

**La gestión social del proyecto hidroeléctrico
Porvenir II, su influencia en las percepciones
sobre Celsia en la comunidad El Prodigio,
San Luis, Antioquia.**

Realizado por:

Mileidys Barraza Mercado

Asesoras:

Ana Lucía Mesa Franco

Janet Liliana Gaviria Orozco

Universidad de Antioquia

Facultad de Comunicaciones

Pregrado de Comunicaciones

Medellín – noviembre de 2018

Resumen

En esta monografía se explicará la investigación que tuvo como objetivo, identificar la influencia que tiene la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II sobre las percepciones de Celsia en el corregimiento de El Prodigio San Luis, Antioquia de Celsia; esta zona es importante para la construcción del proyecto, debido a que es uno de los lugares que será de influencia para el proyecto. Este generará una serie de impactos y a partir de la gestión social buscan mitigar con actividades de aspectos ambientales, sociales y económicas. Como referentes teóricos se utilizaron, desde la imagen corporativa del autor Capriotti con la definición de imagen y el desarrollo de la imagen-actitud y el concepto de percepción por Costa y la imagen pública; así mismo, los grupos de interés por Rojas, Carlos y Jhon . Por último, el concepto de sostenibilidad corporativa por Oscar y Ángela. La metodología de esta investigación fue desde un enfoque mixto con perspectiva funcionalista e interpretativa.

Palabras claves: Gestión social, percepción, sostenibilidad corporativa.

Abstract

This monograph carries out an investigation that seeks to identify the influence of the social management of the Porvenir II hydroelectric project on the perceptions they have in the corregimiento of El Prodigio San Luis, Antioquia de Celsia. Bearing in mind that this area will be of influence for the project, and that a series of impacts will be generated, and that it will be presented in the management of social, social and economic media. Paul Capriotti with the definition of the image and the development of the image-attitude and perception; the term of perception by Joan Costa and the public image; Likewise, the concept of interest groups and stakeholder theory was supported by Geisler Rojas, Carlos Ramírez and Jhon Velez. Finally, the concept of corporate sustainability by Oscar Amaya and Ángela Amaya. The methodology of this research was from a mixed approach with functionalist and interpretative perspective.

Key words: Social management, perception, corporate sustainability.

Tabla de contenido

Introducción	4
Metodología	5
Capítulo 1. Celsia y el desarrollo de la gestión social	6
Capítulo 2. Las acciones sociales en pro de la transformación de la comunidad	13
2.1 Desarrollo de la gestión social en El Prodigio	18
Capítulo 3. Grupo de interés en la gestión social	21
3.1 Percepción de la gestión social	29
3.2 Las acciones, forma de cambio de las percepciones de la comunidad	31
Capítulo 4. La comunicación en procesos sociales	38
5. Recomendaciones	43
6. Conclusiones	45
7. Referencia bibliografica	47
8. Anexos	51

Grafica 1 Fuente: Proyecto hidroeléctrica 1.....	9
Grafica 2-3 Fuente: Proyecto hidroeléctrica 1.....	10
Grafica 4 Fuente: Proyecto hidroeléctrica 1	22
Grafica 5 . 1.....	26
Gráfica 6. 1.....	26
Gráfica 7. 1.....	28
Gráfica 8 .1.....	30
Gráfica 9. 1.....	33
Gráfica 10. 1.....	34
Gráfica 11. 1.....	36

Introducción

El presente trabajo de grado “La gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II, su influencia en las percepciones sobre Celsia en la comunidad El Prodigio, San Luis Antioquia” para optar por el título de Comunicador, tuvo lugar entre los meses de agosto a octubre de 2018. La empresa que hizo parte de esta investigación fue Celsia, una generadora de energía del Grupo Argos.

Para esta investigación fue importante analizar el concepto de Responsabilidad Social y su evolución hasta llegar al nuevo modelo que las empresas desarrollan, debido a que la organización objeto de estudio desarrolla ese nuevo modelo que es la sostenibilidad corporativa, un concepto que trabaja por las problemáticas desde lo social, ambiental y económico. Celsia es una organización que emplea este aspecto desde sus políticas organizacionales, con su público interno y externo con una generación de valor de forma ética y transparente.

Se escogió un proyecto hidroeléctrico que ejecutará Celsia, que se encuentra en etapa previa. Para la construcción de la hidroeléctrica desde esta fase, la organización tiene implementada la gestión social, un programa que hace parte de la sostenibilidad corporativas, su objetivo es orientar las acciones fundamentadas en principios de respeto al público externo. Porvenir II tiene varias zonas de influencia. Para esta investigación se escogió una comunidad en donde el impacto es mayor, El Prodigio, un corregimiento de San Luis, Antioquia.

Las percepciones que tenga una comunidad sobre la empresa es un factor de influencia para el seguimiento en el mercado; asimismo, se crea a partir de las acciones e interacciones que la empresa realice por su grupo de interés.

Metodología

Para darle respuesta al objetivo general se propusieron dos objetivos específicos, de esto se explicarán más adelante. La metodología de este trabajo se basó desde un enfoque mixto, con la perspectiva interpretativa, definiéndose como las “atribuciones de las organizaciones características culturales, afirmar que ellas engendran valores, creencias y significados, que son creadoras de sagas, mitos y leyendas y que ellas se adornan con ritos, costumbres y ceremonias” (Allaire & Firsirotu, 1992) citado por Oscar Vásquez, (2013). También se enmarca una perspectiva funcionalista, entendiendo este concepto como:

Un sistema social consiste en una pluralidad de actores que interactúan entre sí en una situación, que tiene un medio ambiente, actores motivados por una tendencia a obtener un óptimo de gratificación, y cuyas relaciones con la situación están mediadas por un sistema de símbolos culturalmente estructurados y compartidos (Galindo, 2007, p.166)

En cuanto a los objetivos específicos, en el primero se analizaron las acciones que se han realizado del proyecto de gestión social entre 2015 y 2018. Para resolver este objetivo se realizaron entrevistas semiestructuradas a los profesionales de la gestión social de Celsia, Socya y a la líder comunitaria de El Prodigio.

El segundo objetivo corresponde identificar las percepciones acerca de la gestión social que realiza Celsia en la comunidad El Prodigio; se realizaron encuestas y grupos focales a 65 habitantes, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 0.5%.

Los encuestados se clasificaron por el nivel de afectación, los beneficios del proyecto hidroeléctrico y los tipos de relacionamiento con Celsia. Las preguntas de las encuestas variaron por lo antes dicho.

El grupo de interés (comunidad) se agrupó de la siguiente forma:

Personas a ser reubicadas - 5	Asociación de mineros - 5
Habitantes del corregimiento - 18	Junta de acción comunal - 5
Comité ambiental – 5	Comité del acueducto - 5
Comité de deporte – 5	Comité de salud - 5
Sacerdote – 1	Comité de tienda de paz - 5
Rector del colegio – 1	Profesores – 5

Capítulo 1. Celsia y el desarrollo de la gestión social

Celsia es una empresa de energía del Grupo Argos. Su historia empieza cuando pasó de ser una tabaquera y comenzó a dedicarse a la inversión y desinversión en el sector eléctrico, como nació Colinversiones. Fue en este sector donde vieron la oportunidad de crecer como organización, objetivo que materializaron con la adquisición, en el 2007, de dos generadoras de energía: Termoflores S.A E.S.P, con sede en Barranquilla y Proyecto Hidromontañita; y dos centrales, Meriléctrica S.C.A. E.S.P y Generar S.A. E.S.P. Debido a su constante crecimiento decidieron cambiarse el nombre, puesto que la naturaleza no concordaba con el nombre que identificaba a la organización, fue así como pasó de ser Colinversiones a Celsia S.A E.S.P.

Celsia tiene presencia en Costa Rica, Panamá y Colombia, con 28 centrales hidroeléctricas, térmicas, fotovoltaicas y eólicas. En el 2015, redefinió su plan estratégico e involucró tres negocios a desarrollar, entre estos se encuentra la sostenibilidad. La generadora de energía trabaja este concepto desde tres dimensiones, ambiental, social y económica. Desde las políticas de la organización se visibiliza la sostenibilidad como la generación de valor; en compromiso con el relacionamiento con sus grupos de interés, el desarrollo integral con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), propuesto por las Naciones Unidas y la gestión de los riesgos de su negocio y su portafolio de negocio.

La idea de RSE se replanteó en las organizaciones al momento que las empresas se percataron de las acciones que realizan y que afectaban la sostenibilidad del planeta; de ahí nace el compromiso, respondiendo al desarrollo sostenible; los tres factores que se complementan; dimensión social, ambiental y económico. Las problemáticas que hicieron que la RSE ampliara su forma de hacer las cosas, fueron las coyunturas sociales, ambientales y económicas que se desarrollan en el planeta.

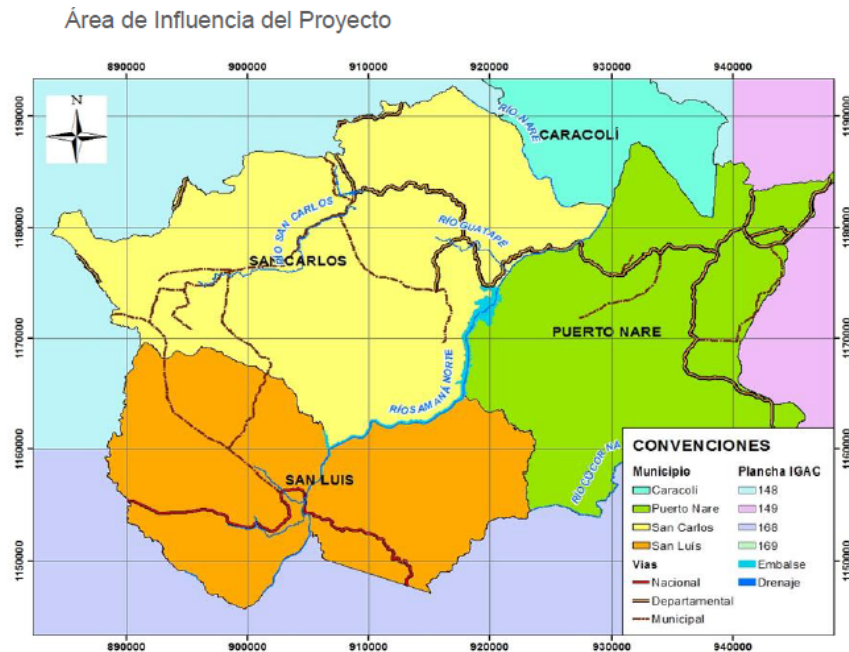
Legalmente en Colombia, la sostenibilidad se respalda desde la Constitución Política de 1991 (la constitución ecológica) en los artículos 58, 80, 33 y 334 de la Carta política se ocupan de la función ecológica de la propiedad, del modelo de desarrollo sostenible, de los límites ambientales a la libertad económica y a la posibilidad de intervenir en la economía para preservar un ambiente sano; de la misma forma, La Ley 99 de 1993 en su Artículo 3 define el desarrollo sostenible integrando las variables económicas, sociales y ambientales. Amaya, Amaya (2010)

Algunas organizaciones están iniciando o tienen involucrada la sostenibilidad corporativa desde sus políticas empresariales; como se dijo anteriormente, Celsia desarrolla este aspecto desde las tres dimensiones, ambiental, social y económica.

