



Diseño de videos en *motion graphics* para contribuir a la participación en programas de voluntariado corporativo en el Perú

Yoselyn Yanira Solano Matos
Carrera de Diseño Gráfico
Facultad de Arte y Diseño - PUCP

Resumen: Este proyecto se da sobre la base de la investigación realizada en torno a la relación y el impacto que generan las empresas cuando no solo se enfocan en ganancias económicas, sino también velar por las comunidades a su alrededor. Todas las decisiones que una empresa toma afectan directa e indirectamente a sus colaboradores, proveedores, inversionistas y a las comunidades de su entorno. En los últimos años, algunas empresas han adoptado la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para posibilitar buenas relaciones con las comunidades en las que intervienen. Si bien la RSE se ha implementado, en la mayoría de casos no han sido de manera óptima desde un inicio. En el Perú, la implementación de RSE aún está en desarrollo, y no se trata de un proceso sencillo que la empresa pueda implementar de la noche a la mañana. Según José Ventura, en un artículo publicado por Gestión en el año 2019, el 100% de las empresas conocen sobre la RSE; pero solo el 15% reconoce que debe implementarla, y apenas el 5% la aplica (Gil, 2019).

Lo que se va a realizar, entonces, es una campaña de comunicación interna en una empresa, la cual informará y motivará a los colaboradores sobre RSE y el voluntariado corporativo (VC), buscando así incrementar el número de voluntarios. Se buscará formar una cultura de compromiso desde la empresa misma, empezando por los colaboradores hasta la alta dirección. En un inicio, se difundirá material por medio de las herramientas digitales que más se usan en una empresa, como el intranet y correo corporativo. La información brindada será relacionada a la RSE, los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y el VC. La campaña consta de las siguientes piezas:

- Diseño de *mailing* corporativo
- Memoria anual sobre el VC de la empresa
- Video anual de lo logrado - participación de voluntarios
- Evento - Cierre: Premiación, cierre y apertura para las actividades de RSE del siguiente año.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, voluntariado corporativo, innovación social, diseño de video.

Introducción

La investigación desarrolla el impacto que generan las empresas cuando no solo se enfocan en ganancias económicas, sino también velar por el bienestar de las comunidades a su alrededor. Todas las decisiones que una empresa toma afectan directa e indirectamente a sus colaboradores, proveedores, inversionistas y fundamentalmente, a las comunidades de su entorno. En los últimos años, se ha evidenciado que las empresas deben tomar en cuenta a todos los involucrados y el valor que cada uno aporta a esta, para ejercer proyectos que beneficien a la sociedad. Sin embargo, no todas las empresas que hay en el Perú están tomando esto en cuenta o lo están realizando de manera óptima. Gran parte de ellas tienen visión, misión y valores que las representan ante la sociedad, pero no los ponen en práctica al 100%. Esto puede ser debido a que las empresas no están informadas sobre estrategias sociales, o por desinterés en innovación social o conocimiento erróneo sobre necesidades sociales.

Problema encontrado

Cualquiera que sea la definición de lo que es una empresa, sabemos que cada una de ellas juega un papel clave en el desarrollo social y económico. Su llegada o creación en cualquier comunidad tiene un impacto significativo (Tamayo, 2017). Las empresas generan oportunidades de desarrollo, generan impacto valioso para el avance de la sociedad.

En los últimos años, la RSE ha sido adoptada por algunas empresas para posibilitar una buena relación con las comunidades en las que intervienen. Si bien se ha implementado, en la mayoría de los casos, la RSE no ha sido aplicada correctamente desde un inicio o al 100%. La RSE brinda una relación óptima entre las empresas y las comunidades, y garantiza el desarrollo en la sociedad. Además, genera innovación y ventaja competitiva que se basa en el compromiso propuesto por las comunidades. La RSE brinda los cimientos para un crecimiento económico sostenible, incluyente y fundamentado en los valores humanos sociales (Cajiga, s.f). En el Perú, la implementación de RSE está en desarrollo. No se trata de un proceso sencillo que la empresa implementa de la noche a la mañana, sino de una gestión que involucra a colaboradores, alta dirección, especialistas y comunidades. Según José Ventura, en un artículo publicado por el diario Gestión en el año 2019, el 100% de las empresas conocen sobre Responsabilidad Social; pero el 15% reconoce que debe implementarla, y tan solo el 5% la aplica (Gil, 2019).

La responsabilidad social es considerada tendencia por los ODS y la agenda 2030 que se han planteado a nivel global, pero no es común encontrar información importante sobre el tema en medios digitales; o, a veces, esta pasa desapercibida (Gil, 2019). La comunicación es crucial en el tema a investigar, porque al aplicar un programa de RSE, todos en la empresa, desde la alta dirección hasta el resto de trabajadores, deben estar informados sobre lo que se va a realizar para poder organizar, planificar y presupuestar las acciones que implica el programa. De acuerdo con Global Research Marketing, aún existe un 34% de empresas que dedica menos del 1% de su presupuesto a iniciativas de RSE (Barbachan, s.f.).

