, por lo que se considera de gran importancia para la investigación y comunicación social como camino para la interrelación con los seres humanos.





Fases y actividades del modelo

El modelo tal como se lo encuentra propuesto, consta de 3 fases para la medición y evaluación:

- a. Fase estratégica: coordinada con el equipo directivo de la organización.
- b. Fase táctica: que permite determinar los componentes de la fase estratégica, delinear y ejecutar los planes de comunicación correspondientes.
- c. Fase operativa: se gestiona conjuntamente con el equipo de comunicación al igual que la fase táctica (Álvarez, 2011: 9-10).

Fase estratégica: planificación de la evaluación

Esta está compuesta de tres dimensiones establecidas como explica el autor Álvarez Nobell (2011: 9-10):

1. Modelo de gestión organizacional. Precisión de los indicadores de resultado y las herramientas o los dispositivos que el management emplea habitualmente.
2. Objetivos organizacionales. Determinación clara y precisa de los objetivos y procedimientos organizacionales sobre los cuales se intenta realizar un aporte desde la gestión de comunicación estratégica.
3. Objetivos de comunicación. Definición de los objetivos específicos del área de comunicación (los cuales se pueden señalar a modo de hipótesis o proposiciones tentativas) y su relación con las metas organizacionales a las cuales se intenta contribuir.

Fase táctica: diseño de la medición

La fase táctica permitirá determinar los componentes de la fase estratégica, delinear y ejecutar los planes de comunicación correspondientes:

1. Conceptualizar las variables de interés. Implica comprender y precisar los conceptos que se van a evaluar en todos sus aspectos, condiciones y atributos. Es importante manejar un lenguaje común que permita observar elementos que luego serán puestos en común entre públicos heterogéneos (directivos, comunicadores).
2. Dimensiones e indicadores. Se deben especificar aquellos términos que conforman cada una de las variables de gestión y evaluación, a fin de reducir los niveles de abstracción y poder determinar con claridad el aporte que se está evaluando. Esta instancia permite confeccionar los dispositivos, las escalas y las herramientas que se van a emplear en el proceso de medición (Álvarez, 2011: 10).

Fase operativa: medición

La fase operativa es donde tienen lugar las actividades y acciones de medición en función de los objetivos definidos y las variables determinadas a ser gestionadas y evaluadas. Aquí se realizarán las siguientes actividades:





1. Establecer los niveles de medición de modo tal que, al ser una actividad sostenida en el tiempo, sea posible emplear referencias de estados anteriores de las variables y señalar progresos o desvíos. De este modo, las variables se asimilan rápidamente y son más efectivas.
2. Elaboración de índices. Los índices son indicadores complejos que se obtienen a través de la integración de información diversa. Buscan sintetizar en una medida común un conjunto de datos. Son importantes para simplificar los resultados obtenidos de la medición a fin de determinar el aporte.
3. Reportes e informes. Son un elemento clave del proceso de evaluación, ya que permiten la sistematización de los resultados, hacerlos tangibles y obtener un registro de los mismos. El lenguaje, los formatos y los modos de presentación deben guardar coherencia con el modelo de gestión organizacional en el que se enmarcan las acciones de comunicación y, desde luego, los procesos de medición (Álvarez, 2011: 10).

3. Metodología

En la metodología utilizada se puede mencionar las fuentes de carácter documental: libros, folletos, tesis y páginas web, así como también en la investigación de campo, tomando contacto con la realidad de la empresa Elecaustro de la ciudad de Cuenca.

Además, el diseño que se utilizó para el desarrollo de esta investigación es de tipo exploratorio-descriptivo, que permitió enfocar a profundidad el estudio de caso, evaluando la planificación estratégica de las acciones de comunicación tomadas y de qué forma impactaron en los objetivos, y en las personas que estuvieron expuestas al plan de comunicación. Esto permitirá entender cualitativamente la influencia del estudio en los grupos de análisis.

A continuación, se presenta en detalle los tipos de investigación:

- Descriptiva: permitió de manera detallada y concreta, conocer y analizar el desarrollo del proyecto de “educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, que guarda características de medición precisa.
- Explicativa: permitió conocer y determinar los aspectos positivos del proyecto.

