



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD
AMBIENTAL EN ORGANIZACIONES SOSTENIBLES DESARROLLADAS
POR LA FUNDACIÓN ECUADOR GREEN BUILDING COUNCIL

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Comunicación Corporativa

Profesora Guía
Mgs. Sara Isabel Alcivar Pozo

Autor
Ricardo Esteban Flores Rodríguez

Año
2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Sara Isabel Alcívar Pozo
Magister
C.I. 172111975-6

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos De Titulación.

Xavier Santiago Jiménez López
Magister
C.I. 050307292-8

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Ricardo Esteban Flores Rodríguez
C.I. 171836758-2

AGRADECIMIENTOS

Quiero Agradecer a todos los profesores de la carrera de Comunicación Corporativa quienes me impulsaron a seguir adelante en este proceso. De igual manera a la Fundación EGBC por permitirme formar parte de su equipo durante la realización de la investigación.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a mi padre, gracias por darme los mejores y satisfactorios veinte y seis años de mi vida.

RESUMEN

Las políticas de responsabilidad ambiental son elementos esenciales para las organizaciones, empresas públicas y privadas, incluyendo a la sociedad en general, más aún para aquellas organizaciones que buscan una visión sostenible y ser un agente de cambio. Debido a la integración de nuevas tecnologías y estas al tener mayor impacto sobre las empresas publico y privadas es necesario que dichas empresas se sientan motivadas a utilizar medios de comunicación digital para difundir políticas de responsabilidad ambiental. Debido al desconocimiento y falta de proyección es importante presentar los beneficios que tendrán al optar por comunicación digital.

En este sentido el presente trabajo demuestra que la comunicación digital busca el correcto uso de sus canales para la difusión de políticas, fomentando a que la información difundida por estos canales sea la más óptima para las organizaciones sostenibles, sociedad en general, empresas publico privadas. Generando hábitos, actitudes, acciones y pensamientos positivos frente a la responsabilidad ambiental tanto a corto plazo como a largo plazo.

De esta manera se plantea el caso para la Fundación Ecuador Green Building Council en donde mediante a un análisis conceptual junto a una investigación se podrán detectar puntos clave para trabajar, concluyendo en un plan comunicacional viable para la fundación.

ABSTRACT

Environmental communication policies are essential for public and private companies, including society in general, even for companies seeking a sustainable vision and be an agent of change. Due to the integration of these new technologies and to have greater impact on public and private companies is necessary that these companies are motivated to use digital media to spread environmental responsibility policies. Due to ignorance and lack of projection it is important to present the benefits they have to opt for digital communication.

This project demonstrates that digital communication searches for the correct use of their channels for the dissemination of policies encouraging that the information disseminated through these channels is the most optimal for society at large, public companies private. Generating habits, attitudes, actions and positive thoughts against environmental responsibility both short term and long term.

Thus the case for Ecuador Green Building Council Foundation which arises through a conceptual analysis with an investigation can detect key to working points, concluding a viable communication plan for the foundation.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 Comunicación.....	2
1.2 Tipos de comunicación en la organización	3
1.3 Teoría de la comunicación	5
1.4 Comunicación estratégica	6
1.5 Comunicación interna y externa	8
1.6 Comunicación Digital.....	9
1.7 Stakeholders.....	14
1.8 Responsabilidad ambiental en la organización sostenible	15
1.9 Organizaciones sostenibles	16
1.10 Construcción Sostenible.....	18
1.11 Responsabilidad Ambiental	19
1.12 Comunicación digital para la difusión de la responsabilidad ambiental.....	20
1.13 Políticas para un desarrollo sostenible	21
1.14 Fundación Ecuador Green Building Council.....	23
CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN	28
2.1 Presentación de resultados por técnica de investigación	33
2.2 Diagnóstico de la eficacia de la comunicación digital en organizaciones desarrolladas por la Fundación Ecuador Green Building Council.....	41
2.3 Análisis Global de resultados	47
CAPÍTULO III CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51

3.1 Conclusiones	51
3.2 Recomendaciones	52
CAPITULO IV PROPUESTA COMUNICACIONAL.....	53
4.1 Propuesta de comunicación	53
4.1.1 Objetivo General.....	53
4.1.2 Objetivos específicos	53
5. PLAN DE COMUNICACIÓN	54
REFERENCIAS	70
ANEXOS	73

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se define en cuatro capítulos, los tres primeros son una guía para la realización del plan estratégico de comunicación de difusión de políticas de responsabilidad ambiental para la, Fundación Ecuador Green Building Council, el cual busca difundir políticas mediante comunicación digital.

El primer capítulo trata de entender a la comunicación desde sus bases, avanzado por tipos de comunicación e incluyendo la teoría de comunicación sobre el interaccionismo simbólico, además se exponen conceptos sobre comunicación interna y externa. Adicionalmente, se encuentran conceptos de comunicación digital, stakeholders y responsabilidad ambiental para complementar dicha investigación.

El segundo capítulo consta de dos partes esenciales, la primera busca enfocarse en temas legales respecto al tema ambiental, mientras que en la segunda parte se expresa la metodología de investigación y la recolección de datos involucrando actores importantes para el análisis global de resultados.

En consecuencia y, a partir de los dos capítulos anteriores, se exponen las conclusiones y recomendaciones en base a la teoría analizada por medio de instrumentos de investigación, sacando puntos clave a trabajar.

Finalmente, partiendo de los puntos mencionados anteriormente, el proyecto concluye con un plan estratégico de comunicación para la difusión de políticas de responsabilidad ambiental para la fundación Ecuador Green Building Council, el cual busca difundir políticas de responsabilidad ambiental por medio de la utilización de comunicación digital.

CAPÍTULO I

1.1 Comunicación

La comunicación, se relaciona con todos los campos dentro de una empresa. De igual manera, pasa con las relaciones humanas, existe intercambio verbal o no verbal de un pensamiento. Las personas lo relacionan con el intercambio de mensajes e incluso códigos, en los que al entenderse de tal modo cumplen objetivos.

Sfez plantea que “La comunicación es un medio útil de reunir elementos estocásticos, atomizados, para obtener el nexo potente que exige la vida en la sociedad: jerarquías, ligazones verticales y horizontales, representación de representación por signos y señales” (2007, pág. 14). Por lo cual se afirma que la comunicación desde su base y su explicación más básica tendrá un emisor y un receptor vinculados por un canal. Este principio, revela que la comunicación no es mecánica sino comprensiva y social.

Elguezabal dice que “comunicación es parte de la cultura, de la oralidad comunicativa pasamos a la escritura, de ésta a la impresión en soporte repetible y finalmente a la digitalización” (2011, pág. 24). Esto significa que existe una era digital, que conlleva a un cambio de información en donde ésta tiene un efecto de retorno haciendo que todo comunique. Es importante mencionar que el desarrollo tecnológico influye en la sociedad contemporánea por la cual la difusión de información, a través de medios de comunicación masiva, pueden aportar al trabajo, a la educación, e incluso a la cultura; influyendo en la actividad diaria de los individuos y su necesidad del conocimiento.

La actividad humana está reflejada en el desarrollo social, lo que interviene como un proceso comunicativo. Sfez, también menciona lo siguiente “La comunicación distingue un emisor y un receptor vinculados por un canal, que distingue el mundo objetivo a representar y el mundo efectivamente

representado, vinculados por un mediador” (2007, pág. 29). De esto se trata la comunicación, interpretar de manera entendible para que en este proceso exista lo que se llama retroalimentación o feed back.

La comunicación y la tecnología rompieron barreras haciendo una comunicación mucho más efectiva, rápida, entendible, a través de herraminetas digitales se podrá potenciar la forma de interacción.

1.2 Tipos de comunicación en la organización

Al ser la comunicación una fuente de intercambio de información. Es necesario dejar en claro que, las organizaciones tienen tipos de comunicación los cuales se tienen que entender de manera correcta para la emisión de mensajes por parte de la empresa.

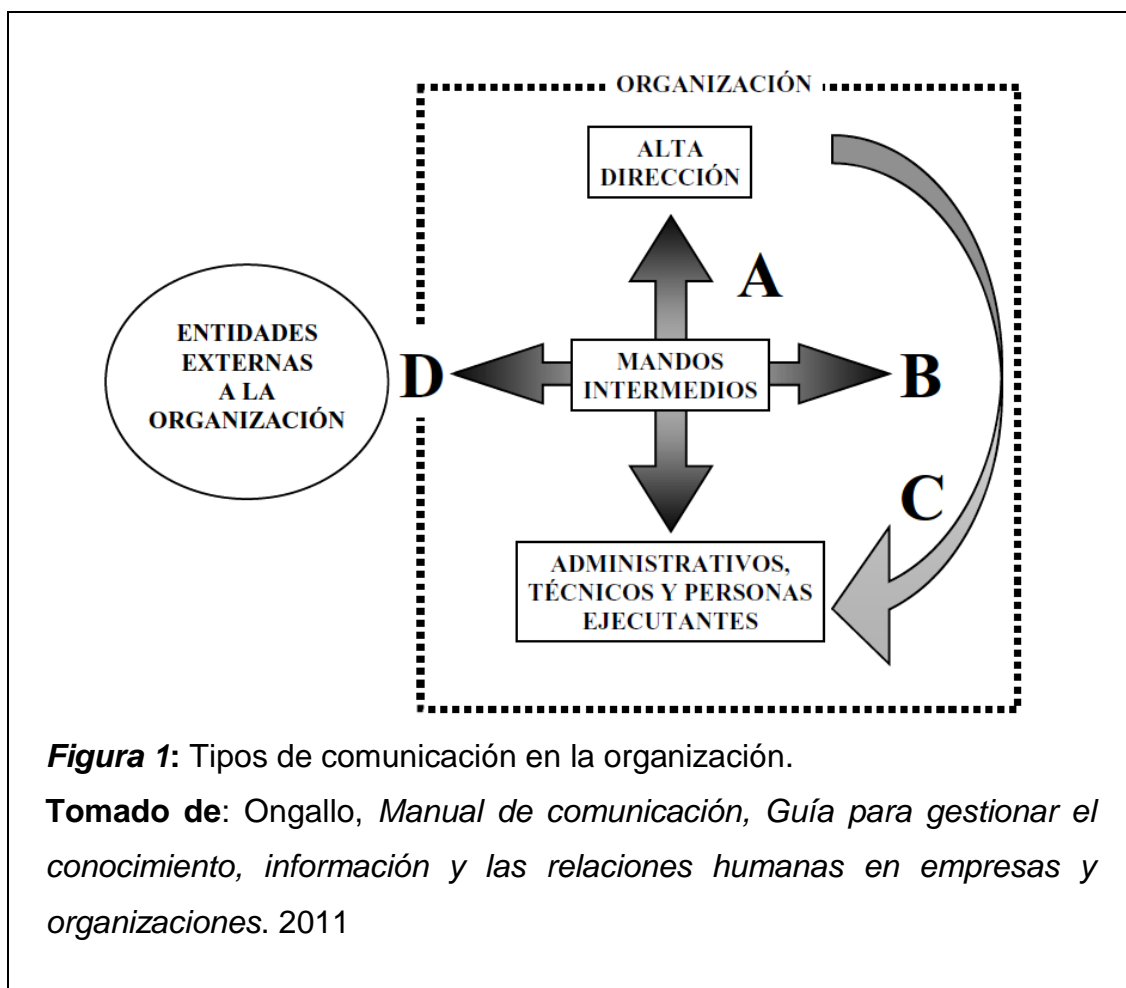


Figura 1: Tipos de comunicación en la organización.

Tomado de: Ongallo, *Manual de comunicación, Guía para gestionar el conocimiento, información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. 2011

En esta figura, podemos apreciar la comunicación desde una perspectiva empresarial en donde las letras se ven representadas de la siguiente manera: “comunicaciones horizontales, representadas por A, comunicaciones oblicuas, representadas por C, y comunicaciones externas, representadas por D. Dentro de la comunicación interna de la propia empresa u organización, por tanto, estableceremos tres tipos principales” (Ongallo, 2011, pág. 32) y para lograr una mejor comprensión se definen como lo siguiente:

“Descendente: El fin es comunicar a los niveles inferiores de la organización las órdenes o noticias que emanan de los niveles superiores (dirección, gerencia...)” “Ascendente: El fin es obtener datos y noticias relativas a la moral laboral del personal, socios y colaboradores, sus aspiraciones, deseos y opiniones” “Horizontal: El fin es promover el intercambio de datos e impresiones entre los miembros de un mismo nivel jerárquico, o de su mismo grupo” (Ongallo, 2011, pág. 32).

La comunicación que existe dentro de la empresa, participa en la construcción que los propios empleados la crean generando una acción común, es decir el saber hacer las cosas juntos. Cuando existe comunicación interna, esta se emplea para construir el trabajo en equipo, Costa menciona lo siguiente: “Formación, información, motivación, decisiones, relaciones, compartir una cultura, una misión, una visión, unos valores en fin, y trasladar esa cultura organizacional al exterior, en las realciones con los demás” (2014, pág. 40).

Mientras, que la comunicación externa enviada desde la empresa hacia fuera se pueden realizar por medios de mensajes a individuos específicos, como también a un colectivo. Para esto, “es indispensable elaborar el mapa tipológico de públicos con el fin de hacer coincidir el mensaje de base de la empresa con las motivaciones, la cultura y las expectativas de los distintos públicos concernidos” (Costa,2014, pág. 24).

En un segundo plano, pero dentro de la comunicación externa, se encuentra el feedback, debido a que es algo muy puntual en la comunicación tanto interna como externa ya que “se ocupa de detectar y evaluar, por una parte, los

mensajes emitidos por la empresa y por otra, los mensajes emitidos por la empresa al exterior y los mensajes recibidos” (Costa, 2014, pág. 24).

Es importante mencionar la aparición del internet y los medios digitales además de “la aparición de la web corporativa que depende directamente de la empresa y vincula la imagen institucional, la oferta comercial en las redes 2.0” (Costa, 2014, pág. 24) la cual genera que la empresa puede interactuar con la comunicación.

1.3 Teoría de la comunicación

El interaccionismo simbólico es considerado como una corriente que interpreta, representa y comprende los procesos de creación y asignación del significado en el mundo real. Blumer, afirma que se basa en tres premisas básicas y Perlo afirma que la primera de ellas “sostiene que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas, en función de lo que éstas significan para él” (2006, pág. 97). Esto quiere decir que, el ser humano reacciona a varias situaciones que pueden afectarle a él o al resto.