Comprendemos la sostenibilidad como la generación de valor en el tiempo para todos nuestros grupos de interés, de forma ética y transparente, integrándola con la gestión anticipada de riesgos en el negocio para lograr el equilibrio entre la rentabilidad económica, la inclusión social y el respeto por el ambiente” (Celsia, 2018, párr. 1).

Mediante la dimensión social se encuentran tres temas a trabajar: cultura y talento, calidad de vida y gestión social, este último tema es el eje central de esta investigación. A través de la gestión social, la compañía desarrolla con el grupo de interés externo de Celsia. Este programa tiene como foco, unas estrategias de relacionamiento que se basan en el respeto, transparencia, confianza y crecimiento de la organización con las personas a las que influyen. Como se dijo anteriormente, su naturaleza, es ser una empresa generadora de energía. Sus zonas de influencias son territorios, y la mayoría de estos son fuera del casco urbano. Su proyecto en proceso es la hidroeléctrica Porvenir II, que se encuentra en etapa previa, fase de conocimiento y relacionamiento con la comunidad. En el 2013 fue declarada como una utilidad pública y de interés nacional y estratégico; en junio de 2015 se le entregó la licencia ambiental. Esta hidroeléctrica generará 352 MW; el

embalse será en el Río Samaná, ubicado entre los cuatro municipios de influencia pertenecientes a Antioquia; San Carlos, San Luis, Puerto Nare y Caracolí.



Fuente: Porvenir II S.A.S. E.S.P

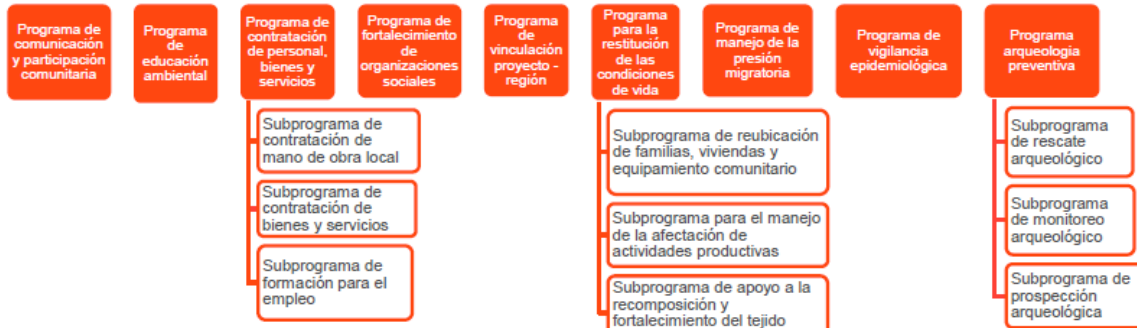
En la imagen se logra ubicar las zonas de influencias y el lugar del proyecto hidroeléctrico.

El objetivo de la gestión social de este proyecto hidroeléctrico se plantea de la siguiente forma:

Planear y ejecutar las acciones sociales y ambientales necesarias para la construcción y puesta en operación del proyecto hidroeléctrico Porvenir II, en el marco de la política de sostenibilidad corporativa y dentro del alcance, los costos, el tiempo y la calidad prevista para el mismo. (Celsia, 2018)

Desde el Plan de Manejo Ambiental están los programas que se trabajan desde el componente social en pro a las comunidades de las zonas de influencia. En la siguiente gráfica, se describe cada programa que hace parte de la gestión social.

6.1 Plan de Manejo Ambiental – componente social



Grafica 1 Fuente: Proyecto hidroeléctrico 1

Se sabe que este proyecto generará una serie de problemáticas sociales, económicas y ambientales; es por eso que desde el 2009 Celsia le apuesta al trabajo con los municipios y los 42 corregimientos que se ven envueltos por este proyecto; así lo exponen desde la organización:

“La planeación y licenciamiento se llevó a cabo durante 6 años. Se diseñó un plan de acción en caminado al logro de un proyecto sostenible y concertado” (Celsia, 2018).

Cada programa que la organización realiza tiene sus actividades, en la etapa previa (fase en la que se encuentra el proyecto hidroeléctrico en estos momentos). La Gestión Social de este proyecto la desarrolla un contratista como es Socya, una empresa aliada al desarrollo sostenible, proyectos sociales y ambientales y servicio de reciclaje. Desde Celsia se ofrecen las guías o directrices para la realización de cada programa.

La gestión como órgano encargado de crear productividad en los recursos debe ser asignada al personal, generalmente citado en la literatura como estratega o gestor, altamente calificado con las competencias conceptuales, técnicas, y grupales que garanticen el manejo de los diferentes recursos que llevan al éxito en cuanto se cumplan los objetivos organizacionales (Morales, 2012, p. 122).

Lo anterior expuesto lo sustenta una líder social de Socya, dando cuenta la conformación de la Gestión Social del Proyecto

Socya le hace la gestión social, Celsia tiene su gestión social y nosotros le respondemos a la gestión social de Celsia trabajamos con las comunidades que van hacer afectadas. Hay nueve programas, en cada programa hay un equipo y unos profesionales especializados en esa área que hace el acompañamiento.

Cada programa que Celsia plantea cumple unos objetivos para mitigar cada aspecto que se impactan en la comunidad y el programa que se trabaja para cada uno.

Impactos	Medida / Programa
Modificación de la economía local	Comunicación y Participación Comunitaria Contratación de Personal, Bienes y Servicios
Modificación de las finanzas municipales (regalías, transferencias, impuestos)	Comunicación y Participación Comunitaria Vinculación Proyecto - Región
Alteración de los patrones culturales	Comunicación y Participación Comunitaria Educación ambiental Fortalecimiento de Organizaciones Sociales Restitución de Condiciones de Vida
Potenciación de acciones colectivas y organizaciones sociales	Comunicación y Participación Comunitaria Fortalecimiento de Organizaciones Sociales
Potenciación de conflictos de intereses	Comunicación y Participación Comunitaria
Cambio de la vulnerabilidad de la población desplazada, retornada y en proceso de retorno	Comunicación y Participación Comunitaria Restitución de Condiciones de Vida
Alteración del patrimonio arqueológico	Comunicación y Participación Comunitaria Educación Ambiental Arqueología preventiva

Impactos	Medida/Programa
Alteración de las condiciones de morbilidad de la población	Comunicación y Participación Comunitaria Educación ambiental Vigilancia Epidemiológica
Cambio en índices de accidentalidad vial	Comunicación y Participación Comunitaria Educación Ambiental Vigilancia Epidemiológica
Cambio en la dinámica poblacional (flujos migratorios)	Comunicación y Participación Comunitaria Educación Ambiental Contratación de Personal, Bienes y Servicios Fortalecimiento de Organizaciones Sociales Vigilancia Epidemiológica
Alteración de la demanda y oferta de servicios públicos y sociales	Comunicación y Participación Comunitaria Contratación de Personal, Bienes y Servicios Manejo de Presión Migratoria
Alteración de la infraestructura social y de transporte (viviendas, infraestructura comunitaria, etc.)	Comunicación y Participación Comunitaria Restitución de Condiciones de Vida Manejo de Presión Migratoria
Cambio en las actividades productivas	Comunicación y Participación Comunitaria Contratación de Personal, Bienes y Servicios Restitución de Condiciones de Vida
Cambio en la tenencia y uso de los predios	Comunicación y Participación Comunitaria Contratación de Personal, Bienes y Servicios

Grafica 2 y 3 Fuente: Proyecto hidroeléctrico 1

Desde lo que se logró recoger en la entrevista realizada a la gestora social de la contratista, esta persona explica sobre los profesionales que eran encargadas de realizar la labor, que se componía de un grupo interdisciplinario:

Éramos entre 16, 24 fue el tope máximo que estábamos todos los de la gestión social y un grupo interdisciplinario, porque habían sociólogos, comunicadores, antropólogos, trabajadores sociales, psicólogos, administradores de empresas, ingenieros agrónomos para acompañar la parte productiva, también ambientales, entonces era un equipo muy fuerte, eso se complementaba bastante para el trabajo que había que hacer con la comunidad.

Desde esta parte es importante contar con un equipo que se encuentre en capacidad y tenga los conocimientos para el relacionamiento con las personas, debido a que la mayoría de las comunidades se encuentran ubicadas en zonas lejanas de las cabeceras municipales, por lo tanto hay personas que tienden a ser más limitadas y rehúsan a proyectos que generen impacto en sus territorio.

El contacto con la comunidad de las zonas de influencias se ha realizado desde la planeación del proyecto (6 años), en estos momentos se encontró que dos trabajadores de Socya desarrollan la gestión social en todas las zonas de influencias. Hace un mes se redujo el número de personas encargadas de estas actividades por términos de contratos.

A continuación unos testimonios que se utilizarán de referentes para este tema

“Vos entraste en una coyuntura; hasta hace un mes, la gestión social era pues ejecutada por 16 profesionales que llevaban a cabo cada uno de sus programas, cada uno respondía por su programa; ahora solo quedamos dos personas, nosotros ya tenemos unas funciones más específicas, pero debemos responder a todo lo que se requiera; sin embargo es muy específico, ahora como las intenciones, entonces va hacer información, acompañamiento a las familias y divulgación de la información, básicamente eso” Líder social de Socya

“Pues bien, antes los extrañan cuando no están por aquí; por ejemplo ahora que no están, la gente pregunta, ve y Celsia no ha vuelto, ¿Qué pasó?, Si, ellos saben que la comunidad ahora lo van a ver más; luego más poquito, luego no los van a volver a ver y que se tendrás dificultades positivas o negativas. ” Orfilia

Lo anterior expuesto por la líder comunitaria hace visible la dificultad que se puede presentar por la disminución de las visitas por parte de las personas encargadas de la gestión social, esto puede generar inconformismo en la comunidad; debido a que el contacto con la comunidad en la etapa previa (acercamiento), hace un poco más fácil que se hagan las etapas futuras, sin ningún tipo de percance con la comunidad.

Capítulo 2. Las acciones sociales en pro de la transformación de la comunidad

Entre los municipios de que impactará el proyecto hidroeléctrico se encuentra un corregimiento de San Luis, Antioquia, El Prodigio, zona de mucha influencia, por este factor, la clave para el objeto de estudio de esta investigación, es un corregimiento que cuenta con una población de 1301 habitantes; está ubicado sobre el costado oriental del municipio en límites con San Carlos, Puerto Triunfo y Puerto Nare, sobre la margen derecha del río Samaná Norte. De acuerdo con sus pobladores más antiguos, El Prodigio surgió hace unos 70 años con personas provenientes de los municipios de San Francisco, San Rafael y San Carlos (principalmente de El Jordán).

