

Relaciones Comunitarias
y Responsabilidad Social



No está solo

Su empresa no está sola; siempre está rodeado de planeta. Desde la geografía en donde habita hasta los seres con quienes convive.

Las Relaciones Comunitarias implican la relación con su medio ambiente y cómo su empresa está en sintonía con él; desde los conceptos de respeto medioambiental hasta la capacidad de entender a sus sociedades vecinas.

Su empresa necesita propiciar el acercamiento para crear vínculos con su entorno; no sólo por obligación (para garantizar sus operaciones), sino como parte de la identidad de su propia empresa; la cual no es ajena a lo que sucede a su alrededor.

Así, como consecuencia, se cosechará buenas relaciones que permitirán forjar un mejor futuro para todos; para su empresa, para las comunidades y para el planeta.



Objetivos

1. Reconocimiento de las áreas de influencia con el fin de establecer las acciones constructivas de mutuo propósito.
2. Asegurar las operaciones de su empresa en la zona a través de vínculos productivos con las comunidades.
3. Generar confianza y reforzar la credibilidad en las comunidades de cara a cualquier situación de crisis.
4. Las acciones comunitarias reflejan la visión, los principios y los valores de su empresa. La participación debe ser activa, procurando participar a través de iniciativas y ser parte de las soluciones más importantes de la comunidad.
5. Asegurar los nuevos proyectos en la zona a través de la inclusión de las comunidades, a fin que sepan éstas que se obrará sin perjuicio de ellas y/o su medio ambiente.
6. La empresa es parte del proyecto-país. A través de sus iniciativas se puede alcanzar el desarrollo sostenible de los grupos comunitarios y reforzar a la vez la institucionalidad de la empresa.
7. Crearse escenarios de noticia positiva que reconozcan sus iniciativas sean un ejemplo de gestión para el sector. A través de la globalización, es inevitable que sus inversionistas, clientes y la opinión pública se noticie de lo que hace su empresa con respecto del desarrollo de sus comunidades.



Gestión

Nosotros trabajamos para que su empresa logre calar en las comunidades que los rodean y sea activo protagonista del desarrollo social y, a la vez, corporativo.

1. Estudios y análisis situacionales

- Impacto social
- Comunicaciones
- Estudios estadísticos y cuantitativos
- Stakeholders

2. Programas de Desarrollo

- Responsabilidad Social (RSE)
- Diseño, ejecución y evaluación

3. Planeamiento de Relaciones Comunitarias

- Identificación de estados
- Comunicaciones y Compromisos Públicos
- Relaciones Sectoriales (Zona)
- Estrategia de Desarrollo Auto Sostenible



Acción

Buscamos soluciones innovadoras para cada caso; no sólo para cada empresa, sino para cada comunidad que forma parte del entorno de la empresa.

1. Reconocer, técnicamente, las bondades y problemas de las zonas.
2. Diagnosticar los estados situacionales e identificamos las fortalezas y amenazas.
3. Es fundamental crear medios adecuados de comunicación efectiva hacia los sectores de influencia (gobiernos y organizaciones) y las comunidades.
4. Establecer canales oficiales y los voceros entre las comunidades y la empresa.
5. Realizar los estudios bases que permitirán la elaboración de planes de acción.
6. Contar con una estrategia de comunicación hacia los medios de prensa.
7. Llevar a cabo seguimientos y evaluaciones de los avances.

Estrategia



La estrategia apunta al reconocimiento de los escenarios a través de las relaciones con los distintos grupos de interés que afectarán las relaciones comunitarias y que deberán tomarse en cuenta.

1. Reconocimiento de las áreas geográficas y medioambientales.
2. Conocimiento de las actividades económicas de la zona.
3. Reconocimiento de las carencias tecnológicas y de infraestructura.
4. Conocimiento de los programas de desarrollo de los gobiernos y otras entidades.
5. Reconocimiento de amenazas como grupos de presión, política anti-industria, ONGs, gremios.
6. Control de influencia estratégica, zona rural y urbana.
7. Medios de prensa y voceros en acción.
8. Relaciones sectoriales con los gobiernos y Stakeholders.



GRUPO FBCORP

FOUND BUSINESS CORPORATION

Hay mucho por hacer; también hay mucho por hacer entender. Los demás deben comprender por qué está su industria allí y; su empresa deberá esforzarse por comprender la realidad de su entorno y lo que ello implica.

“Nadie puede ayudar, con sinceridad, a otra persona sin que a la vez se ayude así mismo”