Por otro lado la segunda indica que “el significado de estas cosas se deriva de la interacción social que cada individuo mantiene con otro. Esta interacción se da a través de la comunicación, la que es simbólica ya que nos comunicamos por medio del lenguaje y otros símbolos significativos” (Perlo, 2006, pág. 97).

Cada interacción tiene un significado y una reacción para el ser humano, es por eso que menciona a la comunicación como un lenguaje de símbolos significativos. Y es por este motivo que la tercera premisa avala la idea de que “los significados no son estables, sino que se modifican a medida que el individuo va enfrentándose a nuevas experiencias” (Perlo, 2006, pág. 97).

La interacción que tiene el ser humano con la sociedad se basa en las actividades diarias del mismo debido a que cada actividad se enfrenta a una reacción diferente y por ello la comunicación será diferente debido a esta

reacción. El interaccionismo simbólico recae en lo social sobre lo individual, empleando el lenguaje como símbolos para dar un significado a las cosas. Figueroa dice que “Los interaccionistas simbólicos estudian aspectos del habla pero su atención particular radica en la acción y en la interacción social, de modo que sustituyen el análisis convencional por el denominado análisis interaccional” (2013, pág. 36). Es decir que las personas intercambiamos información por medio de acciones obteniendo interacción con uno mismo y con los demás.

Por otro lado, ésta teoría nos da un enfoque mucho más real y práctico, debido a que se relaciona con el estudio de la vida de los grupos humanos y el comportamiento del hombre señalando un proceso de interpretación de las cosas desencadenado por la interacción de la sociedad; como por ejemplo aquellas actividades de los seres humanos producen reacciones como una respuesta hacia los demás. Con esto podemos decir que los individuos hacen reflexión y actúan conscientemente debido a la importancia que le dan a cada símbolo la cual recae en intentar comprender la acción social.

1.4 Comunicación estratégica

Las empresas hoy en día, toman conciencia al momento de hablar de comunicación, por lo cual se ven forzados a planificar e invertir en su recurso comunicacional.

Garrido explica que comunicación estratégica se entiende como “una forma de expresar a la organización para generar nuevas capacidades competitivas, renovar o fortalecer la presencia en los actuales negocios, rearmando “el que hacer” de la organización en pos del futuro” (2004, pág. 80).

Desde hace mucho tiempo se considera a la palabra estrategia como un ámbito milita, es decir una guerra entre competidores. Aquellas estrategias van acompañadas de nuevas tendencias contemporáneas, tecnológicas y de velocidad de respuesta a ciertas ventajas a nivel mundial.

La comunicación estratégica “consiste en reforzar e intensificar las actitudes y conductas ya presentes en los objetivos, lo cual adopta la forma de una intensificación de actitudes favorables” (Garrido, 2004, pág. 90); las cuales se centran en un plan para poder identificar la situación de la comunicación y poder responder eficazmente.

Además, la misma se basa en el constante diálogo que tiene la organización tanto interna como externa. Se puede tomar como ejemplo: clientes, empleados, medios de comunicación etc. Para Scheinsohn “Su objetivo no solo se ocupa de la teoría o la práctica de la comunicación sino de la teoría y práctica de la estrategia. Desde esta perspectiva no existe lo uno sin lo otro” (2008, pág. 148).

Se aclara que, la comunicación estratégica, es la esencia y el estudio de la comunicación y otras ramas como la psicología, el management y el comportamiento en la organización.

La empresa deberá definir claramente sus estrategias en un contexto “propio de acción y reacción comunicativa con el público interno y externo”, es por eso que deben existir varios criterios para llegar a comunicación estratégica (Blanco, 2014, pág. 24):

1. **Informar:** Se debe dar a conocer, difundir, socializar, generar conciencia y adicionalmente crear una red de información con todos los implicados.
2. **Persuación:** se debe generar acción-reacción comunicativa el cual va lograr educar de forma correcta en donde se refleja el aprendizaje.
3. **Posicionar:** Ser diferente, original, dar una nueva imagen o mejorarla, dar valor.
4. **Participar:** Crear lazos en los cuales exista un ganar-ganar, crear emociones en base a sentimientos.

5. **Contribuir a la colectividad:** Tener relación estrecha entre organización e individuos, buscar factores que favorezcan tanto a la organización como a los individuos intervenidos. Establecer relaciones de coexistencia; de esta manera se dice que la comunicación estratégica aporta a nuestra investigación una buena manera para comunicar por medio de la comunicación digital.

1.5 Comunicación interna y externa

La comunicación interna tiene un campo establecido dentro de la organización y sobretodo como una herramienta para la mejora de la competitividad organizacional, al igual que con el clima laboral. Además, se centra en el público interno como: trabajadores, gerentes o altos mandos, directores etc; agrupando significados y proporcionando mejoras constantes al trabajo, por medio de sentido de pertenencia preparando a cada empleado como un vocero de la organización.

“Es una herramienta de gestión que también puede entenderse como una técnica. Puede ser también un medio para alcanzar un fin en donde la prioridad es buscar eficacia en la recepción y comprensión de los mensajes” (Brandolini, 2009, pág. 25). Esto genera que la comunicación que sea dirigida al público interno, es decir al personal de la organización, busque un entorno productivo y armonioso. Para ello es significativo mencionar la importancia de la comunicación interna (Brandolini , 2009, pág. 26):

1. Genera interacción personal, ya que de esta manera los colaboradores pueden alcanzar objetivos impulsando al avance de la organización más conocido como trabajo en equipo.
2. Armoniza las acciones de la empresa. Evita oposición y discrepancia en la actuación cotidiana a partir del diálogo y la comunicación con diferentes áreas y niveles de mando.

1. Cambio de actitudes, el desarrollo de una organización se basa en la toma de decisiones ya sean individuales o grupales logrando alcanzar metas para la organización.
2. Productividad, cuando existe comunicación interna eficiente los empleados conocen los objetivos y pueden desempeñar una mejor labor orientada a niveles productivos. Para todo esto es importante no olvidar el verdadero objetivo de la comunicación interna la cual fortalece e integra niveles de cultura en la organización.

Para Castro la comunicación externa “trabaja en la gestión de la imagen que nuestra empresa quiere ofrecer al mercado o la sociedad, con la idea de que tal gestión se traduzca en resultados, empresarial y socialmente hablando” (2007, pág. 18). Como también es la comunicación de marca o beneficio la cual llega a consumidores potenciales y actuales, así como también “todos aquellos que influyen en el proceso de compra, buscando la preferencia de marca, la misma compra y fidelización de compra”. (Enrique, 2008, pág. 105).

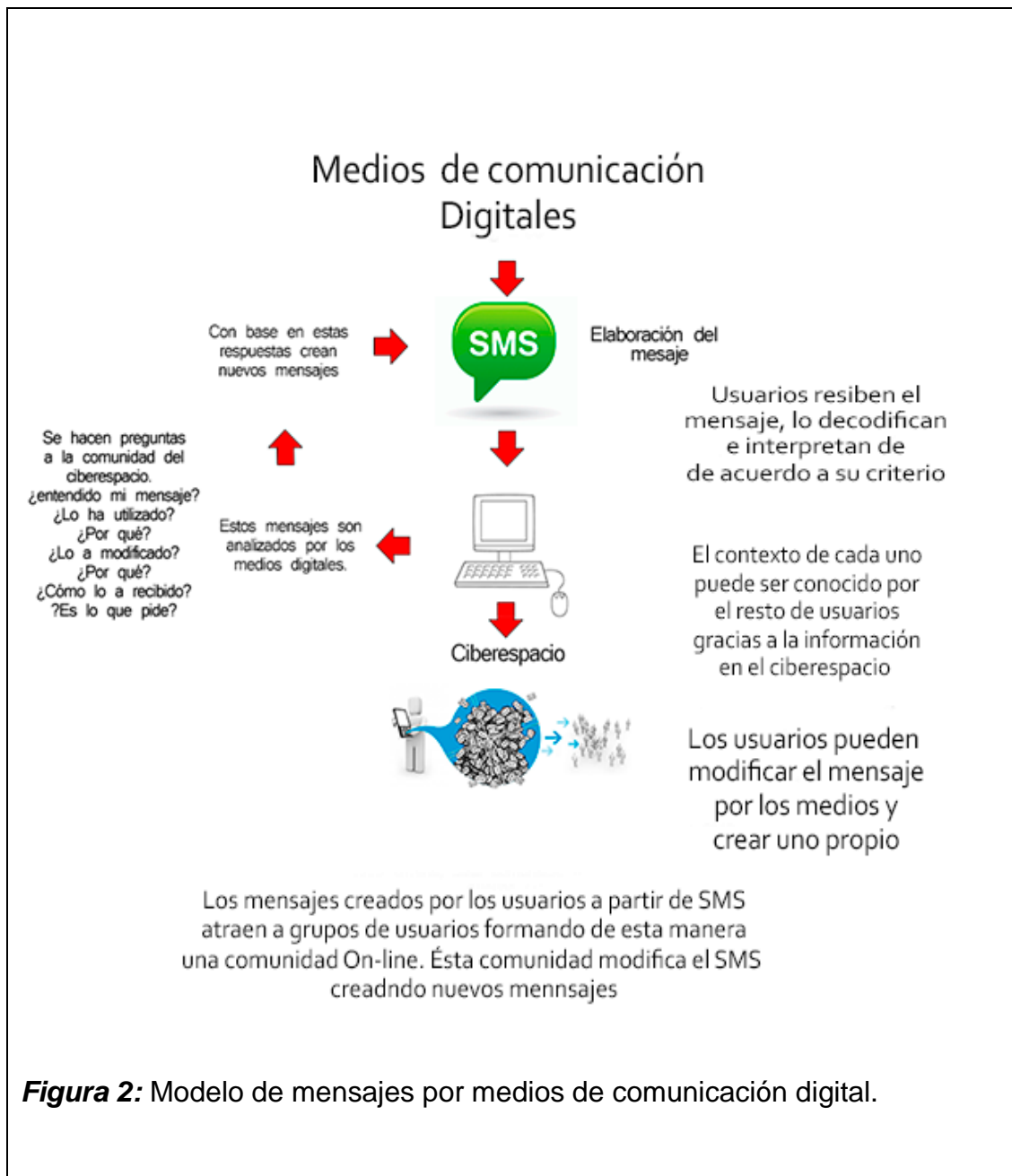
La comunicación externa integra medios y técnicas al igual que la publicidad o las relaciones públicas para llegar a tener contacto con su público objetivo, logrando crear buena imagen entre sus públicos.

1.6 Comunicación Digital

Los llamados medios de comunicación tradicionales comenzaron como impresos y audiovisuales, surgieron para aportar a la difusión temas sociales, culturales, políticos y económicos. Los diarios tomaron fuerza en muchas ciudades siendo el primer medio de información masivo. Poco después la radio y la televisión surgen como un medio de comunicación y de consumo masivo en hogares.

El proceso de comunicación digital tiene su principio en la Internet basado en el uso de nuevas tecnologías de comunicación e información. “Internet alteró

también los modelos tradicionales en la cadena de valor de la industria mediática a nivel de distribución, exhibición y exposición de contenidos. Esta revolución tecnológica, dinamizada por la web 2.0” (Lindqvist, 2008, pág. 18), adicionalmente el sistema de comunicación móvil, crea un escenario comunicativo diferente al tradicional. Internet es conocido como una gran red que conecta a infinitas redes entre sí o más conocida como la red de redes, también se puede encontrar información, datos, recursos entre ordenadores o dispositivos conectados a una red; favoreciendo a que exista un gran desarrollo dentro de la comunicación digital. Para una organización Herrera dice que la comunicación digital “es hoy un campo disciplinario de estudio, con una alta demanda de las empresas por el conocimiento de las nuevas formas y retóricas de comunicación, así como de sus aplicaciones en el campo de la formación, comunicación interna, ventas, marketing” (2009, pág. 2). Es importante saber cómo funciona la comunicación digital para esto se representará en la siguiente figura, mostrándonos un escenario diferente en donde los mensajes son masivos, los mismos que son compartidos, rechazados, distribuidos, reformados y vueltos a transmitir.



La figura 2 tiene la propuesta del entendimiento de mensajes cuando se habla de comunicación digital, este es un nuevo modelo ya que la tecnología de la información y comunicación están dejando algunos modelos casi obsoletos, entrando en un campo muchísimo más grande en acceso a información; favoreciendo a “una mayor cantidad de información, dada su capacidad de almacenamiento: la posibilidad de actualizar la información a los usuarios que la solicitan desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento” (Sánchez, 2012, pág. 38). La comunicación digital se puede aprovechar

generando interacciones humanas y sociales, por medio de plataformas digitales las cuales se convierten en modelos de comunicación, transformando el tradicional modo de comunicarse emisor, receptor, mensaje, canal. “ya que hace énfasis en el mismo papel que desempeña el receptor de mensajes, que a veces actúa como emisor y dueño de su propio canal comunicativo” en este caso plataformas digitales. (Sánchez, 2012, pág. 38). La gran actividad de medios digitales como: correo electrónico, buscadores, redes sociales, plataformas virtuales, bibliotecas virtuales, permiten relacionarse con personas a larga distancia, y además pueden mejorar las condiciones laborales en organizaciones públicas o privadas. Por ello muchas empresas ven a la comunicación digital como una estrategia corporativa rompiendo las barreras de la comunicación digital atrayendo a nuevas audiencias siendo ellos protagonistas de este nuevo proceso comunicativo. Es importante mencionar algunos de los beneficios de este tipo de comunicación, uno de ellos puede generar empleo debido a la cadena de valor que posee el internet creando contenidos, servicios en línea, administración de páginas, etc. Además puede permitir nuevos modelos de negocio virtuales como por ejemplo compras online, incluso en el ámbito académico podemos notar nuevas carreras que aportan y sobre todo garantizan que este nuevo modelo de comunicar es una salida a los medios tradicionales para generar cambio, consciencia y aportar nuevos conocimientos. El aporte de la comunicación digital es más sencilla y fácil de utilizar entendible para cualquier usuario; un gran ejemplo son las redes sociales, diseñadas para cualquier público masivo y diverso. Hoy en día las organizaciones han adaptado nuevos medios digitales dependiendo de sus requerimientos y necesidades, con un solo objetivo ser más visibles y aportar conocimiento a los consumidores. “En el caso de las redes sociales, la producción de contenidos recae sobre los propios individuos, quienes disponen de la habilidad para crear, empaquetar y distribuir mensajes que cubren un vasto espectro de potenciales consumidores” (Napoli, 2008, pág. 13). La comunicación digital es interpersonal, debido a esto existen páginas y sistemas de comunicación en donde existen emisores y receptores a través de:

Redes sociales: Se basan en interconectar a individuos para que puedan interactuar entre ellos generando un tipo de relación entre ellos, adicionalmente tenemos redes sociales que buscan un fin por ejemplo: Genéricas como Facebook, Instagram Google+ o Twitter. Redes sociales para profesionales como LinkedIn, Xing o Viadeo y redes temáticas basadas en un solo tema como Pinterest, Flickr o Youtube.