Esta comunidad a partir del año 2000, sufrió las confrontaciones entre los grupos armados que controlaban ambas vertientes del río Samaná, esto generó masacres y desplazamiento forzado lo que hizo que se desarticularan las redes de relaciones entre los pobladores. Después de dos años de abandono, las difíciles condiciones de vida como desplazados motivaron el retorno de algunas familias al Prodigio, visibilizando una economía desintegrada.

Las actividades económicas en la que se ve envuelta la comunidad El Prodigio, es la minería, la ganadería y extracción de madera; en invierno predominan otras actividades como lo es la agropecuaria. No obstante los nuevos líderes piden compromiso de parte de las empresas que explotan los recursos para invertir en más programas sociales, como lo está construyendo Celsia con su gestión social, que trata de mitigar el impacto que ocurre por el proyecto hidroeléctrico en el corregimiento. Definiendo la gestión social desde Morales (2012) “ como las prácticas que se llevan a cabo desde las diferentes organizaciones de la sociedad civil que prestan servicios, orientados a mejorar la calidad de vida de la población general” (p. 121).

Los autores Cegarras & Rodríguez (2004), definen la gestión social, “como las acciones tomadas por la empresa para llevar al máximo el impacto de sus contribuciones en dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos que dirige hacia las comunidades en las cuales opera”(p.58).

Los programas de la gestión social que se desarrollan en El Prodigio son siete, en la siguiente tabla se encuentran definidos cada programa con comentarios sobre aspectos que la comunidad expresó, en los grupos focales de los que se logran visibilizar o conocen, en el capítulo tres se tratará el tema, con más detalle.

<p>Programa de comunicación y participación comunitaria: Desde la etapa previa se realiza la divulgación de la información sobre el proyecto, cuenta con base de datos con identificación del grupo de interés y otros actores, oficinas de atención a la comunidad, reuniones informativas, sistema de PQR, comunicados de prensas y video institucional.</p>	<p>“Nos encargamos de hacer la socialización con las comunidades, campañas y divulgación de la información” Socya</p> <p>“Lo que unos escucha y ve, no hay cosas como claras porque la gente dice una cosa y otra cosa, entonces se va armando un conflicto, de pronto son los medios que se utilizan para transmitir la información , porque usted no va a las reuniones lo que hace es desinformar, no van directamente a la fuente que es”. Comité de deporte</p>
<p>Programa de educación ambiental: Promover procesos de sensibilización, capacitación y formación a los actores involucrados en las distintas etapas del Proyecto, con el fin de que se establezcan relaciones conscientes y prácticas adecuadas con el entorno natural y social.</p>	<p>“Sembramos arboles fue mucha gente, pero que fue lo que pasó, no se hizo seguimiento, como están, yo quiero que Celsia le haga un seguimiento a cada actividad, no volvió a ver los árboles” Comités</p>
<p>Programa de contratación del personal, bienes y servicios: Para este programa de manejo tendrán prelación los 11.773 habitantes de las localidades que conforman el área de influencia directa del Proyecto, siempre y cuando cumplan con los perfiles y requisitos mínimos establecidos en la política de empleo, de contratación de proveedores y de formación para el empleo.</p>	<p>“En este momento son muy poquitas las personas que se han contratado, se contratan para cosas puntuales y pequeñas, como todavía no hay inicio del proyecto, es muy poco lo que se está haciendo, cuando se necesita el personal, se realiza con Comfenalco, se han hecho varias campanas</p>

	<p>a lo largo de la vía y las veredas en la que se ha invitado a la comunidad a que se inscriban en la bolsa de empleo” Socya.</p> <p>“Nosotros estamos de acuerdo con la represa y viene fuente de empleo y aquí no hay empleo, hay muchas personas que necesitan empleo, pero le digo, aquí no hay fuente de empleo” Minero.</p>
<p>Programa de manejo de fortalecimiento de organizaciones sociales: Apoyar el fortalecimiento, la consolidación y conformación de organizaciones sociales en el área de influencia directa del Proyecto por medio de estrategias de capacitación y acompañamiento que coadyuven en el desarrollo social del territorio.</p>	<p>“En este momento se está haciendo, el programa de fortalecimiento de organizaciones sociales a la par con la contrataciones del personal, se está fortaleciendo la junta de acción” Socya.</p> <p>“El señor que nos hace el acompañamiento en la junta directiva, ha sido pertinente la ayuda, en la capacitación que he estado” Martha.</p>
<p>Programa de manejo para la vinculación proyecto-región: Potenciar la incidencia positiva del Proyecto como oportunidad de desarrollo de los municipios del área de influencia indirecta (AII), garantizar la adecuada inserción del mismo en la región, con la puesta en marcha de acciones de apoyo y fortalecimiento de sectores estratégicos de diferente orden (locales y regionales, públicos y privados; sociales, civiles, comunitarios, económicos, ambientales e institucionales) en condiciones de inclusión, participación e interacción.</p>	<p>“Es una expectativa buena, y el que no ve el futuro, de pronto dirá es que ellos están equivocados, no falta el que diga, usted no ha visto la represa de otra parte. Yo creo que esto se ha venido manejado distinto a las demás empresas, han demostrado que viene con ganas de ayudar a la gente y a inyectarle al pueblo”. Junta de acción.</p>
<p>Programa de manejo de restitución de condiciones de vida: Implementar una medida de manejo que restituya o compense las</p>	<p>“Nosotros siempre hemos estado en el acompañamiento con las familias que van a ser</p>

<p>afectaciones ocasionadas a las familias que ocupan los predios requeridos por el proyecto Porvenir II, así como las familias que verán afectada su actividad económica, y a las comunidades donde se presentará intervención de la infraestructura social y de transporte.</p>	<p>afectadas por el proyecto, entonces es prepáralas para el cambio que se avecina en diversos tema” Socya.</p> <p>“Ellos van como a los afectados, las personas que impacta; de todas manera aquí por algún momento vamos a ser afectados, queramos o no; esto sí tiene un impacto en la comunidad.” Comité.</p>
<p>Programa de manejo para el monitoreo del cambio en la presión migratoria: Formular medidas de manejo que permitan prevenir, mitigar o corregir los impactos ocurridos sobre las condiciones de vida de la población de la cabecera de San Luis, el corregimiento El Prodigio, y las veredas Monteloro y La Josefina; principales localidades aledañas a las obras, ocasionados por el aumento en la concentración de población foránea, durante la etapa de construcción del Proyecto Aprovechamiento Hidroeléctrico del Río Samaná Norte Porvenir II.</p>	<p>“Vamos a ser afectado por la sobrepoblación, ellos no llegan a esa casa o sea; por ejemplo, cuando venga la de gente de otros lugares se va a prestar para problemáticas”. Comité.</p>

- Los programas que ofrece Celsia, no se logran visibilizar como parte de la gestión social que realiza la organización siempre hay confusión con la realización de obras, como lo es la adecuación de la escuela y el colegio de El Prodigio, cabe aclarar, que las actividades antes mencionadas no se incluyen en la gestión social, son proyectos en los que Celsia ha hecho presencia, como empresa que está involucrada en necesidades de la comunidad.
- Las personas afectadas e involucradas como lo son las de reubicación, mineros y algunos habitantes que hacen parte de las organizaciones sociales de El Prodigio, tienen un poco más de conocimiento sobre las acciones de la gestión social; esto se debe al acompañamiento más cercano que han tenido.
- Desde el programa de comunicaciones, la información y divulgación llega a las mismas personas, los afectados, el trabajo con este grupo se está realizando con un buen

desempeño, pero la comunidad en general también necesita ser informada; a estas personas los medios no les son claros.

- En cuanto al programa ambiental, no se tiene conocimiento algunos sobre este aspecto, de lo que se recogió en el trabajo de campo, un solo grupo de personas reconoció una actividad sobre la siembra de árboles que ejecutó Celsia.
- En la contratación del personal, la comunidad en general no se informó sobre la convocatoria de la bolsa de empleo que se realizó. Algo muy claro que tienen y es la generación de empleo que habrá en la etapa de construcción, este factor es la gran expectativa de los habitantes.
- El programa de fortalecimiento en las organizaciones sociales, ha brindado un apoyo en cuanto a las capacitaciones, como lo es en la Junta de Acción; en la parte legal, pero falta más acompañamiento en los diferentes comités que están establecidos en El Prodigio.
- El manejo de la vinculación proyecto-región, ha tenido buena acogida por parte de los diferentes grupos de interés, las actividades de información y de acercamiento con los grupos, para divulgar los aspectos del proyecto ha brindado un buen visto e interés del proyecto.
- Por lo que se logró identificar en la recolección de datos de esta investigación, la gestión social le hace mucha fuerza al trabajo en el programa de restitución de vida; el acompañamiento que se ha hecho con los habitantes a reubicar, familias que verán afectada su actividad económica, y a las comunidades donde se presentará intervención de la infraestructura social y de transporte, se ha realizado muy minuciosamente, con un seguimiento mayor y es el programa que toda la comunidad logra visibilizar con mayor recordación de la gestión social.
- La presión migratoria es una problemática que a los habitantes les preocupa, por las dificultades que se pueden presentar con la llegada de personas nuevas al corregimiento. De este programa se desconocen actividades en las personas encuestadas.

2.1 Desarrollo de la gestión social en El Prodigio.

La gestión social se realiza para mitigar aquellos impactos que se generan debido a la actividad de la empresa, en este caso la hidroeléctrica Porvenir II, así lo explica Rojas, Ramírez & Vélez (2017) “como estrategia, la organización podrá desarrollar actividades de involucramiento con cada uno de estos grupos sociales, diseñando programas de acción social o inversión social” (p. 71). La forma como se lleva a cabo la GS se realiza de diferentes maneras, depende de cada organización, como quieran ser visto y a quienes pueden acudir que se destaquen y especialicen en este ámbito (contratistas).

En este caso la gestora social de Socya , explica la forma cómo llevan a cabo la gestión social en El Prodigio, en específico se escoge un comentario sobre el relacionamiento que se hace con las familias que serán reubicadas:

“Hay una coordinación general de la gestión social de Socya, entonces nosotros le rendimos cuenta a esa coordinación y a la gestión social de Celsia, cumplimos con todos los requerimientos, todos los acompañamientos que nos soliciten, básicamente es informar a las comunidades a cerca de los avance del proyecto, es hacerle acompañamiento específico a las familias para prepáralos a los cambios de que avecinan en su vivir, es muy específico lo que nosotros hemos hecho hasta el momento” Socya

También se logra identificar la forma cómo se le hace seguimiento a las actividades que se realizan de los programas:

“Ellos hacen seguimientos, nosotros presentamos cronogramas semanales, informes semanales, un informa mensual de actividades, cronograma mensual, según las actividades que se proyecta se hace el seguimiento y Celsia nos lo hace además existe una plataforma en la que se sube toda la información del proyecto tanto digital como manual, cada familia tiene un expediente y también de todos los procesos que se realizan con la Junta de Acción Comunal, con la comunidad en general, de todo, hay registro” Socya

Mantener el contacto con Celsia hace que se genere un buen canal de comunicación, parte fundamental en trabajos de esta magnitud, estar atento de lo que se realice genera una buena relación y un lineamiento de trabajo. La comunidad puede lograr ver la interacción entre Celsia – Socya de cada cosa que se realizan. Conservar ese direccionamiento de trabajo genera una buena opinión entre lo que se ve y se realiza por parte de la comunidad sobre estas dos organizaciones; desde este punto nace la generación de confianza en la comunidad.