Se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas a diferentes actores que intervienen en este proceso. Además se realizó un trabajo documental de todos los elementos (fotográficos, documentales, etc.) y un trabajo de observación de campo de la aplicación del proyecto.

Variables de estudio

Según Abendaño & Álvarez (2014), las variables de estudio son: comunicación, planificación estratégica, evaluación y objetivos organizacionales, las cuales son relacionadas de la siguiente manera:

1. Objetivos organizacionales
 - 1.1. Modelo de gestión
 - 1.1.1. Perfil de la organización





- 1.1.2. Misión, visión, valores
- 1.1.3. Cultura corporativa y estilo de liderazgo
- 1.2. Objetivos de negocio
 - 1.2.1. Indicadores de resultado
 - 1.2.2. Procedimientos de control de gestión y modelos de medición
- 2. Gestión de comunicación
 - 2.1. Acciones de comunicación
 - 2.2. Planificación estratégica
 - 2.2.1. Diagnóstico
 - 2.2.2. Acción
 - 2.2.2.1. Estrategia de comunicación
 - 2.2.2.2. Objetivos de resultado
 - 2.2.2.3. Objetivos de producción
 - 2.2.3. Comunicación
 - 2.2.3.1. Política de comunicación
 - 2.2.3.2. Programas y acciones
 - 2.2.3.3. Medios de comunicación
 - 2.2.4. Evaluación
 - 2.2.4.1. Planificación de la evaluación
 - 2.2.4.2. Diseño de la medición
 - 2.2.4.3. Medición (p.p. 33-34).

Seguidamente, se describen cada uno de los aspectos mencionados.

1. Objetivos organizacionales

1.1 Modelo de gestión

1.1.1 Perfil de la organización: Elecaastro es una empresa de generación de energía enmarcada en estrictas políticas de calidad y así proporcionar un eficiente servicio dentro del sector eléctrico ecuatoriano.

1.1.2 Misión, visión, valores: la filosofía organizacional es clara y está enfocada al ofrecer energía eléctrica de manera continua, confiable y competitiva.

1.1.3 Cultura corporativa y estilo de liderazgo: la empresa Elecaastro es una empresa del sector público ecuatoriano y sus regentes son el ministerio de electricidad, el ministerio de finanzas y algunos municipios.

1.2 Objetivos del negocio

1.2.1 Indicadores de desarrollo: Elecaastro maneja 5 ejes estratégicos y la comunicación se encuentra dentro de ellos. El área de comunicación es de gran apoyo y soporte para toda la organización y éxito se la opera en el Departamento de relaciones públicas.



1.2.2 Procedimientos de control de gestión y modelos de medición: Elecaastro maneja un el sistema mensual de remuneración variable, el cual permite medir loss resultados “esperados” del área comercial.

2. Gestión de la comunicación

2.1 Acciones de comunicación: el área de comunicación está considerada como área de apoyo y soporte para todas las direcciones.

2.2 Planificación estratégica

2.2.1 Diagnóstico: el proyecto de responsabilidad social “educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, desde su primer año de su ejecución obtuvo y ha obtenido resultados positivos.

2.2.2 Acción

2.2.2.1 Estrategia de comunicación: la remuneración variable mide lo siguiente:

- Imagen dentro de un público interno y externo.
- Actualización de vida a todos los canales de comunicación.
- Ejecución exitosa del programa dando prioridad a la de responsabilidad social.
- Medio informativo interno como la revista trimestral enérgica hacia el futuro.

2.2.2.2 Objetivos de resultado: la meta principal es que los participantes (niños) obtengan una conciencia abierta del cuidado del medio ambiente.

2.2.2.3 Objetivos de producción: se aprecia el feedback de cada actividad desarrollada, para lo cual se evalúa y mide los resultados obtenidos.

2.2.3 Comunicación

2.2.3.1 Política de comunicación: No dispone.

2.2.3.2 Programas y acciones: los programas y acciones del “Proyecto de educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, cada vez intenta integrar un número de escuelas participantes, lo que denota el grado de aceptación del mismo.