Blogs: Es una herramienta de comunicación digital en donde el autor o dueño de su blog recopila información de un cierto tema en concreto y da su punto de vista desarrollado en varios párrafos.

Chats: Basado en su significado de Charla, es un método de comunicación digital el cual consiste en la conversación entre dos o varias personas conectadas a una red. Los chats pueden ser públicos o privados, los más utilizados pueden conectarse por WebChat, Messenger, Google Talk o programas relacionados de mensajería instantánea.

Telefonía por internet: Internet ofrece la posibilidad de hablar en línea. Por ejemplo: WhatsApp, Skype, adicional a esto, estos programas permiten escribir texto o video llamadas.

Email o correo electrónico: Es un servicio que permite el intercambio mensajes a través de varias plataformas como: Gmail, Hotmail, Yahoo!. Además tienen la posibilidad de enviar: Fotos, Videos, Audio etc.

Smartphone: Llamado también teléfono inteligente debido a sus funcionalidades. Una de las características más importantes es que permiten la instalación de aplicaciones o programas para incrementar sus posibilidades, rendimiento, conectividad y datos. Favorece a la comunicación digital debido a que se pueden conectar a Internet para enviar mensajes, realizar llamadas, mensajes de voz, video llamadas, conectarse a redes sociales, enviar un email etc.

La importancia de la comunión digital radica en el gran aporte hacia el involucramiento de la ciudadanía, organizaciones, empresas públicas y privadas.

1.7 Stakeholders

Los principales responsables dentro de la organización como el empresario, accionista, empleados ya no se ven afectados por si mismos. Hoy en día tenemos agentes externos quienes influyen en la toma de decisiones y además que intervienen para que la organización pueda cumplir con sus objetivos (Caballero, Gracia, & Quintás, 2007)

De esta manera podemos comprender que los stakeholders pueden intervenir en la organización para establecer relaciones, lazos o incluso de manera directa un trato en donde las partes pueden llegar a plantearse objetivos.

Ahora bien, existen stakeholders que pueden tener un carácter para poder satisfacerse dentro del marco organizacional. Por lo tanto éste concepto, nos muestra que no solo son intereses económicos, sino también de otro tipo, donde la organización puede tener la existencia de optar por la responsabilidad social, tratando de investigar que intereses, actividades o valores, tienen sus grupos de interés; por ello se debe saber qué tipos de stakeholder existen.

Oliveira afirma que: "los grupos de interés son cierta influencia sobre las empresas" (2008, pág. 94). De esta manera, interfiere de de manera directa sobre la empresa, así las partes interesadas buscan prioridades para relacionarse entre diversos actores en un ámbito para generar intereses.

Es importante incluir a la responsabilidad ambiental buscando la sostenibilidad en procesos de negocios, políticas y nuevos modelos económicos. Además, de relacionarse en sus diferentes tipos de stakeholder.

La tipología de los stakeholders y su influencia en la organización a fin de comprender cada una de sus actividades:

- **El dominante:** son aquellos que tiene un propósito a largo plazo debido al poder y legitimidad, aunque no requieran nada urgentemente.
- **Dependientes:** estos al carecer de poder buscan alianzas con otros de menos poderío.
- **Peligrosos:** pueden tornarse violentos debidos a que buscan poder hacerse notar.
- **Definitivos:** son grupos de interés en los que los directivos prestan más atención y son los que tiene prioridad absoluta.
- **Inactivos:** son aquellos en los que hay que prestar atención debido a la demanda que pueda presentar si llegan a presentar una urgencia, puede llegar hacer peligroso.
- **Discrecionales:** ellos esperan recibir apoyo por parte de la organización esta puede ser pública o privada o incluso una ONG.
- **Demandantes:** son grupos que van en contra de las actividades de la organización

1.8 Responsabilidad ambiental en la organización sostenible

Hoy en día, el mercado empresarial está demostrando que la competitividad y el éxito se demuestran por preferir buenas prácticas responsables con el ambiente, en donde no solo buscan un bienestar laboral y ambiente.

La responsabilidad ambiental implica “una nueva ética de compromiso social de los empresarios y directivos un margen de voluntariedad para invertir en programas de responsabilidad social empresarial que supere los mínimos

estándares legales y respondan a los retos sociales y ambientales” (Martínez ,2010, pág 13). A fin de que la organización sostenible se involucre con el ambiente para cumplir normas que busquen estar comprometidos con la acción social logrando enfrentar problemas ambientales y sociales, influyendo en el cambio de la ética y valores culturales, tanto para empresarios como para los trabajadores y la sociedad en general. Generando un programa sostenible a largo plazo tratando de difundir, promover, tomar decisiones y acciones para disminuir el equilibrio social y ambiental.

1.9 Organizaciones sostenibles

Resulta algo inentendible hablar sobre organización sostenible sin entender que quiere decir la sostenibilidad. Para Arteché significa el desarrollo “en una dimensión económica, social y ambiental, y solo será sostenible si se logra el equilibrio entre los distintos factores que influye la calidad de vida” (2004, pág. 494).

El enfoque que tiene la sostenibilidad es tratar de integrar y desarrollar estrategias que busque mejorar la economía la dimensión social y el desarrollo ambiental.

Arteché, afirma lo siguiente respecto a un organismo sostenible:

“Es un hecho evidente que las actividades económicas crean riqueza y bienestar social y, por lo tanto, contribuyen a aumentar la calidad de vida de las personas. Pero no es menos cierto que muchas veces la creación de riqueza y bienestar se produce a costa de un impacto negativo en el medio ambiente, una desigualdad en la distribución de la riqueza y un desarrollo económico no sostenido en el tiempo” Las empresas se rigen normalmente por una serie de políticas (financiera, medioambiental, calidad, etc.), que constituyen su marco de actuación a corto, medio y largo plazo” (2002, pág, 495)

En este marco de actuación, el crecimiento económico y la rentabilidad son, sin lugar a dudas, factores clave de éxito empresarial y pueden verse amenazadas si su logro se realiza a costa de un impacto negativo en el medio ambiente y en la sociedad.

Los dirigentes de las empresas han de satisfacer no solamente los requerimientos y expectativas de los inversores, sino de todas aquellas personas y organizaciones que tienen algún tipo de interés en sus actividades. En una palabra: la estrategia empresarial, la capacidad de crear valor y la propia subsistencia dependen de un desarrollo sostenible, medioambiental y social.

Tal y como está definido en el Código de Gobierno en España para una empresa sostenible: “Una empresa es sostenible cuando, además de lograr una cuenta de resultados económicos satisfactoria y maximizar su valor, es viable a corto y largo plazo por su contribución a un desarrollo sostenible de su entorno y de nuestro planeta, todo ello con el crecimiento sostenible y el diálogo y transparencia con las partes interesadas constituyen los ejes de actuación” (Archete, 2002, pág, 496)

Las organizaciones sostenibles deben comenzar por crear compromiso desde sus altos directivos; tomando determinados valores, estableciendo objetivos de mejora medio ambiental. Los mismos deben ligarse a los objetivos empresariales y toma de decisiones financieras e inversiones, mejorando la imagen en el mercado empresarial y buscando un enfoque positivo en el ámbito organizacional.

Estas organizaciones tienen que emprender acciones para ayudar a la sociedades que los rodean creando influencia y compromiso a partir de la responsabilidad y sostenibilidad. Es necesario que se tenga una visión local para comprender las necesidades de su entorno por ejemplo los tipos de problemas que enfrenta y como el organismo puede ayudar frente a esa problemática

1.10 Construcción Sostenible

La construcción sostenible desarrolla una manera de satisfacer ciertas necesidades de la vivienda o de infraestructura sin comprometer las próximas generaciones, tomando en cuenta aspectos ambientales, sociales y económicos. Identificar ciertos puntos como la arquitectura, el diseño, rendimiento de materiales y uso de recursos.

La arquitectura sostenible a pesar de ser un concepto altamente utilizado hoy en día tiene gran variedad su concepto lo cual provoca diferentes percepciones y significados al momento de hablar de ella. Hablando de un concepto muy general se puede decir que es la preocupación del ambiente enfocado en la socio economía y en el potencial para desafiar algunos de los problemas de habitabilidad en las nuevas generaciones. Wadel plantea lo siguiente: El concepto de sostenibilidad en la arquitectura “se basa en la definición de desarrollo sostenible de nuestro futuro común, resultando como la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin hipotecar la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (2010, pág. 38). Es por eso que incentivamos a que en nuestro país se logre continuar con este tipo de arquitectura sin dejar aún lado el bienestar del ambiente y sus alrededores también menciona que “No es sostenible nuestro desarrollo basado en el consumo y la contaminación causada por la combustión del petróleo, puesto que el agotamiento del recurso natural y la contaminación que supone condicionan severamente las posibilidades de las generaciones futuras” (2010, pág. 38). Para esto la arquitectura interviene planteandose objetivos que destacan en la conservación, rehabilitación y proponiendo un desarrollo equilibrado en ciudades que buscan estar asociados a un mejor estilo de vida; es decir la arquitectura sostenible recomienda un diseño responsable con el ambiente encontrando ese ahorro energético que propone el desarrollo sostenible, ahora no solo se habla de ahorrar energía o agua, el tema va mucho más lejos como la calidad del aire, aprovechar mucho mejor la luz natural, economizar en residuos tanto de la construcción como de sus habitantes, buscar materiales

que sean amigables con el ambiente y un sin número de fórmulas en que la arquitectura sostenible puede ayudarnos a mejorar nuestra calidad de vida.

1.11 Responsabilidad Ambiental

Senior, Nárvaez, y otros Indican que la responsabilidad ambiental “posee un fundamento ético y operativo, el cual por un lado, está fundado en una ética de reciprocidad y compromiso (intergeneracional) que impulsa hacia una forma distinta de gestionar, producir, consumir y relacionarse entre las empresas y su entorno” (2007, pág. 486), buscando crear valor frente a un impacto ambiental como son: emplear de manera eficiente los recursos materiales y en algunos casos como para las empresas disminuyendo el impacto que tienen sus operaciones.

También se puede crear valor buscando ser más transparentes con nuestros stakeholders buscando nuevas tecnologías para reducir el impacto ambiental o huella de carbono, básicamente se podría decir que son criterios básicos de la responsabilidad ambiental.

Por otro lado Núñez plantea a la responsabilidad ambiental “en el plano interno o intramuros, con implicaciones que aseguran una adecuada gestión de los residuos, prevención de los posibles daños o impactos ambientales derivados de la propia actividad” (2007, pág. 486).

En pleno siglo XXI se habla ya de inversiones socialmente responsables la cual se entiende como una inversión que incorpora la ética, la preocupación social, la economía y el medioambiente. Las empresas buscan un enfoque ambiental que los haga quedar bien ante la competencia y ganen reputación.

1.12 Comunicación digital para la difusión de la responsabilidad ambiental

Por lo explicado en puntos anteriores, la comunicación está encargada de difundir mensajes hacia un receptor y éste tenga una retroalimentación adecuada, lo mismo sucede en comunicación digital aplicado en el ámbito ambiental. Es importante mencionar que existen organismos los cuales pretenden llevar la sostenibilidad como un primer plano, la importancia de es potenciar la información y educación en temas de responsabilidad ambiental. Adicionalmente, se complementa con temas como la arquitectura sostenible debido a la influencia en estos tiempos en que las empresas buscan ser sostenibles y responsables.

Ortner, plantea lo siguiente: “La comunicación responsabilidad ambiental. Por un lado, casi cualquier forma de promoción sobre lo que se hace o se hizo respecto de un programa de responsabilidad social es vista como poco ético” (2011, pág. 279). Sin embargo, los públicos expresan estar interesados en conocer el desempeño social y ambiental de las organizaciones.

Esta dicotomía se produce dado que el informe continuo de la gestión ambiental y social lleva un tono de auto galardón por hacer algo que a los ojos de los públicos, especialmente los más interesados en esta temática, debería ser algo básico y fundamental en el desempeño normal de la organización.

Así, la reacción hace un fuerte hincapié en la conducta institucional a la hora de comunicarse con sus públicos y establecer una relación que se encuentre basada en la confianza de que la organización no está destruyendo o al menos participando en el deterioro del ambiente o la sociedad donde ellos habitan. Nuevamente, el foco de la comunicación debe estar apuntado a la relación con los públicos, sus expectativas y necesidades, en todas sus dimensiones.

Los procesos de comunicación digital, organizan principios de responsabilidad por parte del emisor con énfasis respecto a lo que se difunde, asegurando la

estabilidad que tiene la empresa con el ambiente para definir cambios importantes hacia la sociedad.

De ésta manera, se puede formar lazos comunicativos y de confianza así difundir información sobre responsabilidad ambiental mediante comunicación, teniendo en cuenta temas que se deben manejar con mucho cuidado como por ejemplo: comunicar sobre alguna catástrofe ambiental, o alguna amenaza climática; es así que se puede favorecer al comportamiento responsable de la empresa generando puntos positivos al receptor.

1.13 Políticas para un desarrollo sostenible

La formulación de políticas debe realizarse con objetivos a mediano y largo plazo; basándose en propuestas debidamente sustentadas en seis temáticas: ambiental, energética, comercial, laboral, macroeconómica.