Reynaga, (2007) Citado por Arias, Domínguez, Docarmo, Raschio, Rojas y Gutiérrez (2016) ‘‘Las organizaciones que son reconocidas socialmente responsables se eleva el prestigio de la marca en base a su comportamiento ético y el compromiso social que surge como producto de la interacción con la comunidad y los consumidores’’ (p. 109).

Para la realización de la hidroeléctrica, las acciones que se emprendan hacia las zonas de influencias, es el resultado para que la comunidad acepte y no se genere una problemática al momento de la construcción del proyecto; lo que es una fortaleza a la organización en su actividad de negocio. Las acciones de la gestión social de esta intervención, en el corregimiento, han fomentado cambios de pensamientos en la comunidad; teniendo en cuenta que cada programa tiene su público diferente, lo que se vuelve confuso, porque las personas no logran en su totalidad identificar lo que realmente es la gestión social.

A continuación las opiniones que desde Socya y los habitantes tienen sobre las acciones en cuanto a la gestión social que se emprende en El Prodigio:

‘‘Yo creo que sí, o sea inicialmente la comunidad estaba desinformada y como llegaban tantos contratistas ellos tenían una información muy parcial, de pronto no se entendía que se iba a hacer; a través de la gestión social, las personas han tenido una información más concreta más puntual y oportunas’’ Socya, 2018.

‘‘Antes uno tenía expectativa que es no se daba, después lo que hicieron la gestión social ya va cogiendo confianza, para mi hay la gente que está desconfiando es por la demora que ha tenido en iniciar el proyecto’’ Junta de Acción, 2018.

“Yo si veo que la empresa está pendiente, colabora, pero muy poco sé del tema”.
Habitante, 2018.

Las opiniones que se tienen de Celsia a partir de la gestión social son diversas y estas dependen del acercamiento que se tiene con el proyecto, por sus beneficios o impactos. La comunidad en general es indiferente de lo que se realiza desde la gestión social, lo que en etapas posteriores genere inconformismo por la falta de información que hay, en cambio las personas más cercanas al proyecto, entienden las problemáticas que este trae y algunas actividades que se realizan desde la GS para mitigar los impactos.

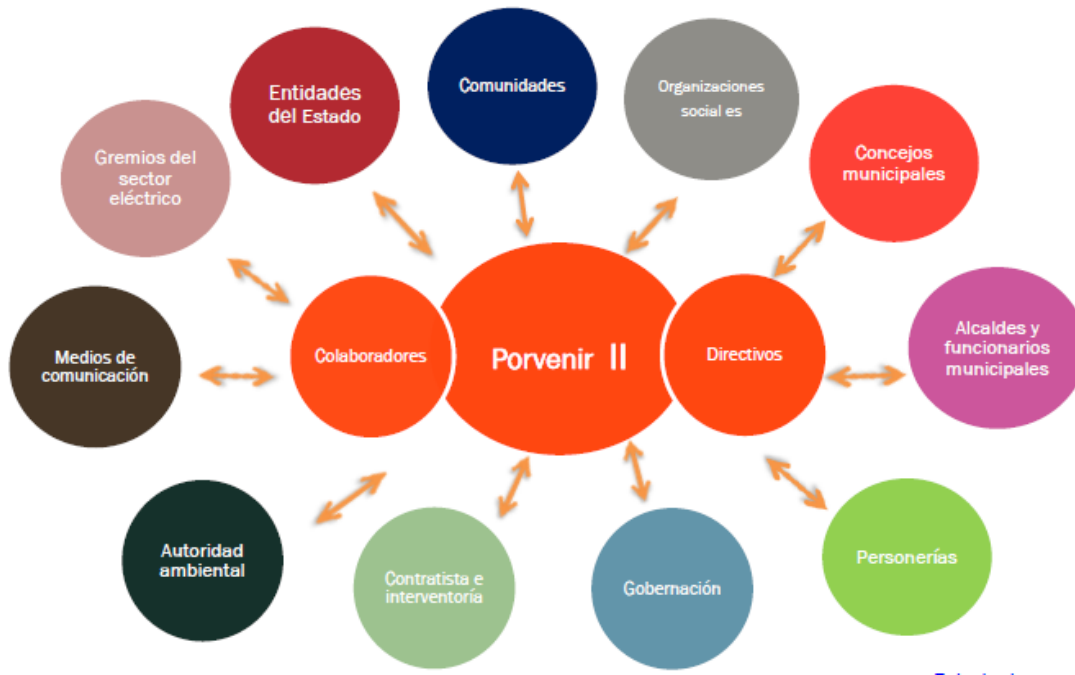
Capítulo 3. Grupo de interés en la gestión social

La gestión de las relaciones entre las organizaciones y los grupos de interés cada vez se hacen más visible en la actualidad, por la relación entre empresa – grupo de interés se pueden ver afectados los objetivos de la organización. Existen diferentes clasificaciones de los grupos dependiendo de su implicación directa o indirecta en la que se encuentren con la organización.

“Los grupos de interés incluyen tres niveles, los internos, quienes se encuentran dentro de la organización desarrollando las actividades estratégicas, operativas y técnicas en segundo nivel se encuentran los de la cadena de valor, quienes dada su importancia para la competitividad y sostenibilidad de la empresa, tienen la potencialidad de afectar a la compañía y por ende a sus grupos internos. Por último los grupos externos, los cuales tienen la característica de no ser controlables por la empresa. Simplemente el entorno y los procesos sociales determinan el nivel de afectación de ellos con la organización” (Rojas et al. 2017, p. 70).

En el proyecto hidroeléctrico, la comunidad de El Prodigio hace parte del grupo de interés externo; comunidades que se encuentran en una de las zonas de influencias. Las relaciones deben ser cercanas, debido a que este público es de gran importancia y muy decisivo al momento de realizar la gestión social, algún detalle que no tenga en cuenta la organización en este proceso; la población afectada, tanto en el ámbito social, económico y ambiental, pueden interrumpir o perturbar las metas de la empresa.

Mapa de públicos del proyecto Porvenir II



Grafica 4.1 Fuente: Proyecto hidroeléctrico 1

El en el gráfico anterior se logra visibilizar la comunidad como un actor importante para la realización de este proyecto, se podría decir que es el principal grupo de interés al que la organización debe acompañar y tener un buen relacionamiento. La conducta de una organización debe ser siempre coherente porque funciona como un canal que posibilita que los grupos de interés construyan una opinión sobre la organización en base a las actividades, productos o servicio que la empresa ofrece; estos elementos dicen mucho sobre la organización, y hacen parte con las opiniones de terceros legitimadores y la propia experiencia de contacto de ese intangible que es la reputación.

Capriotti (2009), hace referencia a las actuaciones que tiene la organización sobre su público, a esto lo llama:

Comportamiento institucional: forma cómo la organización le llega a la comunidad, a través de los aspectos sociales, políticos y culturales, esto es significativo, determina el grado de captación y la confianza que se genere para el desarrollo del proyecto.

“Esta Conducta Institucional parte de una posición básica de Ética Corporativa, con un compromiso de la organización hacia unos determinados valores sociales en relación con su actividad”. (p, 36).

El autor define este tipo de conductas desde dos clases:

Directa: esta es una relación directa y personal en la que los públicos pueden comprobar el comportamiento de la organización en cuanto tal, como sujeto social.

En El Prodigio desde las organizaciones sociales expresan la cercanía y el relacionamiento que la organización ha tenido con este grupo:

“Han sido muy amables, no hay quejas, son personas respetuosas, muy carismáticas”.
Junta de Acción.

Indirecta: El público que no hace partícipe de la relación, Observadores del comportamiento de la entidad.

Desde este punto se resalta una escasa relación hacia algunos grupos de interés de El Prodigio, así lo resalta unas de las instituciones sociales:

Digamos que las personas que estamos aquí, no, ellos siempre van a las cabecillas, fincas. Nosotros lo conocemos porque somos allegados, y nos saludan, todos son amables. A nosotros como comunidad no se han acercado. Comités, 2019.

Celsia tiene dentro de la comunidad diferentes grupos de interés, donde realiza el acompañamiento desde la gestión social, se dividen por su afectación tanto en lo económico y social, se encuentran las familias que se reubicarán y a los que la actividad económica les afectará como los mineros, este grupo se sienten satisfechos por la labor que ha realizado Celsia con ellos, el relacionamiento ha sido cercano, estas personas tiene claro la información sobre el proyecto y cualquiera novedad que se presente con este.

La pregunta, la gestión social ha permitido que la relación entre Celsia y la comunidad el Prodigio sean cercanas, generando confianza? Permitió conocer la percepción que tiene la comunidad en cuanto a las variables de cercanía y confianza.

Las respuestas fueron muy favorables porque reconocen que se ha visto la gestión que realizan y sienten que han sido informados del proceso.

“Realmente la empresa, si no fuera por ellos, este pueblo estaría mal, mire la escuela Serrania y la Josefina está bonita, esa gente está bien, para nosotros es bien y bienvenida, si antes la estamos necesitando rápido, aquí no hay empleo, uno porque tiene negocio y minea entre días” Minero, 2018.

En cuanto al otro grupo de interés, las instituciones sociales de El Prodigio, la relación con la Junta de Acción ha sido la adecuada, capacitaciones y reuniones sobre lo que pasará en el proyecto, son las actividades que se reconocen y que este grupo se siente bien.

“Sí, nos tienen en cuenta, cuando van a hacer algo con la comunidad, siempre lo llaman a uno, se ponen de acuerdo con uno con la necesidad que haya, viendo la necesidad ellos forman el programa” Líder comunitaria, 2018.

En cambio con las organizaciones sociales, como los comités, este grupo no ha sentido el respaldo necesario por parte de Celsia en este proceso y etapa en la que encuentra el proyecto:

“Entonces no veo que desde la parte deportiva uno siente un apoyo, la motivación de los niños y jóvenes les ha faltado, para mí es centrarse en otros espacios de la comunidad que son importante, porque eso sería complementar”. Comité de Deporte. 2018.

En cuanto a las instituciones educativas, Celsia ha estado acompañando desde lo ambiental, la adecuación del Colegio El Prodigio y de la institución. Estas actividades son las que más se

reconocen como gestión social en la comunidad general. Es así como lo plantea el rector de la institución y el colegio.