2.2.3.3 Medios de comunicación: este programa hace uso de medios para la difusión de la Revista Infantil Chispiola con una circulación mensual de 20,000 ejemplares.





2.2.4 Evaluación

2.2.4.1 Planificación de la evaluación: una vez finalizado el programa se realiza un informe con un análisis de metas, objetivos y cumplimientos.

2.2.4.2 Diseño de la medición: se reciben sugerencias enfocadas en el contenido de la página como ejemplo en el último taller.

2.2.4.3 Medición: la empresa Publigestión presenta un informe al finalizar cada proyecto.

4. Resultados

Fases	Actividades	Análisis resultados de la entrevista
ESTRATÉGICAS	DETERMINACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL	Al ser una empresa del sector público moderna, el modelo gerencial exige personal altamente calificado, su estructura está delimitada en forma jerárquica de acuerdo a las diferentes posiciones. El capital humano y su estructura organizacional han permitido que desarrollen con eficiencia y eficacia su gestión. Existen procedimientos de control de gestión que se emplean con rigurosa periodicidad al final de cada proyecto.
	SELECCIÓN DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	La empresa cuenta con un plan estratégico, mantiene planes que se manejan de acuerdo a los proyectos que se van desarrollando, sobre todos enfocados en la responsabilidad social. Los indicadores sobre los que trabaja el departamento de Relaciones Públicas son cuatro, manteniendo una buena imagen de la empresa, una actualización continua de los canales de comunicación, los programas que implican mantener responsabilidad social con la comunidad y sobre todo como medio de difusión interna la revista trimestral que informa sobre los acontecimientos y cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa.
	DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	Los objetivos organizacionales están íntimamente relacionados a los de comunicación, que son la base fundamental para dar a conocer a todos los involucrados con los objetivos y proyectos trazados por la empresa. El proyecto de “educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, se mantiene desde hace ocho años, continua este año lectivo involucrando cada vez más a los niños en el cuidado del agua y la conservación de los recurso naturales y del medio ambiente.





FASE TÁCTICA	CONCEPTUALIZAR LAS VARIABLES DE INTERÉS A EVALUAR DE LOS OBJETIVOS DE RESULTADO	El Proyecto en estudio forma parte de las variables de los objetivos organizacionales, establecido el esquema se puso en práctica en el 2006, el mismo que se mantiene con éxito año tras año.
	DETERMINAR LAS DIMENSIONES E INDICADORES A MEDIR OBJETIVOS DE RESULTADO	Para Elecaastro los resultados obtenidos son de gran importancia, pues los objetivos propuestos han sido cumplidos a cabalidad, una muestra de esto son los resultados positivos que se ven reflejados en el cambio de actitud de los niños.
FASE OPERATIVA	ESTABLECER LOS NIVELES Y DISPOSITIVOS DE MEDICIÓN	Es indispensable partir del diagnóstico para aplicar el proyecto y esto se realiza cada año. Los resultados se basan fundamentalmente en el servicio que presta a la comunidad y los logros obtenidos a través de la concienciación y puesta en práctica de la importancia de la conservación del medio ambiente. Existe diferencia, pues el objetivo fundamental es que los involucrados dentro del programa apliquen en su día a día lo aprendido. Se aplica el proyecto, el mismo que se difunde con el apoyo de la revista Chispiola, con la finalidad de medir el cumplimiento de los objetivos propuestos. Entre los instrumentos están: los talleres, la aplicación en el día a día, los mini proyectos elaborados por cada escuela, y sobre todo el feedback.
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	En este tipo de proyectos, los datos son tabulados y analizados con los objetivos que tenían propuestos en el inicio; así se cruza la información para ver si se cumplió o no con el objetivo o los objetivos propuestos. La interpretación y el análisis de los resultados obtenidos se hacen a través del cumplimiento cabal de los objetivos, la aceptación del proyecto y los resultados positivos en la sociedad.
	DISEÑAR LOS REPORTES E INFORMES	Generalmente se hacen informes con el fin de analizar si se han cumplido o no las metas y objetivos planteados. Se cuenta con la empresa Publigestión, quienes realizan los talleres a lo largo y en diferentes etapas tanto a profesores como estudiantes quienes aportan con sus puntos de vista.