Política ambiental: Debe contribuir a contrarrestar los efectos del clima y su cambio a través de un equilibrio basados en una producción más amigable con el ambiente. Se deberán implementar principios de eficiencia energética, al igual que la incorporación de planes de manejo sobre recursos forestales, integrando el buen manejo sobre los residuos sólidos. Se implementará programas de educación ambiental dirigidos a la sociedad en general.

Política Energética: Dirigida hacia la implementación de criterios sobre eficiencia y sustentabilidad, para lo cual se requiere: Participación privada en sectores estratégicos. Implementación de alternativas para la generación de combustibles. Manejo eficiente de empresas eléctricas. Modernización de las refinerías petroleras existentes en el país.

Política macroeconómica: debe tener la finalidad de alcanzar un mayor nivel de desarrollo humano, que le permita mejorar las condiciones de vida de la población. Es necesario fomentar el crecimiento económico sostenible a través

de: Eficiencia y estabilidad del sistema financiero. Impulso de inversión privada local y extranjera a través de la mejora de negocios. Manejo fiscal prudente definido en el marco de una gran pacto fiscal entre el sector público, sector privado y la academia.

Política comercial: Garantiza la inserción de cualquier país al mundo a través de: Respeto a los tratados de internacionales y a los organismos de los cuales Ecuador es parte. Suscripciones acuerdos comerciales que permiten proveer la competencia y adoptar a la producción local de mercado amplios entre los que destacan: Unión Europea, Estados Unidos, Venezuela, Mercado Común centro Americano, Alianza del Pacífico entre otros. Dinamización de las operaciones comerciales a través de nuevas tecnologías y sistemas de cielos abiertos que faciliten el comercio.

Política laboral: fomenta la generación al empleo forma el cual se consigue de la siguiente manera: Modernización de la normativa laboral tomando en cuenta la estructura productiva del país. Fortalecimiento del diálogo a través de la activación de los espacios de participación, empleadores y el sector público. Previsibilidad de la política salarial fundamentada en criterios técnicos como la productividad media del trabajo.

Política social y de seguridad ciudadana: es un pilar fundamental para el desarrollo de la sociedad y su propósito deber ser que todos puedan aprovechar sus capacidades y existan oportunidades para las generaciones presentes y futuras. Garantizar el acceso a educación inicial, básica y secundaria, técnica y superior de calidad. Garantizar servicios de salud preventiva y atención médica. Acciones que permita la inclusión social. Sistema judicial efectivo y ágil; capacitado y libre de corrupción. Ampliar el ámbito de seguridad para el sector productivo.

1.14 Fundación Ecuador Green Building Council

Historia

En los años 90 surge una nueva cultura de construcción sustentable promoviendo el desarrollo económico y social a nivel mundial sin poner en riesgo a las nuevas generaciones apareció como líder denominada World Green Building Council (WGBC). En América está representada por los siguientes países: Brasil, Perú, Argentina, Colombia, Estados Unidos, Paraguay, México, República Dominicana, Costa Rica, Canadá. En el Ecuador está representada desde el 2009 generando desarrollo e implementación en construcciones sustentables dentro del país; estos conceptos van desde el consumo energético hasta la calidad de aire dentro de la construcción.

Misión

- Facilitar, promover y gestionar proyectos sustentables a nivel nacional.
- Crear una conciencia sobre el impacto medioambiental y climático que sufre nuestro país; aportando con capacitación y orientación a políticos, profesionales y estudiantes en nuevas técnicas sustentables, para el desarrollo urbano y arquitectónico de nuestro país.
- Mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Visión

Ser el ente regulador y principal promotor de la práctica de construcción sostenible a nivel nacional. Buscará asociarse con empresas que soporten y aporten estas tendencias y a su vez cambien internamente y sean ejemplo de desarrollo sustentable dentro de la sociedad.

Organigrama

La fundación Ecuador Green Building Council se maneja con un organigrama horizontal.



Políticas de la fundación Ecuador Green Building Council

- Adaptar o adoptar un sistema de evaluación de proyectos, que en el caso de Ecuador en LEED (leadership in Energy and environmental Design).
- Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.
- Desarrollo de programas educativos para los diferentes profesionales involucrados.
- Educar a la comunidad sobre el impacto medioambiental, como solucionar y que podemos hacer para detenerlo en un futuro.

- Buscar impacto en las decisiones del gobierno, y promover la investigación de proyectos, documentos, tecnologías y técnicas.
- Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.
- Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.
- Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas o edificaciones.
- Desarrollar estudios que permitan obtener propuestas sostenibles en Ecuador.
- Realización de charlas educativas para profesionales, estudiantes, interesados en construcciones sostenibles.

Organizaciones Sostenibles desarrolladas por la fundación Ecuador Green Building Council

A lo largo de 7 años la fundación Ecuador Green Building Council se posicionó como la organización más importante de la industria de la construcción sostenible, desarrollando y planificando políticas de construcción sostenible, tecnologías y estándares de diseño.

Uno de los principales objetivos es incentivar a la industria Ecuatoriana a que participe en proyectos de sostenibilidad dentro de su empresa. Franz Viegner miembro fundador del Ecuador Green Building Council, adopto como un principio dentro de su organización la iniciativa del “econsumo” basándose en las políticas LEED desarrolladas por la fundación Ecuador Green Building Council. ENNE Arquitectos es una organización la cual se dedica a la construcción de edificios basándose en las políticas y certificación LEED; buscando nuevas técnicas que sustenten el aprovechamiento de agua, energía y materiales. De igual forma se unen otros miembros fundadores como Trama, Sherwin Williams, Edesa, Romeral, Colcagraf, quienes dentro de sus planes medios ambientales utilizan el sistema LEED para porteger y conservar el medio ambiente.

Sistema LEED

Es una herramienta de evaluación y verificación de estrategias de sostenibilidad para edificaciones de más prestigio y utilización a nivel mundial. LEED evalúa los siguientes puntos.

Sitio sostenible: En esta categoría trata de temas como la conservación del ciclo hidrológico, protección del entorno o hábitat, acceso de los residentes a espacios de calidad al igual que involucra etapas en la construcción con el fin de minimizar residuos, vestimentos, calidad de aire al igual de un buen manejo sobre la erosión y ruido.

Eficiencia consumo de agua: Busca la reducción del consumo de agua potable y evitar desperdicios, por lo cual se proponen instalar sistemas de bajo consumo, así como también la utilización de aguas lluvias, y la minimización del uso de agua en exteriores.

Eficiencia consumo energético: Busca tener viviendas más eficientes al momento del consumo de energía e incentiva a los usuarios a adquirir equipos certificados en eficiencia de energía. Realizar modelaciones energéticas con el fin de analizar y determinar el impacto real de las medidas implementadas en el proyecto en consumo energético, confort y emisiones de gases con efecto invernadero. En el caso de no tener la posibilidad de hacer modelaciones energéticas el CASA recomienda algunas medias específicas para reducir el consumo de energía de acuerdo con el alcance del proyecto.

Materiales y recursos: Promueve la transformación de la industria de materiales hacia productos más sostenibles integralmente, con el fin de mejorar la eficiencia y la responsabilidad económica, social y ambiental en todo el ciclo de vida. De esta manera, se reconocerán los proyectos que avancen desde la generación de certificaciones de primera parte y reportes de responsabilidad corporativa, hasta certificaciones de tercera parte con análisis de ciclo de vida y mejoras ambientales y sociales en toda la cadena de custodia.

Calidad ambiental Interior: Esta categoría busca garantizar la calidad del aire en los espacios interiores y el confort de los usuarios, para la cual se establecen elementos mínimos de ventilación e iluminación. También se promueve que los proyectos implementen medidas para proteger los espacios interiores del ruido y generen espacios de calidad para la actividad física.

Diseño e innovación: Busca satisfacer necesidades del ser humano sin afectar el medio ambiente, recuperando un equilibrio con el medio ambiente para que puedan ser sostenibles.

Beneficios de una construcción sostenible:

- 10-20% incremento en el valor comercial de la propiedad.
- 10-30% Reducción de costos operativos.
- 24-50% Reducción consumo de agua.

CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN

Se entiende que la responsabilidad ambiental se basa en ejes fundamentales que involucra a la sociedad a crear conciencia, Ros y otros afirman que la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial “se enfrenta a nuevos retos en estos espacios con una filosofía 2.0, en los que la empresa puede interactuar con el usuario, generar una comunidad de marca, incrementar su notoriedad y reforzar su posicionamiento” (2011, pág. 1)

Es por esto que, se considera importante la difusión de las actividades de RSE de las empresas. También nos comentan que “a través de la Red obliga a la empresa, más que en otros escenarios, a transmitir un compromiso a largo plazo con los proyectos sociales, humanitarios y medioambientales con los que la compañía colabora” (2011, pág. 1).

Pérez plantea que la comunicación a dado “luces y sombras, problemas y oportunidades. El actual panorama digital es rico en oportunidades. Podría decirse que el mundo está en la palma de nuestra mano, que estamos a “un sólo click” de contenidos actualizados e interesantes” (2011, pág. 2-3).

La comunicación digital propone algo nuevo, fácil y entretenido en cuanto a información relevante, como también “podemos tener una audiencia mundial. A la vez, la cercanía de noticias, entretenimiento, y juegos, provoca distracciones y empuja a algunos públicos a la gratificación instantánea, con sus lógicas secuelas de adicción” (2011, pág. 2-3).

Rincoy, Feliz, & Sevillano plantean lo siguiente al respecto a las herramientas digitales de comunicación las cuales deben enfocarse “en el desarrollo de la tecnología, la cual nos permite emitir información en tiempo real, por medio de herramientas digitales haciendo de esta una experiencia única” debido a la gran aceptación que tienen el público” (2010. pág. 213).

Es recomendable acceder a estas herramientas debido a que las

organizaciones hoy en día buscan llegar a su público de interés Rincoy, Feliz, & Sevillano “es importante también mencionar que, el uso oportuno de herramientas virtuales constituye un principio de innovación al acceso al conocimiento y al desarrollo profesional a lo largo de la vida” (2010. pág, 213).

En la práctica estas herramientas nos ayudan no solo a informar, sino también a crear un ambiente en el que los colaboradores puedan desarrollar capacidades de comprensión cognitiva, evaluativa y reflexiva muy orientada a la acción crítica y de autonomía personal. Arévalo afirma que “las herramientas digitales nos permiten paulatina colaboración en los sistemas colaborativos y de personalización de contenidos” (2013, pág. 73) haciendo que la difusión de contenidos sea mucho más atractiva, llamativa y sobre todo coherente en donde se vea una retroalimentación constante por parte de nuestro público de interés.

El planteamiento sobre ejes de comunicación para la difusión de políticas de responsabilidad social puede ir acompañado, de imágenes, videos, instructivos digitales interactivos en los cuales nosotros podamos entender la responsabilidad social de una manera muy dinámica, interactiva y que todo esto facilite la comunicación.

Nafría dice lo siguiente la “Web 2.0 y su aporte en difundir comunicación hacia sus públicos de interés no sólo leen, también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten, es decir, participan activamente” (2007, pág. 9).

Si bien es cierto las herramientas digitales nos permiten difundir lo que más le convenga a la institución, para ellos se escogerá las herramientas que más podamos sacar provecho para dicha difusión. Muchas empresas quieren ser de alguna manera responsable no solo con el ambiente sino también con su entorno social. La mejor manera de comunicar es en base a la práctica y experiencia que se tenga es mediante comunicación digital, saber que eje de comunicación puede ser el más adecuado.

Castells, Plantea que “La comunicación digital global, conseguida gracias a herramientas como Internet o Wi-fi, representa el núcleo del sistema de comunicación global” (2009, pág. 560). En la actualidad existen millones de usuarios por lo que es importante mencionar que en el “mundo usan Internet y miles de millones se encuentran conectados gracias a éste y a las comunicaciones inalámbricas. Si a esto le añadimos el desarrollo de la Web 2.0, el despliegue de esta capacidad de comunicación llegaría a ser total” (Castells , 2009, pág. 560).

Dentro de la responsabilidad social podemos mencionar a Córdoba, dice que es la “organización como una fuente implícita de información dentro de la cual existe acciones, practicas expuestas por la misma en donde hacen reflexión constante sobre la responsabilidad social empresarial” (2011, pág. 138). Sabiendo esto, podemos decir el papel fundamental de la responsabilidad social en las empresas y aún mejor comunicar sus políticas y acciones a sus grupos de interés.

Además podemos acogernos a la ley, como ejemplo para tomar decisiones sobre políticas medioambientales. Acuerdo N° 34 Ministerio del Ambiente está en concordancia con lo mencionado en el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador en la cual menciona que el reconocer el derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice el buen vivir, Suma Kawsay “se declara de interés público la preservación del ambiente, conservación de ecosistemas, la biodiversidad, la integridad del patrimonio genético del país” (2010, pág. 1).

La fundación Ecuador Green Building Council cuenta con políticas de responsabilidad ambiental en arquitectura sostenible y manejo medioambiental en lugares cerrados, la difusión de estas políticas por medio de comunicación digital es nulo. Por lo antes expuesto con esta investigación quiero dar a conocer a las organizaciones sostenibles desarrolladas por la Fundación Ecuador Green Building Council la importancia de la comunicación digital para la difusión de políticas de responsabilidad ambiental.

Por lo tanto, la presente investigación busca responder la siguiente pregunta: mediante comunicación digital ¿Cómo se deben difundir las políticas de Responsabilidad Ambiental en organismos sostenibles desarrollados por la fundación Ecuador Green Building Council?

Para la presente investigación, se utilizará un enfoque metodológico debido a la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos los cuales responden al planteamiento del problema. De ésta manera se puede tener una visión clara de la investigación. Para realizar investigación se debe tener en claro el enfoque cualitativo. Este enfoque nos permite realizar preguntas, previamente planteadas a la obtención de datos; mientras que el enfoque cualitativo no requiere datos numéricos, llegando a ser una investigación de interpretación. (Garcés, 2000).

Tabla 1

Datos Cualitativos y cuantitativos, cantidad, población y muestreo.

Población	Cantidad	Cuantitativo	Cualitativo	Técnica de investigación	Muestreo
Población 1	80 personas	80		Encuesta	censo
Población 2	2 personas		2	Entrevista	No probabilístico por juicio
Población 3	18 personas	18	5	Encuesta/ entrevista	Censo / No probabilístico por juicio
Población 4	5 personas		5	Entrevista	No probabilístico por juicio
Población 5	5 personas		5	Entrevista	No probabilístico por juicio
Total		98	17		

Tabla 2

Datos Cualitativos y cuantitativos, cantidad, población y muestreo.