“En el sentido de la palabra, a la comunidad en sí no se ha acercado, se ha acercado en las instituciones, ha tenido influencia aquí en el colegio” Rector, 2018.

Lo anterior hace referencia a uno de los hallazgos que se lograron identificar en la realización del trabajo de campo sobre un grupo de interés (la comunidad en general), teniendo en cuenta que El Prodigio, es una de las zonas con mayor impacto para este proyecto hidroeléctrico. Celsia debería tener más cercanía, acompañamiento y atención con este público. Lo sustentan (Rojas, Ramírez y Vélez, 2017)

“Los grupos de interés se les deben tener en cuenta a través de las actividades que desarrolla la organización, tratando de integrar a los grupos sociales en sus decisiones y conducirlos a superar sus necesidades y expectativas, pues así logrará legitimidad” (p. 69)

La comunidad en general siente que por no ser parte de las personas que no se les va a ver afectada la parte económica; no serán reubicados. Celsia no los tiene en cuenta como un público principal al que tienen que acompañar. Es de mencionar que la comunidad en general será afectada por este proyecto, de manera social por las personas nuevas que lleguen buscando oportunidades por la construcción del proyecto, lo que puede generar problemáticas en El Prodigio.

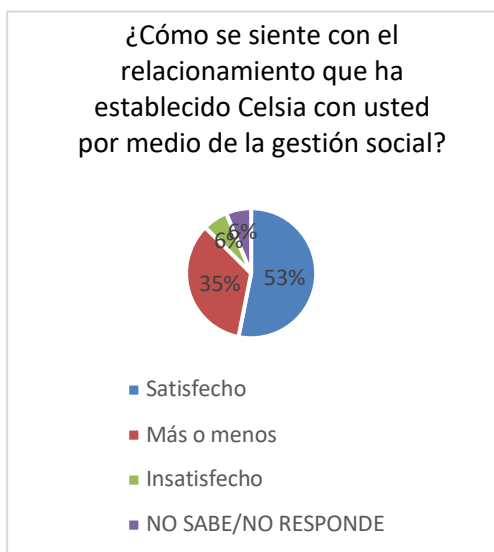
“ Yo pienso que como su nombre lo indica debe ser más social, independientemente que si hay persona que se van a ver más afectadas que otras, nosotros tenemos el derecho a recibir acompañamiento” Habitante.

La comunidad expresa:

“El acercamiento ha sido mínimo, influyen más los opositores, hacerse más presente en la comunidad, no ubicarse con una oficina, sino con todas las actividades de la comunidad, explicar más el proyecto” Habitante.

El acercamiento de los grupos de interés de este proyecto, depende de su afectación, beneficio y contacto que tengan con Celsia; como lo son las familias a ser reubicadas y los habitantes que les afecta la actividad socioeconómica, estas personas están recibiendo acompañamiento, lo que hace que tengan una percepción de forma positiva en cuanto a la empresa y al proyecto, pero lo ideal para aumentar esa percepción favorable es trabajarle a la comunidad en general, ya que también influyen en la decisiones, lo que puede generar distorsión en cuanto a la realización de Porvenir II.

A continuación se presentan unas gráficas sobre las respuestas encuestas realizadas en la que se resume el nivel de cercanía que siente la comunidad con Celsia a través de su gestión social



Gráfica 5.1



Gráfica 6.1

En la gráfica 5.1 y 6.1 se logra ver que más del 50% de la población encuestada se encuentra bien con el relacionamiento que ha tenido Celsia desde la Gestión Social; estas personas corresponden a las población cercana al proyecto, con las que han tenido acompañamiento, por el contrario los que corresponden al porcentaje restante que suele ser más del 40%, son el grupo de interés que no se siente cómodo con la forma de llevar la Gestión social o no han tenido una vinculación con ella,

lo que dice que hay una inconformidad en la comunidad general, en lo que se trata de la definición de grupos de interés que está llevando acabo Celsia en el proyecto Porvenir II, en la población El Prodigio.

Identificar los diferentes grupos de interés en El Prodigio hará que la gestión social se visibilice más en la comunidad, un beneficio para la realización del proyecto y así la comunidad en general tenga una percepción de forma positiva para el proyecto y para la organización Celsia. A continuación se presenta una matriz de comunicación para grupos de interés en El Prodigio, en esta se logra observar las necesidades de cada grupo, como también los medios de comunicación adecuados y la persona responsable de cada actividad que se realice con el grupo.

Grupo de interés	Necesidades	Mensaje	Responsable
Familias a reubicar y con afectación en la actividad socioeconómica.	Implementar una medida de manejo que restituya o compense las afectaciones ocasionadas a las familias que ocupan los predios requeridos, así como las familias que verán afectada su actividad económica.	Coloquial, veraz, oportuno, entendible e informativo.	Socya
Organizaciones sociales	Apoyar el fortalecimiento de las instituciones como Comités y Junta de Acción Comunal, para que estas apoyen a Celsia en las necesidades que se presenten de diferentes aspectos en las que se pueden vincular debido a su conocimiento.	Oportuno, entendible, veraz e informativo.	Celsia
Cuerpo docente			Celsia

	Trabajar de la mano con el rector y el cuerpo docente de la institución y el colegio en capacitaciones sobre materia de interés para este grupo como es la educación y haciendo énfasis al trabajo que se hace en cuanto a los impactos que se generarán	Oportuno, entendible, veraz e informativo.	
Líderes por zonas	Capacitar a las personas que tengan el interés y la fortaleza de liderar grupos en pro de la comunidad. Así fortalecer el canal la comunicación sobre el proyecto entre Celsia y la comunidad.	Coloquial, veraz, oportuno, entendible e informativo.	Socya
Comunidad general	Entregar información de primera mano sobre el proyecto hidroeléctrico; recibiendo acompañamiento por parte de la gestión social en cuanto a los trabajos que se realizan por los impactos.	Coloquial, veraz, oportuno, entendible e informativo.	Socya

Gráfica 7.1

Observación: La empresa debe de expresar con sus acciones una percepción en la comunidad de una empresa sostenible, que se preocupa por las tres dimensiones; social, ambiental y económica en la comunidad. Comprometida con los estándares para la realización del proyecto que tendrá impacto en la zona, apostando a la generación de confianza, esto hará que la comunidad visibilice que Celsia suplirá las necesidades que se presenten a partir de la hidroeléctrica, lo que causará una confianza de parte y parte.

3.1 Percepción de la gestión social

La percepción se entiende como la forma en que el grupo de interés a partir de los atributos y el comportamiento a diario de la empresa desarrollan una imagen de la organización. Costa (2001) “se desarrolla, por las percepciones, inducciones, deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos, que de un modo u otro directa o indirectamente son asociadas entre sí y con la empresa”. (p. 58)

Las capacitaciones, reuniones y conversaciones; que ha llevado a cabo Celsia en el Prodigio, sobre la hidroeléctrica, son acciones que se han conocido por la comunidad, en la que Celsia convocan, pero se encontró que estos ejercicios de acercamiento con la comunidad, el público siempre es el mismo, el número de personas que asisten es mínimo, lo que se presume es que hay una falla en la forma de convocar a los grupos de interés.

Desde los testimonios que se recogieron en la población se logra observar que en este punto, sobre las acciones que ha tenido Celsia, la respuesta siempre va a depender del público al que sea la actividad.

“Yo creo que él está bien porque ha estado en las reuniones, explicando, han mandado personas capacitando a la Junta, los Comités, ahí estamos bien” Junta de acción.

También expresan:

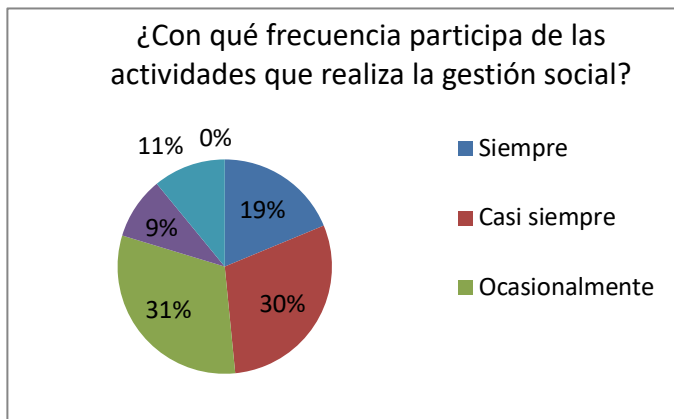
“Yo sí sé que las persona que ha estado y las que están en la parte de afuera si han tenido sus reuniones, sus encuentros para mirar todo eso, bueno, pues uno hablarle de eso no, porque no lo tenemos claro, solo lo que se escucha” Comité.

Así mismo se evalúa la participación que tiene la comunidad en este tipo de actividades que se realizan, es importante aclarar las capacitaciones y por otro lado la participación de la comunidad en ellas, y aquí es importante conocer la opinión de la empresa y de la comunidad.

“La verdad yo he estado en capacitaciones con ellos, pero no he estado a fondo, apenas estoy empezando a entrar” Junta de Acción.

Desde la líder de la comunidad así es el panorama:

“Yo los convoco pero uno dice es que no puedo ir por esto y esto, como yo le digo a mi comunidad, yo como líder que sí tengo que estar y también tengo que hacer cosas, eso es falta de compromiso, ellos convocan y todo pero a la comunidad le falta sentido de pertenencia”



Gráfica 8 1

En este apartado del trabajo se puede encontrar que las percepciones de la gestión social varían dependiendo de lo que se ha hablado en cuanto a los beneficios, afectación y acercamiento desde la Gestión Social. En cuanto a las actividades que se han hecho; se puede afirmar, por los resultados de las encuestas, que la mitad de la población tiene conocimiento sobre las actividades

y asisten a estas, el otros 50% no asisten y desconocen de estos ejercicios que se realizan en cuanto a reuniones, capacitaciones y conversaciones.

El porcentaje de las personas que asisten es de un 49%, es decir, que la asistencia a estos acercamientos pueden estar cumpliendo parte del objetivo deseado, brindar la información a cierto número de público, pero, hay que tener en cuenta el porqué del 51% de los pobladores no asisten; esto surge debido a que la información del proyecto no le es de su interés a la comunidad en general, ya que no se ha logrado captar desde Celsia como un grupo de interés. Porque lo cual tiene como consecuencia debido a que las personas no asistente, la desinformación en cuestiones sobre el proyecto, lo que puede parecer para la comunidad una falta de comunicación de parte de Celsia y la comunidad por falta de participación están cayendo en la tergiversación de la información.