Fuente: Entrevista principal

5. Discusiones y conclusiones

- ELECAUSTRO S.A. a través de su “Proyecto de educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, ha conseguido un alto índice de acogida tanto entre alumnos, profesores y ciudadanía en general, con la finalidad de lograr la desaceleración de los impactos ambientales negativos.





- Los talleres didácticos, las revistas y material de apoyo han permitido generar un compromiso con la comunidad educativa principalmente, para la construcción de prácticas ambientales responsables que inculquen el cuidado de las fuentes hídricas, base fundamental en la producción de energía.
- Existe un crecimiento cada vez mayor de demanda de energía eléctrica en el país, la misma que debe ser satisfecha, para lo que se hace indispensable mantener un alto grado de responsabilidad en el cuidado del medio ambiente con la finalidad de mantener y preservar la energía hidroeléctrica, frente a la termoeléctrica costosa y ambientalmente contaminante.
- El objetivo fundamental está enfocado a la responsabilidad social, muestra de esto es la participación de directivos y trabajadores con proyectos en los que se involucran a la sociedad civil, estudiantes y maestros con actividades que incidan positivamente en procesos medio ambientales como: reciclaje, forestación y reforestación, cuidado de las fuentes de agua, etc.
- La responsabilidad social y el “Proyecto de educación ambiental aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos”, cada vez se va renovando y teniendo un mayor compromiso con la comunidad, promoviendo una conciencia ciudadana que permita un desarrollo sustentable, apoyando las condiciones de inequidad, exclusión y desigualdad en que vive nuestra sociedad.
- Elecaastro S.A. mantiene una preocupación constante por generar una corresponsabilidad social entre la empresa y la comunidad a través de la construcción de prácticas ambientales responsables, contribuyendo a la educación integral del niño. Proporciona además estrategias y herramientas que permiten reducir la agresión a la naturaleza e inculca la cultura de paz y valores.

6. Bibliografía

- Álvarez, A. (2011). Medición y Evaluación en Comunicación. Revista Disponible en <http://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-10-medicion.pdf> [consultado 6/10/2014].
- Álvarez, A. (2013). Hacia un modelo integral de medición y evaluación en Comunicación Estratégica: supuestos teóricos, empíricos y Metodológicos. Disponible en http://www.ull.es/publicaciones/latina/13SLCS/2013_actas/131_Nobell.pdf [consultado 6/10/2014].
- Buckley, W. (1970). La Sociología y la Teoría Moderna de los Sistemas. Buenos Aires: Amorrortu.
- Castillo, A. (2009). Relaciones públicas. Teoría e historia. Barcelona: UOC.
- Castillo, C. (2009). Comunicación estratégica (Apuntes). Cuenca: Universidad del Azuay.





Conelec (2014). Ley de Régimen del Sector Eléctrico. Disponible en http://www.conelec.gob.ec/normativa_detalle.php?cd_norm=203 [consultado 5/12/2014].

Elecaustro (2014). Información institucional. Cuenca: La Institución.

Elecaustro (2014). Página Web. Disponible en <http://www.elecaustro.com.ec/> [consultado 22/09/2014].

Elecaustro (2014). Facebook oficial. Disponible en <https://www.facebook.com/pages/Electro-Generadora-del-AustroA/394196470630089> [consultado 22/09/2014].

Elecaustro (2014). Twitter oficial. Disponible en <https://twitter.com/elecaustro> [consultado 22/09/2014].

Salgueiro, A. (2001). Indicadores de gestión y cuadro de mando. Madrid: Díaz de Santos.

Forma de citar este artículo en bibliografías

ABENDAÑO, M. y ÁLVAREZ, A. (2015): "Manual del Estudiante para la elaboración del trabajo de fin de titulación de grado. Loja: UTPL", en Revista PANGAEA N° 6, Volumen N° 2, páginas 39 a 48. Tenerife: Red Académica Iberoamericana de Comunicación. Recuperado el ___ de _____ de 2_____ de: <http://www.revistapangea.org>