Población	Cantidad	Cuantitativo	Cualitativo	Técnica de Investigación	Muestreo
Población 1	100	100		Encuesta	censo
Total		100			

El enfoque multidimensional de investigación nos permite extrapolar puntos clave para realizar la triangulación de la información así como también nos permite obtener conclusiones. Para ello se utilizó distintos métodos de investigación, tanto cualitativos como entrevistas y fichas de observación, así como también investigación cuantitativa (encuestas), aplicado a las diferentes poblaciones junto con un marco conceptual respaldado por documentos escritos y no escritos de autores entendidos.

2.1 Presentación de resultados por técnica de investigación

La investigación es una parte en donde podemos obtener información clave con respecto a nuestro tema, además de esto el aporte que recibimos al usar la técnica de investigación por observación ayuda a complementar la parte que no se encuentra en entrevistas o encuestas, adicionalmente podemos rescatar las variables de nuestra investigación como lo son la responsabilidad ambiental, arquitectura sostenible, organismo sostenible, desarrollo urbano, cuidado del medio ambiente, impacto medioambiental, estas variables aclaran el panorama de la investigación.

Tabla 3*Expertos en Responsabilidad ambiental*

Nombre	Raúl Vargas	Mario Villegas	Jorge Lagos	José Egas
Cargo	Analista Ambiental	Asistente de gestión ambiental	Coordinador de recursos renovables de Ministerio del ambiente	Analista de planificación ambiental
Fecha	13-01-16	14-01-16	13-01-16	10-01-16
Lugar	Ministerio Del Ambiente	Ministerio Del Ambiente	Ministerio Del Ambiente	Ministerio del Ambiente
Duración	12 minutos	10 minutos	11 minutos	10 minutos

Parte de los expertos en el Ministerio del medio ambiente expresan el gran cambio que esta generando el ministerio del medio ambiente, sobre todo conciencia de las personas brindando nuevos planes y herramientas para que el ciudadano pueda entender de mejor manera el impacto ambiental. Con respecto a la utilización de sistema LEED o conocimiento de organizaciones sostenibles dentro del país se conoce muy poco, debido a la poca información que existe.

El objetivo que tiene el ministerio es tratar de erradicar o reducir la contaminación mediante educación para la población ecuatoriana. El crecimiento sobre organizaciones sostenibles es poca en comparación con Colombia, un claro ejemplo es la clasificación de desechos en lugares públicos, no es tomada en cuenta por la gente, y no existen políticas ni sanciones para quienes lo incumplan. La sostenibilidad brinda un espacio para que el ser humano pueda tener un enfoque diferente en un ambiente en el cual se sostiene por sí solo, por ejemplo en nuestros hogares aprovechar sus espacio verdes para crear un pequeño cultivo, o ahorrar agua e incluso recolectar agua de lluvia para su utilización dentro de la casa ya lo vuelve un espacio sostenible.

Algunos proyectos de sostenibilidad en Ecuador están empezando a ser explotados, existe un incremento en arquitectura sostenible, ingeniería sostenible. Ecuador necesita de más organizaciones sostenibles tanto en el sector público o privado el cual nos permita fomentar este nuevo campo laboral incentivando la cultura sostenible. Los medios que se manejan son intranet, redes sociales, internet.

Sin duda, la mayor herramienta que tiene la comunicación son las redes sociales y el internet debido a que la radio, la televisión está quedando en el pasado. La Responsabilidad Ambiental aquí en Ecuador se está viendo desde la reformulación de la constitución, vemos un cambio positivo en las empresas hacia lo sostenible. Si tenemos las herramientas necesarias como los medios de comunicación se podrán concientizar de mejor manera a las personas y organizaciones.

La responsabilidad ambiental tiene alcance desde el ciudadano hasta la empresa, industria, negocio, o incluso una pyme, en donde puedan colaborar con el ambiente y a la vez pueda enseñar y brindar un mensaje positivo a los ciudadanos. El giro de negocio en las nuevas empresas sin duda va encaminado a la reducción de materiales que tenga un impacto negativo al ambiente, enfocándonos en la matriz productiva del futuro, el impacto que tiene la Responsabilidad Ambiental en el Ecuador es bajo debido a varios factores: educación, comunicación, y sentido de pertenecía, en el país se está empezando a realizar proyectos sobre sostenibilidad; tenemos proyectos sobre arquitectura sostenible que busca mejorar el impacto ambiental desde su estructura.

La sostenibilidad es crear un ambiente que puede subsistir por sí solo. La arquitectura sostenible se enfoca en brindar un ambiente en donde se pueda respirar un mejor aire, debido a sus paredes verdes o jardines verticales, ahorro de agua, luz y buscar fuentes de energía como paneles solares para calentar agua, recolectar el agua de lluvia, etc. Ecuador está en búsqueda de organismos sostenibles no solo en la ciudad sino también en lugares donde el impacto ambiental es muy notorio.

Tabla 4

Directivos de la fundación Ecuador Green Building Council.

Nombre	Caridad Pastor	Fabricio Larrea	Antonio Naranjo
Cargo	Coordinadora General	Presidente	Vicepresidente
Fecha	11-1-2016	11-1-2016	11-1-2016
Lugar	EGBC	EGBC	EGCB
Duración	15 minutos	10 minutos	9 minutos

La Fundación Ecuador Green Building Council promovemos la construcción sostenible basada en las certificaciones LEED, este último año entramos en un alto impacto pudiendo generar más convenios en el sector público - privado y en la academia, uno de los objetivos que tiene la fundación es promover la construcción sostenible, la concientización a las personas sobre la construcción sostenible en el país, y tratar de que la ciudadanía entienda sobre las certificaciones LEED.

Responsabilidad ambiental basados desde el punto de vista de la fundación, nosotros manejamos tres ejes: el sector público, el privado y la academia. Con cada una de estas se enfoca diferente a la responsabilidad ambiental, por ejemplo el público genera políticas o leyes que apoyen a la sociedad a construir sosteniblemente. La responsabilidad ambiental busca verificar y sustituir productos, materiales, insumos que contaminen al medio ambiente.

En la academia es diferente ya que muchos jóvenes tienen una visión mucho más verde, llegan concientizados a que las construcciones tienen que aportar al ambiente. Las políticas deben ser tratadas y rediseñadas; las redes sociales, páginas web complementadas con revista digital. Sin duda la información sobre responsabilidad ambiental, políticas y sostenibilidad es muy baja; pero agradecería ver información en TV, redes sociales, Internet incluso o una aplicación para celular. La información es muy importante y no puede ser manipulada debemos hablar con la verdad del impacto ambiental ecuatoriano.

Los reportajes tienen un gran impacto, las noticias y la difusión de políticas. Si empresas difundieran responsabilidad ambiental creo que todas las personas serían más conscientes de lo que están haciendo, sería un gran aporte.

El futuro del Ecuador está en manos de las nuevas generaciones si no educamos correctamente sobre los problemas medio ambientales tendremos devastaciones en poco tiempo, podemos optar por dos caminos concientizar o dejarnos llevar por el consumo mundial adicionalmente el cambio en el país será notorio tendremos más edificaciones sostenibles, leyes y políticas que aporten al ambiente y se verá un incremento en carreras universitarias que hable sobre sostenibilidad, arquitectura y buen manejo de recursos.

Tabla 5

Personal De La Fundación Ecuador Green Building Council.

Nombre	Andrés Altamirano	Daniel Carvajal	Maria Jose Almeida
Cargo	Voluntario	Voluntario	Administración
Fecha	8-01-2016	8-01-2016	8-01-2016
Lugar	EGBC	EGBC	EGCB
Duración	8 minutos	10 minutos	12 minutos

La fundación otorga certificados a construcciones que son sostenibles, los cuales manejan las tres R (reducir, reciclar y reutilizar) tratando de incentivar a los constructores para que sus edificios busquen la sostenibilidad mediante la certificación LEED. La responsabilidad ambiental tiende hacer un estilo de vida, algo que va formando ciudadanos responsables, que puedan influir a otros para la preservación del ambiente.

En los últimos años, veo que muchas personas están más conscientes con el ambiente. En la fundación manejamos intranet, email, página web, internet, redes sociales. Las políticas de responsabilidad ambiental se deben manejar en internet y reforzarse en redes sociales. Nos gustaría ver información actual en medios digitales; más información sobre sostenibilidad, proyectos que en el futuro le harán un favor al ambiente. El futuro del país está en el ambiente aun así con los préstamos y concesiones que el gobierno otorgó para la

explotación minera es muy fácil seguir viendo desastres naturales si no se aprueban leyes de control.

Tabla 6

Miembros Fundadores De Ecuador Green Building Council.

Nombre	Carlos Proaño	Andrés Morales	Ximena Gonzales
Cargo	Miembro fundador del EGBC	Miembro fundador del EGBC	Miembro fundador del EGBC
Fecha	8-01-2016	12-1-2016	14-1-2016
Lugar	Franz Viegener	Aclimatic	ENNE Arquitectos
Duración	10 minutos	10 minutos	10 minutos

La fundación viene trabajando desde hace varios años sobre construcción sostenible y apoyando a firmas constructoras. La fundación quiere ser la que más implicada este sobre construcciones sostenibles y certificaciones a nivel nacional. Aportando en ámbitos socioeconómicos y académicos debido a las charlas que damos.

Ecuador está viviendo una ola de cambio en su matriz productiva por ese lado podemos ver que el ambiente le importa también al gobierno; pero no solo eso debe importarle también debe acercarse al sector privado para hacer alianzas estratégicas que brinden apoyo a nuevos proyectos y a la comunidad. La fundación quiere que Ecuador crezca en un ambiente responsable y sostenible, buscando el respeto por el medio ambiente.

La responsabilidad ambiental fomenta el buen manejo de recursos y la buena utilización de métodos sostenibles. El desarrollo sobre responsabilidad ambiental en el Ecuador es muy lamentable las personas no quieren saber sobre preservación del ambiente. Manejo redes sociales, intranet y página web.

Es importante ver en estos medios que mencione más información acerca de responsabilidad ambiental noticias, reportajes y entrevistas, si se difunde información sobre responsabilidad ambiental creo que se descubriría el impacto

que está generando el consumismo se sabrían muchas verdades sobre la contaminación y sus efectos secundarios. Si las empresas pueden difundir de manera correcta y esta genere retroalimentación en la población se lograra algo que ni siquiera el gobierno ha podido hacer durante años, que es educar con conciencia a las personas, la población al recibir dicha información va a tomar conciencia evitando ser más consumistas y ser personas más verdes.

El futuro de la responsabilidad ambiental en el país está en manos del gobierno, ellos son los que realizan políticas, normas y resoluciones para proteger al medio ambiente.

Tabla 7

Aliados de la Fundación Ecuador Green Building Council.

Nombre	Ana Herrera	Jorge Sevilla	Sol Miranda
Cargo	Coordinadora Area Verde Edesa	Gerente de BR Magazine	Analista de Padko S.A
Fecha	15-01-2016	18-1-2016	08-01-2016
Lugar	Edesa	BR Magazine Quito	Padko S.A Quito
Duración	10 minutos	10 minutos	8 minutos

La responsabilidad ambiental se enfoca en preservar el medio ambiente y que sus alrededores, para Ecuador y para Edesa la responsabilidad ambiental es un tema que ha causado mucho interés es por eso que nos vemos obligados a mantener una línea verde para reducir el impacto ambiental.

Es importante mencionar que la Responsabilidad Ambiental es la unión entre el ser humano y la preocupación por cuidar el medio ambiente; A esto se le puede añadir que las empresas también están interesadas en este tema. Impacto en Ecuador y me refiero a Quito es muy alentador, debido a que organismos, empresas e industrias trata de brindar un respaldo socialmente amigable con el ambiente.

Dentro de las organizaciones se manejan canales de comunicación como Intranet, mail, internet, cartelera digital. La mejor manera de difundir es por revistas digitales, redes sociales, y el internet. Se está incentivando a más organismos para que difunda información en sus fan page, páginas web y mailing. Noticias y reportajes es lo que más les gusta a nuestros lectores; veríamos más difusión de información y más ejemplos sobre como cuida al planeta. Hablando desde el idioma de un arquitecto.

Si empresas grandes y que tienen una trayectoria en responsabilidad ambiental podrán generar impacto. Creo en el cambio de las personas, pero más debería ser una obligación que la gente le preste atención a estas políticas. El Ecuador se ve obligado a crear tendencias sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental en futuro será una regla ser sostenible en todo aspecto desde la arquitectura hasta la ganadería.

Por otro lado si se utilizan bien las redes sociales podrían transformar la ideología ecuatoriana con respecto al medio ambiente. Es una buena propuesta ver más información en estos medios porque hoy en día todos tenemos celular con internet y todos tenemos acceso a las redes sociales, la información que debe estar en los medios digitales son reportajes, entrevistas, noticias, políticas.

El impacto que tendría la difusión de políticas podría ayudar no solo a la ciudadanía sino a empresas que están comenzando y que pueden tener como opción ser responsables con el ambiente. El futuro es una tendencia mundial y por qué no estar a la moda las edificaciones cambiar las personas tendrán a ser más responsables y el gobierno apoyara sin duda a nuevos proyectos sostenibles.

2.2 Diagnóstico de la eficacia de la comunicación digital en organizaciones desarrolladas por la Fundación Ecuador Green Building Council.