3.2 Las acciones, forma de cambio de las percepciones de la comunidad

Celsia desde el 2015 ha desarrollado la gestión social en El Prodigio, lo que quiere decir, que en la comunidad se ha creado por el tiempo una imagen mental de lo que ellos perciben sobre los programas que se han realizado en esta zona de influencia. Así mismo Capriotti (2009) va por la línea de la **Imagen-Actitud**, tratándose esto de un concepto mental que tiene el grupo de interés sobre la entidad, también se define como la evolución (acciones buenas o malas de la organización hacia el público) que se genera, en la que se valora y se diferencia de las demás organizaciones. Capriotti (2009) apoyado de (Katz, 1960; Krech et al., 1978; Brecker, 1984; Vander Zarden, 1989) define las características de la Imagen-Actitud así:

Componente cognitivo: las percepciones que tiene el grupo de interés sobre la organización.

Componente emocional: los sentimientos que se reflejan a partir de las percepciones.

Componente conductual: son las acciones que se toman ante la organización (párr. 3)

Desde Costa (1999), define la imagen mental como el ‘conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo, y determinan la conducta y opiniones de esta colectividades; la

empresa solo puede gestionarlas indirectamente, por medio del significado de sus acciones y comunicaciones” (p. 126)

Desde los siete programas que ha desarrollado Celsia en la comunidad, no se han logrado visibilizar como actividades de la gestión social, lo que recuerdan los habitantes de este componente son actividades en particulares, reuniones explicando el proyecto, el acompañamiento que ha tenido la personas a reubicar y los mineros, capacitaciones a la Junta de acción y la vocería de la información por medio de un megáfono; teniendo en cuenta que no a todos los habitantes de El Prodigio estas acciones les llega. El término de Gestión Social se desconoce, es de anotar que no solo el término sino las acciones que Celsia contempla en su planeación para lograr este objetivo.

Con la pregunta en la encuesta “Celsia ha propuesto en los programas de gestión social en la etapa previa se ha desarrollado según lo previsto” se obtuvieron respuestas cortas, concretas y de desconocimiento del tema:

“No tengo conocimiento sobre un plan desde la gestión social” Profesor.

“El acompañamiento en cuestión de capacitaciones” Comité.

“Demorado y la esperanza se ha minimizado” Habitante.

Con respuestas así se logra identificar, que la gestión social no se está dando a conocer como se propone en los programas; independientemente de que las actividades se realicen para diferentes tipos de grupos, estas se tienen que visibilizar, para que la comunidad logre observar que la organización está interesada y dispuesta a responder por la necesidades que se vean debido al impacto que generará la hidroeléctrica.

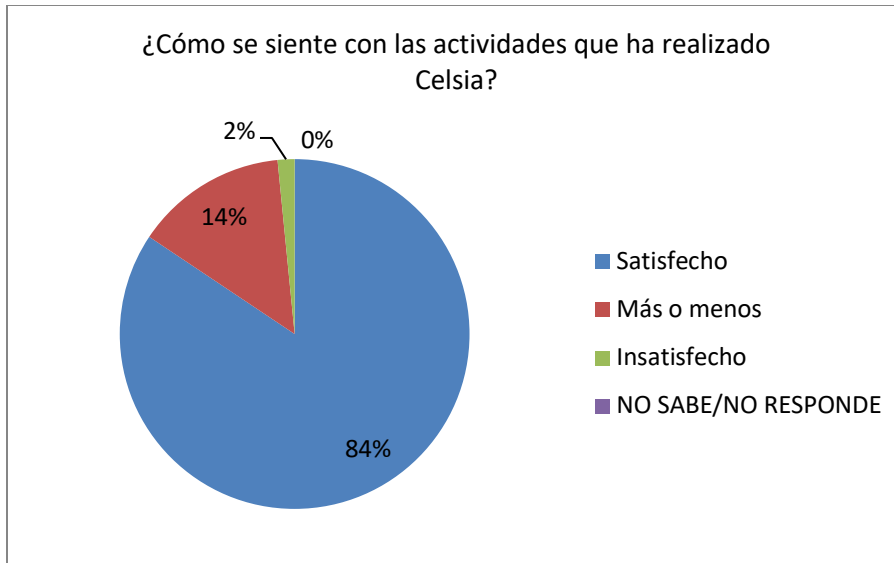
identificar a partir de lo que Celsia ha propuesto y lo que los encuestados del cuerpo docente conocen, entendiendo a estas personas como habitantes de El Prodigio, los cuales por conocimiento tienen una influencia en las decisiones que se tomen al respecto de este tema.



Gráfica 9 1

Como se explicó en las características de imagen-actitud, existe un componente emocional, que evalúa las emociones de la comunidad en cuanto a las acciones que se han realizado, las actividades que ha realizado Celsia desde la gestión social, fue una de las preguntas claves.

A lo largo del desarrollo de esta investigación, la percepción de la comunidad en cuanto a las temáticas tratadas, se han visibilizado, se ha entendido hasta este punto, la opinión que se genera en la comunidad sobre Celsia y la gestión social del proyecto hidroeléctrico. En esta parte se resalta el efecto, impacto y cómo las personas encuestadas se sienten con las actividades que se han realizado, entendiendo por estas, las acciones particulares que se explicaron anteriormente.



Gráfica 10 1

En la gráfica 10 se identifica que de las acciones que ha emprendido Celsia, solo el 2% de la población encuestada se siente insatisfecha, cabe aclarar que la gestión social son siete programas los cuales se tienen que hacer visibles con todos los grupos de interés que existen en El Prodigio. El 84% de la personas se siente satisfechas por el trabajo que ha realizado, ese porcentaje puede subir, si Celsia logra comunicar a sus públicos, de forma correcta cada programa, haciendo parte a la comunidad de su gestión social.

Siguiendo con lo que propone Costa en cuanto a las emociones e impresiones que la organización causa con sus proyectos hacia la comunidad, en el libro *Imagen Corporativa en el siglo XXI*, se expone

La personalidad corporativa se comunica por medio de la conducta organizacional y la comunicación. La identidad y la cultura son algo profundo e interno, y se manifiestan cuando ambas se convierten en estilo, que es el modo propio de hacer y de expresarse en acción, que singulariza a la empresa. La personalidad hace la identidad comunicable y valorizable por los públicos. Es un componente fundamental porque constituye la parte emocional de la imagen corporativa (Costa, 2001, p. 67).

Las personas que desarrollan la gestión social, son parte fundamental de este proceso, la forma cómo realicen este trabajo, la actitud que dispongan al momento del desarrollo de este con la comunidad, hace que esto genere un pensamiento sobre el proyecto y la organización.

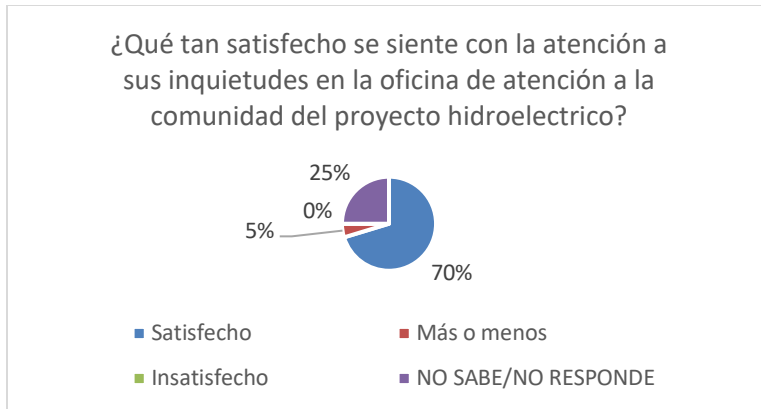
En el trabajo con Celsia desde la parte social; los gestores sociales tanto de Socya y Celsia, han tenido una buena calificación en cuanto a la manera cómo hacen las actividades, en algunas personas se ha vuelto una amistad el relacionamiento que se ha establecido desde hace años con esta comunidad, por esta parte se genera una percepción favorable; esto da respuesta a que la labor desde los colaboradores, contratistas y Celsia han trabajado de buena manera en pro a la comunidad. Así lo exponen las personas que hacen parte de las organizaciones sociales:

“La relación es buena porque siempre cuando hay algo que nos quieren informar llegan a la junta de acción comunal, para hacerle saber lo que se va a hacer. ” Junta de acción, 2018.

“Han sido muy amables, no hay quejas, son personas respetuosas, muy carismáticas” Junta de acción, 2018.

“Esos señores saludan saben el nombre de las personas, el acompañamiento con las personas afectadas es muy bueno, excelente” Comités, 2018.

Otra cosa por resaltar en cuanto a los colaboradores de la gestión social, es la influencia e importancia de la oficina de Celsia que se encuentra en la comunidad, la persona que está a cargo, cumple un rol de confianza debido que es reconocida por los habitantes por sus años viviendo en este corregimiento, esto hace que la población sienta la atención más cercana, al momento de presentar inquietudes sobre el proyecto. Aunque son muy pocas las personas que frecuentan este sitio por preguntas, quejas o reclamos.



Gráfica 11 1

En la gráfica 11, da cuenta de la satisfacción con el proyecto, el 25% de las personas que no responden corresponden a los habitantes que no tienen acercamiento con el proyecto y la gestión social.

Se abordará como tema final de este capítulo, la opinión de las personas acerca de la gestión social del proyecto hidroeléctrico. Cada grupo de interés dentro de El Prodigio cuenta con percepciones diferentes, esto se debe a que la gestión social, como se dijo a lo largo de este informe, no se está desarrollando para todo el público de interés. Cada programa está dirigido para las personas a las cuales se van a impactar, pero a un público de mucha influencia y se puede decir que es una mayoría; se está haciendo a un lado con respecto a este tema, la comunidad en general y algunas instituciones sociales, como los comités y se puede decir que el cuerpo docente.

Las respuestas que se escogieron del grupo focal, fueron las que más resaltaban debido a su repetición al momento de realizar la pregunta sobre ¿Su opinión sobre la gestión social que ha realizado Celsia en la comunidad?

Desde la Junta de Acción Comunal sustentan la falta de acompañamiento con un grupo de personas que serán afectadas socioeconómicamente, pero que no se han tenido en cuenta:

“Yo pensaría que debería de hacer más acompañamiento familiar, porque se está haciendo acompañamiento a un grupo específico que son los mineros, pero la mayoría

de la comunidad es minera, por no decir que todos, en cada familia hay un minero, por necesidad, porque no encontró trabajo en otra parte, en estos momentos no se le está prestando atención” Junta de acción.

El acercamiento con la comunidad en general, un factor desde lo social que se ausenta, es así como lo expone los siguientes habitantes de El Prodigio

“Yo pienso que como su nombre lo indica debe ser más social, independientemente que si hay persona que se van a ver más afectadas que otras, nosotros tenemos el derecho a recibir acompañamiento” Habitante.

“La gestión social necesita acercarse más a la comunidad y mostrar más el proyecto que al menos la comunidad tenga el proyecto como una esperanza o el mejoramiento en la calidad de vida porque esta comunidad ha sido violentada, la única esperanza de mejor calidad de vida que ellos ven al final del túnel es Celsia, el único proyecto visible” Rector.