La RSE brinda opciones atractivas a las empresas: una de ellas es el Voluntariado Corporativo (VC). Según el último informe de Voluntariado Corporativo en el Perú, del año 2017, el 75% de las empresas encuestadas solo realizaba VC por campaña; es decir, se llevaban a cabo iniciativas de un solo día, algo que puede ser considerado como “asistencialista”; a comparación de otros países, donde el VC es implementado de manera permanente. Además, un 30% de encuestados informó que no hay un apoyo directo de la alta dirección, y un 38% mencionó que había desmotivación en los colaboradores para participar en programas de VC. Cuando las empresas implementan el programa de VC, es importante que todos los que laboran en la empresa participen en la gestión de este. Es un hecho que el logro depende del involucramiento de las autoridades de más alta jerarquía organizacional; es decir, la alta dirección (Gerard, 2021). Las personas que ocupan cargos en la alta dirección son ciudadanos, y si como ciudadanos no están informados sobre RSE o tienen una información errónea sobre el tema, es posible que no tengan interés en involucrarse o implementarlo en su empresa.

Problema principal

El bajo índice de Voluntariado Corporativo en el Perú debido a la desinformación de la alta dirección sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Problemas secundarios

- Efecto negativo en la imagen de marca
- Falta de apoyo a comunidades

Justificación

La investigación se justifica en el impacto que tienen las empresas en la sociedad. Es fundamental reconocer que las empresas están pasando de ser lugares de trabajo a entornos más humanos al implementar proyectos de RSE que generan mayor desarrollo social y ofrecen beneficios para colaboradores y comunidades.

Este trabajo es relevante, además, porque toma en cuenta los ODS y la Agenda 2030, los cuales se basan en acciones por un futuro mejor. El Voluntariado Corporativo (VC) es una herramienta de RSE que puede contribuir a cumplir los ODS y la Agenda 2030 en ámbitos como en la educación, la salud, entre otros. Al incorporarlo en una empresa, se creará una cultura responsable y colaboradores y comunidades trabajarán juntos por el bien de todos. Así pues, investigar en torno a la RSE desde el diseño gráfico implica tener un abanico de posibilidades para generar estrategias comunicativas sobre la base de los hallazgos encontrados. Buscando una comunicación clara sobre RSE para los colaboradores, se aportará también a la buena comunicación que deben mantener las empresas con las comunidades.

Planteamiento del Proyecto

Se realizará una campaña de comunicación interna que informe a los colaboradores de una empresa sobre temas relacionados a RSE, VC y ODS. El objetivo es incentivar la participación de colaboradores en programas de VC sobre la base de una cultura de compromiso. Para iniciar, se va a tener en consideración toda la información obtenida de la investigación. Luego, se recopilará información relacionada a RSE, ODS y VC para difundir en los medios digitales a los cuales acceden los colaboradores. Después, se realizará la creación del material gráfico para difundir. Por último, la difusión por los canales de la empresa.

Piezas de la campaña:

- *Mailing* corporativo
- Videos en *motion graphics* - informar e invitar a participar
- Memoria anual
- Premiación a los voluntarios y áreas más participativas en el VC de la empresa.

De las piezas propuestas, se escogerá como pieza principal los videos en motion graphics por su aporte visual, movimiento y síntesis que permite tener la atención y comprensión de los colaboradores. Datos y conceptos complejos se presentarán de manera visual, clara y sencilla.

Conceptualización

El concepto a desarrollar en los colaboradores, es “cultura de compromiso en busca del bien común y mejor calidad de vida”, que se entiende como un conjunto de ideas y acciones que caracterizan a un grupo por tener el mismo objetivo. Este compromiso empieza dentro de las empresas y busca conectar con las comunidades del entorno. La relación entre empresa y comunidad es relevante para el desarrollo de la sociedad, pues se vincula con los ODS y con la Agenda 2030. Las empresas ayudan a solucionar problemas que hay en la sociedad. Si se trabaja en equipo con la meta de disminuirlos, se puede lograr una mejor calidad de vida para todos.

Referencias

Barbachan, M. (s.f.) *La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades*. Revista Innova G. <https://bit.ly/3kMRHln>

Cajiga, J. (s.f.) *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano para la filantropía. <https://bit.ly/3D9qUN5>

Diseño de videos en motion graphics para contribuir a la participación en programas de voluntariado corporativo en el Perú
Yoselyn Yanira Solano Matos

Gerard, G. (2021) Compromiso de la Alta Dirección: la clave para el avance de la Responsabilidad Social. <https://bit.ly/39KaE8d>

Gil, F. (2019). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social*. Gestión. <https://bit.ly/3lYzNBW>

Tamayo, A. (2017). *La empresa y su impacto social*. El Financiero. <https://bit.ly/3if9GWy>