Tabla 8

Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
Franz Viegener	a) Sistema LEED b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	a) -Reuniones -Capacitaciones -Charlas -Internet -Talleres
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	b) -Reuniones -Charlas -Intranet -Internet
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	c) -Intranet -Talleres -Charlas -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	d) -Internet -Reuniones -Internet
		e) -Charlas -Reuniones

Tabla 9

Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
Edesa	a) Sistema LEED	a) -Reuniones -Capacitaciones
	b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	b) -Reuniones -Intranet
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	c) -Intranet -Charlas -Internet
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	d) -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	e) -Charlas -Reuniones

Tabla 10*Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.*

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
Aclimatic	a) Sistema LEED	a) -Reuniones -Capacitaciones -Charlas -Internet
	b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	b) -Reuniones -Charlas
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	c) -Talleres
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	d) -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	e) -Charlas -Reuniones

Tabla 11

Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
ENNE Arquitectos	a) Sistema LEED	a) -Reuniones -Capacitaciones -Charlas -Internet -Talleres
	b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	b) -Reuniones -Charlas -Intranet -Internet
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	c) -Intranet -Talleres -Charlas -Internet
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	d) -Internet -Reuniones -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	e) -Charlas -Reuniones

Tabla 12

Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
PADKO	a) Sistema LEED	a) -Reuniones -Capacitaciones -Charlas -Internet -Talleres
	b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	b) -Reuniones -Charlas -Intranet -Internet
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	c) -Intranet -Talleres -Charlas -Internet
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	d) -Internet -Reuniones -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	e) -Charlas -Reuniones -Intranet -Internet -Capacitaciones

Tabla 13

Diagnóstico de la eficacia de comunicación digital.

Organizaciones sostenibles desarrolladas por EGBC	Políticas de Responsabilidad Ambiental	Sistema de Comunicación Aplicados Actualmente
BR Magazine	a) Sistema LEED	a) -Reuniones -Capacitaciones -Charlas -Internet -Talleres
	b) Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad.	b) -Reuniones -Charlas -Intranet -Internet
	c) Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles.	c) -Intranet -Talleres -Charlas -Internet
	d) Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.	d) -Internet -Reuniones -Internet
	e) Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas.	e) -Charlas -Reuniones -Capcitaciones

2.3 Análisis Global de resultados

En la presente investigación los resultados que se obtuvo por medio de encuesta se lograron llegar a tener un alcance masculino, femenino y otro, obteniendo datos importantes para llegar al objetivo de la investigación.

El mayor número de participación en esta encuesta tenemos a personas con edad de 18 a 25 años, lo cual nos da a entender que son las personas a las cuales se puede llegar a través de información por canales digitales, en un segundo lugar tenemos la presencia de personas con edad de 26 a 30 y de 31 a 35 años.

De igual forma, podemos utilizar este rango de edades para la utilización de canales digitales para la difusión de políticas de responsabilidad ambiental. El mayor porcentaje de personas sabe y puede definir a la comunicación digital, esto se debe a la gran acogida que tenemos hoy en día al acceso de información digital, por ejemplo: bibliotecas virtuales, acceso a blogs , foros de expertos, videos, redes sociales, charlas, investigaciones; que aportan mucho a que la sociedad esté informada y actualizada en temas de interés.

Hoy en día las TIC's, aportan a que la sociedad se informe de manera instantánea, llegando a traspasar barreras y obtener noticias e información en tiempo real, con herramientas como: el celular, el internet, redes sociales se busca que las personas permanezcan bien informadas y que la utilización de estas sea para la educación y formación de personas con una visión mucho más responsable con el ambiente.

La utilización de medios de comunicación digital; afirma que las personas están conectadas en todo momento y que se puede aprovechar el internet y las redes sociales como herramientas para la difusión de información valiosa tanto para la sociedad como para empresas públicas o privadas que estén ligadas a los objetivos de la fundación Ecuador Green Building Council. De esta manera estaremos cubriendo uno de los objetivos, al tratar en la investigación en base

a los canales de comunicación digital más utilizados por las personas encuestadas.

La mayoría de personas conoce el término de responsabilidad ambiental y se puede decir que la información enviada por canales digitales tenga retroalimentación, de esta manera se pueda llegar a educar a las personas sobre responsabilidad ambiental, políticas y temas que ayuden a la sociedad a conocer a fondo, cómo la responsabilidad ambiental puede ayudar al país y al planeta.

Los medios digitales son herramientas de información, por ellas circulan miles de datos importantes para la sociedad, pero también existe información no calificada y no verificada por fuentes fiables que garantizan que esa información sea verdadera; aquí caemos en la manipulación de la información digital. Un ejemplo válido es el acceso a internet en donde tenemos acceso a mucha información verídica y no verídica, es por eso que la sociedad debe entender y manejar de manera correcta los medios digitales.

Ecuador realiza prácticas de responsabilidad ambiental pero no se acerca ni se asemeja a las acciones de países vecinos como Colombia o Perú. Las acciones tomadas por el país están por buen camino un ejemplo es el Suma kawsay o buen vivir, lo alinea con la responsabilidad ambiental debido a que es uno de sus objetivos, está en la preservación del ambiente y acciones que lo respalda.

Por otro lado, tenemos el aporte en el sector privado el cual es poco conocido pero con un alcance mucho más efectivo que el del gobierno. Las empresas comunican sus acciones en sus portales digitales, pero lo hacen de tal manera que el lector muestra desinterés al leer por varias circunstancias: las personas hoy en día no les gusta leer mucho texto, la interacción en el ámbito digital debe ser rápido y dinámico, con poco texto.

¿De qué manera puedo yo llegar a informar mejor y que las personas hablen de mí? Realizando un excelente plan de comunicación que exija un equipo

especializado para que la información sea lo más breve posible y pueda tener un excelente alcance comunicacional y reacción al lector. La propuesta de difusión por internet es válida logrando optar por estrategias que busquen educar e informar de manera correcta al lector, los beneficios son muy notables debido a la rapidez de la información, acceso a ella, y alcance masivo que tiene para llegar al público objetivo, además de ser barata en comparación a la TV o a la radio es una de las mejores opciones al momento de informar o difundir.

La sociedad ecuatoriana está más informada por medio de canales digitales que por canales tradicionales, esto se debe a las nuevas tecnologías, a una visión mucho más digita. La sociedad ecuatoriana busca estar informada por distintos medios, el hablar sobre políticas de responsabilidad ambiental nos deja claro que los medios de comunicación están realizando su trabajo y está siendo efectivos, la búsqueda por mejorar dichos medios en el siglo XXI tiene tendencia a la exploración de información en canales digitales, el aprovechar que la gente sabe sobre políticas o ha escuchado hablar sobre ellas nos da un punto de partida para lograr el objetivo planteado en esta investigación.

El internet junto con las redes sociales marcan la diferencia y por lo tanto siempre van hacer la mejor opción para comunicar; la televisión tiene un gran alcance pero no se puede pasar información en tiempo real a cada momento lo cual es una dificultad debido a que la información de mayor impacto que no se encuentra en la TV debido al tiempo que toma manejar la información; mientras que en internet y redes sociales están en todo momento y a toda hora.

Si vemos esta oportunidad en que las personas están de acuerdo en optar por la comunicación digital para informarse debemos aprovecharla y difundir información enriquecedora para el público a tratar; llegando hacer agentes de cambio, de esta manera y con las estrategias indicadas favorecemos a lector. Se muestra un interés sobre la sostenibilidad pero hasta qué punto las personas saben sobre sostenibilidad, incluso se podría decir si la gente lo practica o lo difunde, que no solo quede en concepto si no desarrollar un plan para que la gente pueda optar por la sostenibilidad como un nuevo estilo de

vida, de tal manera que aporte al ambiente y a su entorno. El organismo sostenible se entiende como un lugar, un espacio en donde se pueda trabajar, vivir o visitar por el bienestar sostenible utilizando variables ambientales que aporten al desarrollo de la comunidad, este concepto se puede aprovechar de manera eficaz en el plan de comunicación.

¿Qué pasa cuando se habla en términos técnicos ante una sociedad bien informada? La respuesta es evidente y da a conocer sobre la necesidad de comunicar en torno a estos temas el interés es evidente para el lector, dentro de las políticas sobre responsabilidad ambiental existen acuerdos y términos sobre arquitectura sostenible que se deben informar a la sociedad.

Optar por estos temas para informar son un aporte a la sociedad, el buscar políticas que vayan con estos temas ayudarán a la investigación a sustentarse de una mejor manera. Se vuelve a repetir el interés por recibir información en redes sociales es tanto el impacto y el interés que tienen las personas por aprender por estas plataformas que se podría estudiar y aprender por medio de ellas y ya no recibir clases o información de manera formal en un aula. El aporte de las redes sociales a esta investigación nos da un pilar fundamental para incidir en las personas por aprender sobre políticas de responsabilidad ambiental y que éstas sean un portavoz del ambiente.

CAPÍTULO III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 Conclusiones

A continuación se hablara sobre las conclusiones del presente proyecto, basada en la investigación realizada. En estas conclusiones se presentara información específica y relevante en orden lógico de la matriz, una de las herramientas guía del proyecto (Anexo #1)

Como primera conclusión se puede establecer la falta de compromiso y protagonismo de parte de las instituciones públicas con respecto a la difusión de información sobre responsabilidad ambiental por medio de canales digitales.

Después de haber revisado que canales de comunicación utiliza la Fundación Ecuador Green Building Council se determina que cuenta con medios de comunicación tanto digitales como tradiciones pero que están siendo mal utilizados debido a que no difunden información valiosa y necesaria. Por este motivo, se buscara desarrollar las mejores estrategias comunicacionales para cumplir de manera eficiente y llenar esos vacíos, orientándolos con una propuesta de mayor utilización de canales digitales para la difusión de políticas. Llegando a ser no utilizados de manera correcta y no siendo aprovechados.

Por otro lado, los entrevistados sugieren que la comunicación digital hoy en día es una herramienta de comunicación masiva y eficaz, de tal manera que sugieren que le atraería mucho ver mayor información acerca de políticas de responsabilidad ambiental por estos medios.

Según los datos obtenidos mediante encuesta se puede determinar un gran desconocimiento en temas ambientales, pero comparten la idea sobre la difusión y par esencia de políticas de responsabilidad ambiental en medios digitales y que les gustaría educarse por estos medios.

3.2 Recomendaciones

Las presentes recomendaciones se basan y fundamentan por medio de los resultados obtenidos mediante técnicas e instrumentos Aplicados en La Fundación Ecuador Green Building Council, fundadores, aliados a la fundación, expertos, voluntarios y sociedad. Es importante elaborar un plan de comunicación con el fin de aprovechar el recurso de la fundación. De manera que pueda generar un beneficio mediante canales digitales.

Es de importancia saber que canales se van a utilizar para que el equipo encardo pueda elaborar un plan de difusión de información relevante. Junto con esto se debe aprovechar las alianzas público y privado para enfatizar y concluir con un plan para la difusión de políticas de responsabilidad ambiental.

CAPITULO IV PROPUESTA COMUNICACIONAL

A continuación se presenta la propuesta comunicacional teniendo como principal objetivo la difusión de políticas de responsabilidad ambiental mediante la utilización de comunicación digital

4.1 Propuesta de comunicación

4.1.1 Objetivo General

Fortalecer la comunicación digital de la fundación Ecuador Green Building Council a través de la difusión de las políticas de Responsabilidad Ambiental para promover su posicionamiento dentro de su público objetivo.

4.1.2 Objetivos específicos

1. Reestructurar la comunicación digital de la Fundación Ecuador Green Building Council.
2. Difundir las políticas de responsabilidad ambiental en las organizaciones desarrolladas por la Fundación Ecuador Green Building Council
3. Incentivar la participación de las organizaciones en las políticas de responsabilidad ambiental emprendidas por la Fundación Ecuador Green Building Council.

5. PLAN DE COMUNICACIÓN

Tabla 14

Matriz Estratégica

Matriz Estratégica			
Objetivo general	Objetivo Específicos	Públicos	Estrategias
Fortalecer la comunicación digital de la fundación Ecuador Green Building Council a través de la difusión de las políticas de Responsabilidad Ambiental para promover su posicionamiento dentro de su público objetivo.	1. Reestructurar la comunicación digital de la Fundación Ecuador Green Building Council.	Departamento de Comunicación	1.1 Implementar lineamientos de gestión 2.0 para la comunicación de las acciones de responsabilidad ambiental de la fundación. 1.2 Renovar las herramientas de comunicación digital de la fundación.
	2. Difundir las políticas de responsabilidad ambiental en las organizaciones desarrolladas por la Fundación Ecuador Green Building Council	Organizaciones Desarrolladas por las Fundacion Ecuador Green Building Council	2.1 Desarrollar diferentes actividades hacia el público objetivo para dar a conocer las políticas ambientales de la fundación.
	3. Incentivar la participación de las organizaciones en las políticas de responsabilidad ambiental emprendidas por la Fundación Ecuador Green Building Council.	Organizaciones Desarrolladas por las Fundacion Ecuador Green Building Council	3.1 Impulsar los espacios de participación entre la fundación Ecuador Green Building Council y las organizaciones desarrolladas por la Fundación

Tabla 15

Matriz de acciones

MATRIZ DE ACCIONES		
ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLE
1.1 Implementar lineamientos y protocolos de gestión 2,0 para la comunicación de las acciones de responsabilidad ambiental de la fundación.	<p>1.1.1. Definir ejes comunicacionales en base a las políticas ambientales establecidas en la empresa.- Se determinará un eje de comunicación general de acuerdo a los programas de Responsabilidad Ambiental de la fundación Ecuador Green Building Council.</p>	Departamento de Comunicación
	<p>1.1.2. Establecer un eje comunicacional en base a cada una de las políticas ambientales que tenga la fundación.- Se crearán mensajes concretos donde se informará al público objetivo, a través de pastillas comunicacionales, cada una de las políticas ambientales de la organización.</p>	
	<p>1.1.3. Crear un manual de comunicación, donde se establezcan protocolos de gestión 2,0 para las acciones de Responsabilidad Ambiental de la empresa.-</p> <p>*En este manual se explicará la gestión de comunicación de las políticas ambientales de la empresa. Dentro del mismo, se deberán incluir los ejes comunicacionales antes mencionados. Se deberá detallar dentro del manual: usos de logotipos, mensajes comunicacionales, herramientas, canales, entre otros.</p> <p>*Se explicará dentro del manual cómo dirigir los contenidos con los lineamientos de comunicación. Además, de definir pautas específicas de la comunicación dirigida hacia, redes sociales, blogs.</p>	
	<p>1.1.4. Capacitación sobre el uso del manuales de herramientas de comunicación.- A través de charlas técnicas se capacitará a los responsables de comunicación de la fundación y de las empresas vinculadas a la misma.</p>	