Capítulo 4. La comunicación en procesos sociales

Como se mencionó anteriormente, la gestión social de Celsia plantea nueve programas, en este apartado se realizará un zoom, al programa de comunicaciones y participación que es donde realmente como comunicadora, podré centrar lo aprendido en el trascurso de la academia.

Se hará una evaluación a los aspectos que se proponen a trabajar desde este programa. Como objetivo general; busca implementar estrategias de información, comunicación y participación durante la construcción y operación del Proyecto hidroeléctrico Porvenir II, con una interlocución periódica, directa y efectiva con todos los grupos de interés para favorecer la viabilidad social del Proyecto.

A continuación se detallará desde el lado comunicacional este programa que hace parte de la gestión social y que es pieza fundamental para la realización de las acciones que se emprendan desde lo que se plantean en el Plan de Manejo Ambiental, los programas sociales en pro de la comunidad

Formular estrategias, fomentar espacios de comunicación y participación, entre la empresa dueña del Proyecto y los diferentes grupos de interés, que garanticen un ambiente adecuado y la sostenibilidad en el desarrollo de todas las etapas del mismo.

Así como se sustenta desde Joan Costa (2003) “La empresa y el público a través de las acciones directas e indirectas es el conjunto del material significativo que la empresa emite hacia su entorno”.

Aquellos espacios que generan una relación entre la organización y la comunidad son las reuniones, capacitaciones y conversatorios que se realizan para brindar información o novedad que tenga que ver con el proyecto hidroeléctrico o algún tema en relación. Las personas que asisten a este tipo de actividades son muy pocas, lo que hace que se genere un ruido en el mensaje que se brinda.

Suministrar información clara, veraz y oportuna sobre las medidas de manejo y gestión ambiental desarrolladas en el marco de la ejecución del Proyecto, dirigida a autoridades municipales, ambientales, líderes sociales, habitantes de las comunidades, medios locales de comunicación, así como a las organizaciones sociales del área de influencia y a los comités de atención a la población desplazada, retornada y en proceso de retorno

Desde lo que se recogió en el trabajo de campo, se evidencia que parte de la información es clara, veraz y oportuna, es decir, para las personas que les llega el mensaje de esta forma son porque pertenecen al grupo de interés, los que tienen ese acompañamiento por parte de la gestión social; Por el contrario surge una desinformación en aquellas personas que no conocen la gestión social y no tienen un relacionamiento con los gestores sociales.

Así se logra identificar este aspecto con la opinión recogida en el grupo focal

“Lo que unos escucha y ve, no hay cosas como claras porque la gente una dice una cosa y otra cosa, entonces se va armando un conflicto, de pronto son los medios que se utilizan para transmitir la información” Comités.

La información como los mensajes que la empresa emite para dar a conocer sus proyectos a sus públicos objetivos, así lo sustenta Joan Costa (2003)

“La información, parte del mensaje, el sentido, o el contenido de una comunicación voluntaria, esta tiene sentido de novedad, de algo sabido o no sabido hasta ese momento; es comunicada por un canal”

Realizar encuentros periódicos con los grupos de interés en la zona de influencia del Proyecto con el fin de informar sobre los avances del Proyecto, fortalecer la interlocución directa y generar relaciones de confianza.

La relación permanente entre la organización y los grupos de interés generan un nivel de confianza lo que es necesario e importante para el proyecto hidroeléctrico, para conseguir los objetivos deseados para la realización de este.

Celsia ha tenido un acompañamiento fuerte entre las personas que van hacer mayormente impactadas como son los mineros y las personas a reubicar, sus reuniones se realizan una vez al mes, realizando talleres pedagógicos con este grupo.

Identificar y tramitar las inquietudes, sugerencias y reclamos de la comunidad.

La oficina de atención de El Prodigio es un canal de comunicación estratégico para la escucha de las quejas, peticiones o reclamos que se tengan en la comunidad y las otras zonas que se ven afectadas y que son aledañas. La frecuencia de las personas sobre esta oficina es muy poca, hay habitantes que desconocen este lugar. Visibilizar este punto para las respuestas a cualquier tipo de preguntas sobre la hidroeléctrica hará que la gente vaya a la fuente principal.

Elaborar y distribuir herramientas informativas pedagógicas y otros materiales educativos sobre las temáticas socializadas con las comunidades.

En cuanto a este aspecto la comunidad no realizó ningún tipo de comentarios sobre la realización de este tipo de actividades, lo más cercano que se puede llegar, son las acciones que emprendieron desde la escuela en la que se entregaron a los estudiantes un material publicitario en la que se visibilizaba la marca “Celsia” y un experimento con el tema de energía para la realización en casa.

Articular con los medios locales de comunicación la gestión de comunicaciones del Proyecto.

Como medio locales, El Prodigio no cuenta con ello, los medios de comunicación que se hacen visible desde la gestión social son:

El periódico de Celsia: Este canal de comunicación puede ser un poco restringido debido a que la mayoría de la población no tiene conocimiento sobre lectura, lo que disminuye el grupo de interés de este medio. Por lo que se logró identificar en las encuestas, el periódico no es frecuente y no se reparte de forma seguida, hay pobladores que desconocen este medio.

Videos: Esta herramienta solo es visible en reuniones grandes, capacitaciones o conversatorios; el contenido es información sobre el proyecto hidroeléctrico. Un medio de comunicación limitado, ya que solo se puede observar cuando hacen los eventos y reúnen a los grupos de interés.

Perifoneo: Una forma de entregar la información de los eventos en todo el corregimiento, el encargado es una persona que utiliza un megáfono y va diciendo la actividad próxima por este. La información por este medio no llega a todo el público, es una información con rapidez que se pierde en el aire.

Mensajes radiales: El acceso a radios en el corregimiento es difícil, en el corregimiento no existe una emisora y el acceso a la radio es difícil.

Brindar acompañamiento permanente a todas las acciones y herramientas de comunicación y participación comunitaria planteadas en los demás programas del Plan de Manejo Ambiental

Este es un programa de eje principal, se ve involucrado con los demás, es un acompañamiento que este realiza para la difusión de los mensajes, el cumplimiento de las acciones y la visibilidad ante la comunidad de los otros que pertenecen al Plan de Manejo ambiental.

5. Recomendaciones

- Completar el mapa de grupos de interés en El Prodigio; en los que se encuentren desde las personas con un alto grado de afectación hasta las que tienen un bajo grado de impacto, esto con el fin de generar lineamientos a cada uno de estos desde los programas del Plan de Manejo Ambiental (gestión social).
- Realizar una matriz de comunicación después de identificados los grupos de interés, en la que se especifique necesidades de comunicación, medios que frecuenta, mensaje que se quiere dar a conocer y encargados de administrar el grupo de interés. Tener esta claridad permite ser ordenados y proponer unas estrategias aterrizadas de acuerdo a las necesidades.
 - Elegir un líder social por zonas en el corregimiento, para que la información se expanda y así pueda llegar a toda la comunidad en general. Los mensajes serán informativos o sobre novedades del proyecto, esto también servirá para atender dudas, quejas o cualquier tipo de reclamos.
 - Con estos líderes realizar reuniones, periódicas e informativas; además, capacitaciones sobre aspectos comunicacionales, para que les permita ser un puente entre la comunidad y Celsia; no eliminando el perifoneo, sino fortaleciendo el mensaje desde otras personas, para que la información tenga mayor cobertura en la población.

Responsable: Puede variar, se puede hacer con los gestores sociales de Socya y dependiendo de las fechas de visitas, los de Celsia pueden acompañar esta actividad. (Teniendo en cuenta que el proyecto se encuentra en etapa previa, al momento de seguir con la fase construcción estas reuniones deberán ser de forma seguida, cada 15 días).

- Hacer encuentros mensuales con cada grupo de interés, con actividades de divulgación de la información sobre el proyecto y ejercicios de acompañamiento dinámicos desde lo psicológico y lo comunicacional, con la interacción de los habitantes. En cuanto a las

visitas en la comunidad general, realizar una cartografía, para ubicar las visitas por zonas o barrios.

- Hacer acompañamiento en las actividades de la comunidad sean de tipo social, cultural o desde la escuela o institución. Todos los meses organizar un cronograma de los eventos que se realicen en El Prodigio, para así planificar las fechas de las visitas de acompañamiento con la comunidad y la asistencia a estas actividades.

Responsable: Profesional que se encuentra en la oficina de El Prodigio.

- Difundir ante la comunidad todos los proyectos en los que Celsia desde la gestión social realiza, para que así exista una recordación en la comunidad, esto se hace a través de la construcción de campañas informativas que se realicen trimestral, reuniendo a la comunidad en espacios pequeños por grupos de interés, para que así se logre visibilizar la asistencia, el cual sirve como indicador para esta actividad.

- La construcción de mensajes apropiados en todas las actividades descrita anteriormente hace que la captación de la información sea la deseada, el mensaje debe ser entendible y que no genere dudas para la comunidad El Prodigio, siempre explicando las cosas específicas y no haciendo repeticiones en los mensajes.

- Realizar seguimiento cada seis meses de las actividades descrita anteriormente, para así evaluar la efectividad de cada una de ellas y realizar cambios si se considera.

6. Conclusiones

- Los programas de gestión social que hacen parte del Plan de Manejo Ambiental son desarrollados para unos grupos específico, con más impacto por el proyecto hidroeléctrico, lo que deja al desconocimiento de los programas a una parte de la comunidad de El Prodigio, debido a que el acompañamiento con estas personas es poca.
- La gestión social en la mayoría de los habitantes se logra visibilizar por eventos particulares como: reuniones, convocatorias, capacitaciones o las adecuaciones de la escuela e institución educativa, estas actividades que se realizan son acompañamientos que realiza Celsia como organización que se involucra en las necesidades generales de la comunidad.
- Las personas que realizan la gestión social, tanto de Celsia y Socya, fortalecen el desarrollo de esta, debido al valor agregado que transmiten en la comunidad, el buen relacionamiento, la manera profesional de realizar el trabajo social y la generación de confianza.
- Los medios de comunicación no son utilizados como corresponde, algunos pobladores desconocen de estos debido a que no hay una caracterización para los públicos y su lugar de difusión. Asimismo, la oficina de atención de Celsia que se encuentra en El Prodigio no se logra visibilizar como un canal donde se atienden al público, debido a la poca frecuencia de la comunidad a este lugar.
- La información que se da desde la gestión social sobre el proyecto hidroeléctrico o novedades en cuanto a este tema, no se expande sobre toda o la mayoría de la población, el mensaje se comunica a las mismas personas, las que se encuentran recibiendo acompañamiento. Esto genera una desinformación y controversia en la

comunidad general debido a que no hay lineamientos y canal para la entrega del mensaje sobre este público.