<p style="text-align: center;">1.2 Renovar las herramientas de comunicación digital de la fundación</p>	<p>1.2.1. Reestructurar los contenidos de la página web en función a los lineamientos de comunicación establecidos.-</p> <p>Se definirá un nuevo diseño para la página web de la fundación tomando en cuenta algunas falencias que posee como la poca información.</p> <p>1.2.2. Comunicación en Redes Sociales Facebook:</p> <p>*Se contará pauta e Facebook por un año con la finalidad de dar a conocer a la fundación y a las organizaciones que la conforman</p> <p>*Se creará un calendario para publicaciones en donde se organizará la información a publicarse de acuerdo a la política ambiental que se desee dar a conocer</p>	<p style="text-align: center;">Departamento de Comunicación, Diseñador Gráficos y Agencia de medios</p>
--	---	--

	<p>*Se implementará un política de respuesta inmediata para cada red social en donde los usuarios podrán conocer más de la organización a través de mensajes y publicaciones que generen interacción con los seguidores de la red social.</p> <p>*Se realizarán un mínimo de 10 publicaciones a la semana (2 o más por día)</p> <p>*Utilizar indicadores de medición como hashtag o contadores virtuales.</p> <p>Twitter:</p> <p>*Publicar pastillas comunicaciones apegadas hacia los nuevos lineamientos de comunicación de cada una de las políticas ambientales de la fundación. Las mismas no deben tener una extensión de más de 140 caracteres.</p> <p>*Los contenidos publicados en esta red social, deberán ser los mismos que fueron</p>	
--	---	--

	<p>compartidos en otras redes sociales (Los contenidos serán simplificados, debido al formato de la plataforma de comunicación)</p> <p>*Se realizarán un mínimo de 10 publicaciones a la semana (2 o más por día)</p> <p>Instagram:</p> <p>*Se creará una cuenta oficial de la fundación. Se contratará pauta por un año con la finalidad de dar a conocer a la fundación y a las organizaciones que la conforman a través de videos de un máximo de 30 segundos o fotografías sobre las políticas de responsabilidad ambiental</p> <p>*Se realizarán un mínimo de 10 publicaciones a la semana (2 o más por día)</p> <p>*Se deberá unificar los mensajes de Facebook y twitter en esta red social</p>	
--	---	--

	<p>1.2.3. Crear un blog informativo.- Se elaborará un plan con temas de interés semanal para cada publicación dentro del blog.</p> <p>El mismo se dará a conocer en todas las redes sociales de la fundación</p> <p>1.2.4 Colocación de banners en sitios de alto tráfico.-</p> <p>Se realizará un análisis de los dos sitios con más tráfico a nivel nacional y se pautará la publicación de banners que redirijan a las personas a la página web de la fundación.</p>	
--	---	--

<p>2.1 Desarrollar diferentes actividades hacia el público objetivo para dar a conocer las políticas ambientales de la empresa.</p>	<p>2.1.1 Crear una campaña digital de Email Marketing</p> <p>*Se desarrollará esta campaña con el objetivo de posicionar a la fundación y que, a través de la misma, se pueda aumentar seguidores, ventas, entre otros.</p> <p>*Se creará un equipo para analizar el principales empresas, publico y privadas para la campaña.</p> <p>*Elaboración de un email general con información de relevancia de la empresa en forma de noticias, ofertas banners, reviews, fotos, videos, testimoniales, entre otros que generen interés del publico objetivo</p> <p>*De acuerdo al interés y relevancia del contenido es recomendable enviar información una vez a la semana o una vez al mes</p> <p>*Se creara un plan de envió, a través de un calendario, que detalle los momentos más importantes en campañas de marketing, el envió, elaboración de informes. Capacitación constante de suscriptores, entre otras.</p>	<p>Departamento de Comunicación, Diseñador Gráficos y Agencia de medios</p>
--	---	---

<p>2.1 Desarrollar diferentes actividades hacia el público objetivo para dar a conocer las políticas ambientales de la empresa.</p>	<p>2.1.1 Crear una Campaña de Call To Action.</p> <p>*Se desarrollará esta campaña con el objetivo de posicionar a la fundación y que, a través de la misma, se pueda obtener una respuesta del usuario.</p> <p>*Se creará un equipo para analizar el principales empresas, publico y privadas para la campaña.</p> <p>*Elaboración de espacios de call to action en páginas web de la fundación y empresas aliadas, redes sociales, páginas web destacadas de medios de comunicación, centros comerciales, universidades entre otros.</p> <p>*Se crearán botones dinámicos en donde el usuario se sienta atraído. Se le dará una forma y color alineados a la fundación.</p> <p>*Se elaborara un informe con resultados de la campaña</p>	<p>Departamento de Comunicación, Diseñador Gráficos y Agencia de medios</p>
--	---	---

<p>3.1 Impulsar espacios de participación entre la fundación Ecuador Green Building Council y las Organizaciones desarrolladas por la fundación</p>	<p>3.1.1 Organizar el Concurso 'Ecuador sí es Sustentable' en Facebook dirigido hacia los seguidores de la red social</p> <p>*Organizar un concurso de 1 mes entre los seguidores de Facebook, el cual consista en publicar un video de 3 a 5 minutos sobre ideas de acciones sustentables que las empresas puedan aplicar dentro de sus procesos</p> <p>*Los videos serán publicados en el Facebook de la fundación. Invitando a los seguidores a votar por la mejor idea de sostenibilidad</p> <p>.</p> <p>*Para el concurso se utilizarán los ejes de comunicación establecidos y hashtags creados para el mismo</p> <p>*El concurso se dará a conocer por todos los canales de comunicación de la fundación como páginas web, redes sociales, banners, blogs, mailing, entre otros.</p>	<p>Departamento de Comunicación, Diseñador Gráficos y Agencia de medios</p>
--	--	---

	<p>*Al finalizar el concurso se publicará el nombre de la persona ganadora junto a su video. El premio será la compra de la idea por una de las organizaciones afiliadas a la organización.</p> <p>*Dar a conocer los resultados del concurso en página web, redes sociales y medios de comunicación.</p>	
--	---	--

	<p>3.1.2 Otorgar un reconocimiento a las nuevas organizaciones que emprendan programas de sustentabilidad ambiental.</p> <p>*En un evento entregar el reconocimiento 'Empresa Sostenible' a nuevas organizaciones que dentro de sus procesos manejen políticas o actividades en favor del medio ambiente.</p> <p>*El proceso de selección de las organizaciones se la realizará a través de la página web, redes sociales, blogs, mailing, medios de comunicación, entre otros con la finalidad de dar a conocer la actividad a la mayor cantidad de empresas posible.</p>	
--	---	--

	<p>*El reconocimiento será entregado en un evento en donde se invite a personalidades como Alcalde, Ministros, Líderes de Opinión, Medios de Comunicación y empresas.</p> <p>*A través de redes sociales se dará a conocer el evento.</p> <p>*Se sugiere elaborar contenidos de prensa para dar a conocer vía mailing el evento. La información puede ser enviada a particulares o a medios de comunicación.</p>	
--	---	--

Tabla 16
Cronograma

actividades	Mes											
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1.1.1. Definir ejes comunicacionales en base a las políticas ambientales establecidas en la empresa.	■	■	■	■								
1.1.2. Establecer un eje comunicacional en base a cada una de las políticas ambientales que tenga la fundación	■	■	■	■								
1.1.3. Crear un manual de comunicación, donde se establezcan protocolos de gestión 2,0 para las acciones de Responsabilidad Ambiental de la empresa.			■	■	■	■						
1.1.4. Capacitación sobre el uso del manuales de herramientas de comunicación			■	■	■							
1.2.1. Reestructurar los contenidos de la página web en función a los lineamientos de comunicación establecidos				■	■							
1.2.4. Comunicación en Redes Sociales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.2.3. Crear un blog informativo				■	■	■	■	■				
1.2.4 Colocación de banners en sitios de alto tráfico				■	■	■	■	■	■	■	■	
2.1.1 Crear una campaña digital de Email Marketing	■	■	■	■	■	■	■					
2.1.1 Crear una Campaña de Call To Action	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.1.1 Organizar el Concurso 'Ecuador sí es Sustentable' en Facebook dirigido hacia los seguidores de la red social									■	■	■	■
3.1.2 Otorgar un reconocimiento a las nuevas organizaciones que emprendan programas de sustentabilidad ambiental.											■	■

Tabla 17

Presupuesto

Presupuesto				
Acciones	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Observaciones
1.1.1. Definir ejes comunicacionales en base a las políticas ambientales establecidas en la empresa.	1	\$ 0,00	\$ 0,00	Valor incluido el sueldo del comunicador
1.1.2. Establecer un eje comunicacional en base a cada una de las políticas ambientales que tenga la fundación	1	\$ 0,00	\$ 0,00	Valor incluido el sueldo del comunicador
1.1.3. Crear un manual de comunicación, donde se establezcan protocolos de gestión 2,0 para las acciones de Responsabilidad Ambiental de la empresa	1	\$ 0,00	\$ 0,00	Valor incluido en el sueldo del Comunicador
1.1.4. Capacitación sobre el uso del manuales de herramientas de comunicación	1	\$ 200,00	\$ 200,00	Local, refrigerios, materiales, movilización
1.2.1. Reestructurar los contenidos de la página web en función a los lineamientos de comunicación establecidos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Diseñador Gráfico, Programador
1.2.4. Comunicación en Redes Sociales	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Fee Mensual Agencia de medios digitales
1.2.3. Crear un blog informativo	1	\$ 300,00	\$ 300,00	Diseñador, Programador
1.2.4 Colocación de banners en sitios de alto tráfico	48	\$ 150,00	\$ 7.200,00	4 banners en páginas web con altos índices de visitas durante un año (Medida 233x90)
2.1.1 Crear una campaña digital de Email Marketing	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00	Diseñador (Afiches, Juegos, entre otros) La campaña se la realizará una vez al mes (Durante 8 meses)
2.1.1 Crear una Campaña de Call To Action	1	\$ 500,00	\$ 500,00	Diseño de botón digital. Se desarrollará una vez a mes (Durante 10 meses)
3.1.1 Organizar el Concurso 'Ecuador sí es Sustentable' en Facebook dirigido hacia los seguidores de la red social	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	Logística, Premio.
3.1.2 Otorgar un reconocimiento a las nuevas organizaciones que emprendan programas de sustentabilidad ambiental.	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	Logística evento, catering, premios, entre otros
Subtotal:			\$17.400,00	
Movilización y logística		\$ 50,00	\$ 600,00	
10% Imprevistos			\$ 1.740,00	
Sueldo Comunicador			\$ 12.000,00	
Total:			\$ 31.740,00	

Tabla 18

Matriz de Evaluación

Matriz de Evaluación					
Objetivo Específico	Tipo de Objetivo	Nivel de Evaluación	Acciones	Mecanismo de Evaluación	Indicador
1. Reestructurar la comunicación de la empresa	Estratégico	Avanzado	1.1.1. Definir ejes comunicacionales en base a las políticas ambientales establecidas en la empresa	Sondeo de Opinión / Encuestas	Muestra público objetivo / Número de respuestas positivas
			1.1.2. Establecer un eje comunicacional en base a cada una de las políticas ambientales que tenga la fundación	Sondeo de Opinión / Encuestas	Muestra público objetivo / Número de respuestas positivas
			1.1.3. Crear un manual de comunicación, donde se establezcan protocolos de gestión 2,0 para las acciones de Responsabilidad Ambiental de la empresa	Sondeo de Opinión / Encuestas	Muestra público objetivo / Número de respuestas positivas
			1.1.4. Capacitación sobre el uso del manuales de herramientas de	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de personas capacitadas / Número de

			comunicación		respuestas positivas
			1.2.1. Reestructurar los contenidos de la página web en función a los lineamientos de comunicación establecidos	Estadísticas / Conteos digitales	Número de visitas a la página web / Tiempo de funcionamiento de la página web
			1.2.2. Comunicación en Redes Sociales	Conteo	Alcance de las publicaciones / Número de seguidores
			1.2.3. Crear un blog informativo	Estadísticas / Conteos digitales	Número de visitas al blog / Tiempo de funcionamiento del blog
			1.2.4 Colocación de banners en sitios de alto tráfico	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de banners publicados / Número de respuestas positivas

2. Difundir las políticas de responsabilidad ambiental en las organizaciones desarrolladas por la fundación Ecuador Green Building Council	Informativo	Avanzado	2.1.1 Crear una campaña digital de Email Marketing	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de mensajes enviados / Número de respuestas positivas
			2.1.2 Crear una Campaña de Call To Action	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de visitas a través del botón de call to action / Número de respuestas positivas

3. Incentivar la participación de las organizaciones en las políticas de responsabilidad ambiental emprendidas por la fundación Ecuador Grenn Building Council	Motivacional	Avanzado	3.1.1 Organizar el Concurso 'Ecuador sí es Sustentable' en Facebook dirigido hacia los seguidores de la red social	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de participantes / Número de respuestas positivas
			3.1.2 Otorgar un reconocimiento a las nuevas organizaciones que emprendan programas de sustentabilidad ambiental.	Sondeo de Opinión / Encuestas	Número de asistentes / Número de invitados
					Número de asistentes / Número de respuestas positivas

REFERENCIAS

- Alejandra Brandolini, M. G. (2009). *Comunicación Interna*. Buenos Aires: DIRCOM.
- Ana Enrique, M. g. (2008). *Planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Materials.
- Andrade, H. (2015). *Comunicación organizacional interna*. . México: Netbiblio.
- Archete, F. (2002). *La empresa y el desarrollo sostenible*.
- Arévalo, J. (2013). *Nuevas herramientas digitales y participación de los usuarios: el papel de las bibliotecas en la dinamización de los contenidos*. Mi biblioteca.
- Caballero, G., Gracia, J., & Quintás, M. (2007). La importancia de los stakeholders de la organización: un análisis empírico aplicado a la empleabilidad del alumnado de la universidad española. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa* (2), 13-32.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Castro, B. (2007). *Auge de la comunicación corporativa*. Sevilla, España: Creative commons.
- Córdoba , S. (2011). *La comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Correspondencias & Análisis*.
- Costa, J. (2014). *EIDirCom hoy: Dirección y gestión de la Comunicación en la nueva economía*. Costa Punto Com.
- Da silva, C., & Martins, R. (s.f.). *TEORIA DOS STAKEHOLDERS E RESPONSABILIDADE SOCIAL: algumas considerações para as organizações contemporâneas*. Brasil.
- Elguezabal, R. Z. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura*.
- F, A. (2004). La empresa y desarrollo sostenible. *Ingeniería Química*, 494-497.
- Figuroa, R. (2013). *Introducción a las teorías de la comunicación* . Mexico: Person.
- Garrido, F. (2004). *Comunicación estratégica*. España: Gestión 2000.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández , C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). (M. G. Hill, Ed.) México.
- Herrera, E. (2009). Comunicación digital en la nueva economía del conocimiento. *Razón y palabra*(70).