- La participación de los habitantes a las actividades como reuniones, capacitaciones y conversatorios es muy poca, esto se debe a que no hay un interés en una parte de la comunidad; un factor que se puede ver envuelto y que puede sustentar este desinterés por el poco acercamiento que hay desde la gestión social hacia algunos grupos de interés.
- El desarrollo de la gestión social en el 60% de la población ha cambiado el pensamiento negativo que había al inicio que se expuso sobre la construcción de una hidroeléctrica y el impacto que generaría esta sobre la zona.

7. Referencia bibliográfica

Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008). *Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll*. Disponible en

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/267/265

Amaya, O & Amaya, A. (2010). *Banca y Medio Ambiente*. Bogotá, Colombia, Universidad Externado de Colombia.

Arias, Domínguez, Docarmo, Raschio, Rojas, Gutiérrez & Condori. (2016). *La responsabilidad social en la historia*. Revista Ciencias Estratégicas. (24), P, 104-115.

Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Disponible en [file:///C:/Users/Libiap/Downloads/BrandingCorporativo%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Libiap/Downloads/BrandingCorporativo%20(3).pdf)

Celsia. (2016). Disponible en <http://www.celsia.com/>

Cegarra, J & Rodriguez J. (2004). *Prácticas de gestión social y componentes de la responsabilidad social corporativa*. Cuaderno de Administración. (17), P, 56-58.

COM. (2011). *Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico, y social europeo y al comité de las regiones*. Disponible en

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_es.pdf)

Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa en el Siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Costa, J. (2004). *La imagen pública: Una ingeniería social*. Medellín, Colombia: Editorial Zuluaga.

Costa, J. (1993). *La identidad corporativa*. México, D.F. Editorial Trillas, S.A.

Galindo, J. (2007). *Sociología funcionalista y comunicología*. El diálogo imposible en América Latina

Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 6 (11), 163-184. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/4915/491549030009.pdf>

Morales, M. (2012). *Los estudios organizacionales un complemento para el estudio de la gestión social*. A-D minister. (21), P, 117-133.

Moreno, A, Uriarte, L & Topa, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial*. Madrid, España: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A.), 2010.

Pérez, A. (2011). *Estudio de la imagen de Responsabilidad Social Corporativa: Formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros*. Disponible en

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1177/0de5.APRprevio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Perdiguero, T & García A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Barcelona, España: Universitat de València, 2005

Polanco, J. (2014). *La Responsabilidad Social del grupo EPM: Una nueva postura política frente al territorio*. Disponible en

file:///C:/Users/Libiap/Downloads/10299-Texto%20del%20art%C3%ADculo-48555-2-10-20150914.pdf

Ramírez, J. (2013). *Comunicación y Responsabilidad Social*. Imagen y Comunicación. (39) 5-8. Disponible en

<http://www.reddircom.org/pdfs/Revista%20Imagen%20y%20Comunicacion%20N39.pdf>

Ramírez, J & Villacorta, M. (2014). *La responsabilidad social en las empresas de comunicación, caso ATV, Radio Capital y diario Perú*. 2. Lima, Perú: Fondo Editorial.

Rojas, G, Ramírez, C & Vélez, D. (2013). *Gerencia de la responsabilidad social en las organizaciones de hoy*. Ibagué, Colombia: Universidad de Ibagué.

Ríos, R. (2017). *Los impactos de la Responsabilidad Social en los centros deportivos*. Disponible en [file:///C:/Users/Libiap/Downloads/tesis_raul_rios_riquelme%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Libiap/Downloads/tesis_raul_rios_riquelme%20(1).pdf)

Rivera, G. (2009). *Percepción y clima organizacional*. Tiempos nuevos, (14). P. 112-116.

ROBECOSAM. Corporate Sustainability. Recuperado de

<http://www.sustainability-indices.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.jsp>

Sampieri, Collado & Baptista, (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. Disponible en <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Rojas, Ramírez & Vélez. (2017). *Gerencia de la responsabilidad social en las organizaciones de hoy*. Colombia, Universidad de Ibagué, Alfaomega Colombiana S.A

SNCCTI. *Colombia es segundo en sostenibilidad empresarial en Latinoamérica*. Recuperado de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/prensa/2016/Paginas/Colombia-es-segundo-en-sostenibilidad-empresarial-en-Latinoamerica.aspx>

Vasquez, O. (2016). *La cultura organizacional desde su paradigma de estudio: una aproximación a la perspectiva interpretativa simbólica*. Entramado, 12(1). Disponible en

<http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v12n1/v12n1a06.pdf>

8. Anexos

ENTREVISTAS

Líder social Celsia

¿En qué consiste el proyecto hidroeléctrico Porvenir II?

¿En qué aspecto se centra la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II?

¿Quiénes son los encargados de la gestión social?

¿Cómo tienen planeada la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II?

¿Quiénes son los encargados de la gestión social?

¿Cuáles son los programas de la gestión social? ¿Todos los llevan a cabo en la etapa previa?

¿Cuáles son los medios de comunicación que se utilizan para difusión de la gestión social en la comunidad?

¿Por qué considera que es importante la gestión social?

¿De las actividades que han realizado tienen alguna retroalimentación?

Tenemos entendido que la gestión social se realiza a través de un tercero,

¿Cuáles son los espacios de interacción con ellos?

¿De qué manera se monitorea el trabajo que realizan

¿Existen alguno entregable o evidencias?

¿Cuál es la imagen deseada de Celsia en la Comunidad el Prodigio?

¿Cómo piensan que los perciben la comunidad?

¿Para usted, la gestión social ha generado cambios positivos en el proyecto hidroeléctrico Porvenir II en la comunidad El Prodigio? ¿Cuáles?

Líder Social (Socya)

¿En qué consiste la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II? ¿Cómo se lleva a cabo?

¿Cuántas personas son las encargadas de la gestión social? ¿Qué profesiones tienen?

¿Cuál es la metodología que emplean para la realización de la gestión social?

¿Por qué consideran que es importante la gestión social?

¿Cómo le hacen seguimiento a la gestión social?

¿Realizan informes del proceso que tienen sobre la gestión social?

¿Para usted, la gestión social ha generado cambios para el proyecto hidroeléctrico Porvenir II en la comunidad El Prodigio?

Líder Comunitario

¿Qué piensa sobre el proyecto hidroeléctrico Porvenir II?

¿Qué programas ofrece Celsia a partir de la gestión social del proyecto hidroeléctrico?

¿Considera que lo tienen en cuenta, que se generan espacio de participación los programas de la gestión social?

¿Cómo percibe la información de Celsia en cuanto al proyecto hidroeléctrico y los programas de gestión social?

¿Cuáles son los medios de comunicación por donde difunden la información? ¿Siente que son los adecuados?

¿Cómo es el relacionamiento de Celsia con la Comunidad?

¿Qué opinión le merece la gestión social que realiza Celsia con la comunidad?

Encuesta

Esta es una investigación de trabajo de grado para optar como Comunicadora; busca identificar cómo influye la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II en las percepciones sobre Celsia en la comunidad de El Prodigio. Este cuestionario le tomará 10 minutos de su tiempo.

Gracias por su colaboración.

***Solo podrá escoger una opción.**

Teniendo en cuenta que 1 corresponde a de acuerdo y 3 en desacuerdo responda:

1. La gestión social ha permitido que las relaciones entre Celsia y la comunidad El Prodigio sean cercanas, generado confianza.

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

2. El manejo de la información sobre el proyecto hidroeléctrico Porvenir II, a través de la gestión social se da de forma oportuna, clara y veraz entendiendo por veraz una información verdadera

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

3. La atención que recibe usted por parte de los encargados de la gestión social y los representantes de Celsia es eficiente

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

4. Los medios de comunicación que se utilizan para la difusión de cualquier novedad o información sobre el proyecto son los adecuados (Perifoneo, mensajes radiales, periódico y videos)

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

5. Las actividades de participación (reuniones, capacitaciones y conversaciones) que realiza Celsia a partir de la gestión social en la comunidad El Prodigio fomentan la relación directa con ustedes

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

6. Considera que se ha establecido una relación amistosa entre la comunidad y Celsia a partir de la gestión social

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

7. Lo que pensaba de Celsia al inicio de la gestión social es diferente a lo que ahora piensa, teniendo en cuenta el desarrollo que ha tenido la gestión social

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

8. Lo que Celsia ha propuesto en los programas de gestión social (en la etapa previa) se ha desarrollado según lo previsto

-De acuerdo -Más o menos -En desacuerdo

Teniendo en cuenta el nivel de satisfacción, donde 1 satisfecho y 3 insatisfecho, responda:

9. ¿Cómo se siente con el relacionamiento que ha establecido Celsia con usted por medio de la gestión social?

-Satisfecho -Más o menos -Insatisfecho

10. ¿Cómo se siente con las actividades que ha realizado Celsia?

-Satisfecho -Más o menos -Insatisfecho

11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la atención a sus inquietudes en la oficina de atención a la comunidad del proyecto hidroeléctrico?

-Satisfecho -Más o menos -Insatisfecho

12. ¿Cómo se siente con las personas que realizan la gestión social y los representantes de Celsia?

- Satisfecho -Más o menos -Nada satisfecho

Teniendo en cuenta que 1 es siempre y 5 nunca, responda:

13. ¿Con qué frecuencia participa de las actividades que realiza la gestión social?

-Siempre -Casi siempre -Ocasionalmente -Casi nunca -Nunca

14. ¿Sus opiniones son tenidas en cuenta por Celsia?

-Siempre -Casi siempre -Ocasionalmente -Casi nunca -Nunca

Preguntas abiertas

¿Cuál es su opinión sobre la gestión social que Celsia ha realizado en la comunidad? ¿Qué deberían mejorarse en la gestión social que Celsia realiza en la comunidad?

Las entrevistas se realizaron a: Organizaciones sociales, habitantes y Personas encargadas de la gestión social de Celsia y Socya.

The background image shows a university campus. In the foreground, there is a large, multi-tiered fountain with water spraying upwards. To the left, a set of wide concrete steps leads up towards the fountain. In the background, a large building with a prominent spire is visible against a cloudy sky. The overall scene is a well-maintained outdoor area.

Resumen

En esta monografía se explicará la investigación que tuvo como objetivo, identificar la influencia que tiene la gestión social del proyecto hidroeléctrico Porvenir II sobre las percepciones de Celsia en el corregimiento de El Prodigio San Luis, Antioquia de Celsia; esta zona es importante para la construcción del proyecto, debido a que es uno de los lugares que será de influencia para el proyecto. Este generará una serie de impactos y a partir de la gestión social buscan mitigar con actividades de aspectos ambientales, sociales y económicas. Como referentes teóricos se utilizaron, desde la imagen corporativa del autor Capriotti con la definición de imagen y el desarrollo de la imagen-actitud y el concepto de percepción por Costa y la imagen pública; así mismo, los grupos de interés por Rojas, Carlos y Jhon . Por último, el concepto de sostenibilidad corporativa por Oscar y Ángela. La metodología de esta investigación fue desde un enfoque mixto con perspectiva funcionalista e interpretativa.

Palabras claves: Gestión social, percepción, sostenibilidad corporativa.