- Hurtado, J. (2000). *Metodología de investigación Holística*. (E. SYPAL, Ed.) Caracas, Venezuela.
- Kreps, G. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. Estados Unidos: Addison-Wesley iberoamericana.
- Martínez, C. (2010). *Responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Centro editorial.
- Molero, A. (2005). *Plan de comunicación, concepto diseño e implementación*. Colombia: ILGO.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación. Cuantitativa y Cualitativa*. Colombia: Neiva.
- Nafría, I. (2007). *El usuario, el nuevo rey de internet*.
- Ongallo, C. (2000). *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson.
- Ortner, M. (2011). *LA RESPONSABILIDAD DE COMUNICAR. calidad de vida y salud(2)*.
- Pérez, F. (2011). *Paradojas de la comunicación digital*.
- Perlo, C. (2006). Aportes del interaccionismo simbólico a las teorías de la organización. *Revista de investigación académica*(16), 89-107.
- Ramírez, A. (s.f.). *La construcción sostenible. Física y sociedad*.
- Rincoy, C., Feliz, T., & Sevillano, L. (s.f.). *Competencias para la utilización de las herramientas digitales en la sociedad de la información*.
- Romero, F. (2013). *Estrategia de comunicación corporativa de las empresas socialmente responsables: análisis del Capital Relacional como base de las relaciones empresa-stakeholders*.
- Ros, D., Vicente, J., & Araceli, C. (2011). *La responsabilidad de la comunicación en los medios sociales*.
- Ruiz, I., & Olmedo, S. (2011). *Medios de comunicación, cooperación internacional y responsabilidad social*. México.
- Scheinsohn, D. (2008). *Comunicación estratégica*.
- Senior, A., Nárvaez, M., Frenández, G., & Revilla, J. (2007). *Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones*. *Revista de Ciencias Sociales*.

- Susunaga, J. (2014). *Construcción sostenible, una alternativa para la edificación de viviendas de interés social y prioritario*. tesis, Bogota.
- Trujillo , M., & Vélez, R. (2006). *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial*. Universidad y empresa.
- Wadel, G. A. (2010). *La sostenibilidad en la arquitectura industrializada: cerrando el ciclo de los*
- Napoli, P. M. (2008). *Toward a model of audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New york.
- Ulf Lindqvist, N. B.-A. (2008). *New business forms in e-Business and Media, e-Media*. Alemania: Alemania.

ANEXOS

Anexo 2 Preguntas para la Entrevista

1. ¿Cuáles son sus nombres?
2. ¿Qué cargo tiene en la empresa?
3. ¿Cuál es su responsabilidad dentro de la empresa?
4. ¿Coménteme que conoce de la empresa?
5. ¿Cuál es el objetivo que tiene la empresa con la sociedad ecuatoriana?
6. ¿Qué entiende usted como responsabilidad ambiental?
- 6.1. ¿Por qué algunas empresas en el Ecuador se interesaron por la responsabilidad ambiental? (Expertos)
7. ¿Qué impacto cree usted que ha tenido en los últimos años la responsabilidad ambiental en el Ecuador?
- 7.1. ¿Hoy en día se habla de proyectos de sostenibilidad? ¿A qué se refiere la sostenibilidad? (expertos)
- 7.2. ¿Ha escuchado hablar sobre arquitectura sostenible? (Expertos)
- 7.3. ¿Cree usted que deben existir más organismos sostenibles en el Ecuador? (Expertos)
8. ¿Qué medios de comunicación maneja actualmente en su trabajo por ejemplo: email, celular, intranet, redes sociales etc.?
9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales usted cree, que las políticas de responsabilidad ambiental se deberían comunicar, por ejemplo redes sociales, prensa, radio, TV, email, intranet, correo, revista?
10. ¿Le gustaría ver más información sobre responsabilidad ambiental en medios digitales redes sociales, tv, radio, prensa digital, intranet, email?
11. ¿Qué tipo de información le gustaría ver en estos medios? por ejemplo noticias, políticas, vanguardia, reportajes, relacionados con la responsabilidad ambiental.
12. ¿Cuál sería el impacto si se difunde más información sobre responsabilidad ambiental en la ciudadanía?
13. ¿Qué pasaría si las empresas que realizan responsabilidad ambiental, se encargan de difundir políticas de responsabilidad ambiental, para influenciar a la sociedad en general?
14. ¿Cuál cree usted que sería el cambio en la población si es que estas políticas de responsabilidad ambiental dan fruto en un futuro?

15. ¿Cómo ve usted a la responsabilidad ambiental de aquí en 10 años?
(hablando de Ecuador)

Anexo 3. Modelo de encuesta

Encuesta sobre Comunicación Digital y Responsabilidad Ambiental en Organizaciones Sostenibles

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

- 18-20
- 26-30
- 31-35

1. ¿Sabe cuál es el significado de comunicación digital?
2. A continuación escriba ¿Qué medios de comunicación digital conoce?
3. ¿Qué medios de comunicación digital son los que más utiliza?
4. ¿A escuchado el término responsabilidad ambiental?
5. ¿Alguna vez se informó sobre responsabilidad ambiental en medios digitales?
6. ¿Cree qué en el Ecuador se practica responsabilidad ambiental?
7. ¿Está de acuerdo que las empresas que dicen realizar prácticas de responsabilidad ambiental, efectivamente lo hacen?
8. ¿Por qué medios le gustaría obtener información sobre responsabilidad ambiental?
9. ¿Está de acuerdo en que los medios de comunicación digital son la mejor manera de difundir información de responsabilidad ambiental?
10. ¿A escuchado hablar sobre políticas de responsabilidad ambiental?
11. ¿Por qué medios de comunicación digital se informó sobre responsabilidad ambiental?

12. ¿Está de acuerdo en utilizar la comunicación digital para difundir políticas de responsabilidad ambiental?
13. ¿A escuchado hablar sobre sostenibilidad?
14. ¿Sabe cuál es el significado de organismo sostenible?
15. ¿Qué entiende sobre arquitectura sostenible?
16. Del siguiente listado ¿Qué información le gustaría recibir?
17. Del siguiente listado ¿Por qué medio te gustaría recibir información de responsabilidad ambiental?

Anexo 5. Modelo de encuesta

Encuesta sobre el nivel de entendimiento de las políticas de Responsabilidad Ambiental de la Fundación Ecuador Green Building Council

Género

Masculino

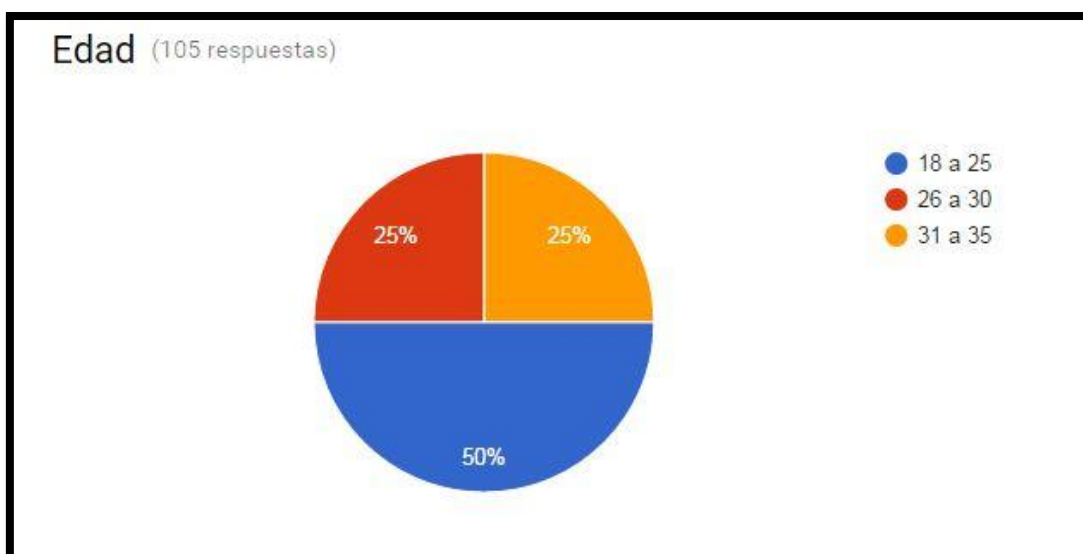
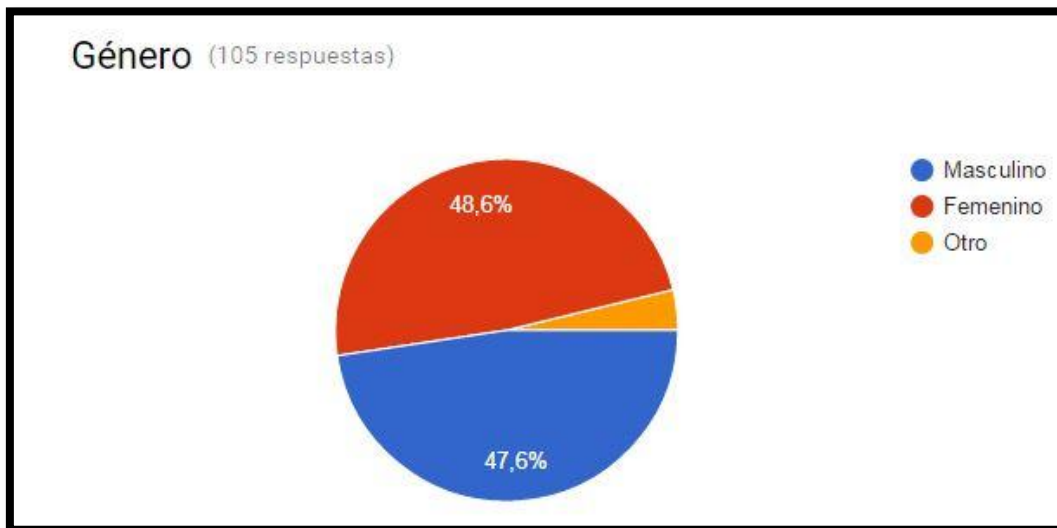
Femenino

1. ¿Conoce las políticas sobre el Sistema LEED?
 - 1.1 ¿Conoce las políticas sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.
 - 1.2 ¿Conoce las políticas sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad?
 - 1.3 ¿Conoce las políticas sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?
 - 1.4 ¿Conoce las políticas sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre el Sistema LEED?
 - 2.1 ¿Cómo se enteró de la política sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?
 - 2.2 ¿Cómo se enteró de la política sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad?
 - 2.3 ¿Cómo se enteró de la política sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?

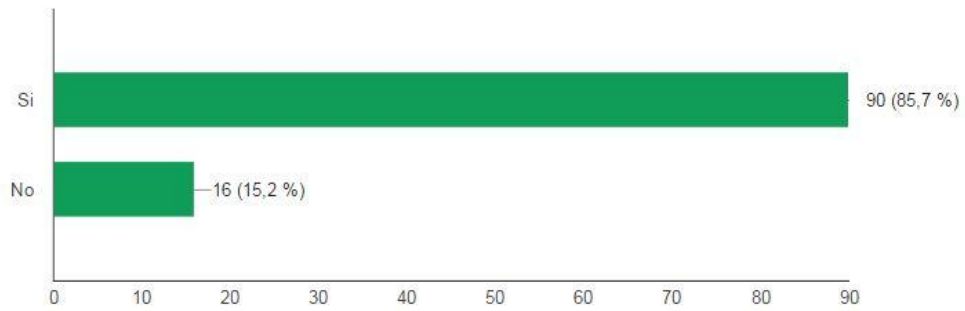
- 2.4 ¿Cómo se enteró de la política sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?
3. ¿La información que usted recibió la recuerda cómo?
3. ¿La información que usted recibió la recuerda cómo?
4. ¿Cómo le gustaría recibir la información sobre políticas de Responsabilidad Ambiental?
5. ¿Usted sigue las Redes sociales de La fundación Ecuador Green Building Council?
6. ¿Responsabilidad Ambiental para usted es?
7. ¿Qué conoce de la política sobre el Sistema LEED?
- 7.1 ¿Qué conoce de la política sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?
- 7.2 ¿Qué conoce de la política sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad
- 7.3 ¿Qué conoce de la política sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?
- 7.4 ¿Qué conoce de la política sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?
8. ¿Qué le gustaría conocer sobre la Política de Sistema LEED?
- 8.1 ¿Qué le gustaría conocer sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?
- 8.2 ¿Qué le gustaría conocer sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad
- 8.3 ¿Qué le gustaría conocer sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?
- 8.4 ¿Qué le gustaría conocer sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?
9. ¿Qué actividades le gustaría que se desarrollen dentro de las Redes Sociales de la Fundación Ecuador Green Building Council?

10. ¿Está de acuerdo en que los siguientes medios de comunicación digital: Redes sociales, Internet, Email. Son la mejor manera de difundir información sobre Responsabilidad Ambiental?

Anexo 5. Resultados de Encuestas

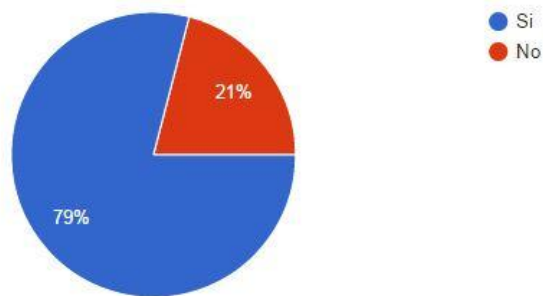


1. ¿Sabe cuál es el significado de comunicación digital? (105 respuestas)



2. A continuación escriba ¿qué medios de comunicación digital conoce?
(105 respuestas)

4. ¿A escuchado el término responsabilidad ambiental? (105 respuestas)



3. ¿Qué medios de comunicación digital son los que más utiliza? (105 respuestas)

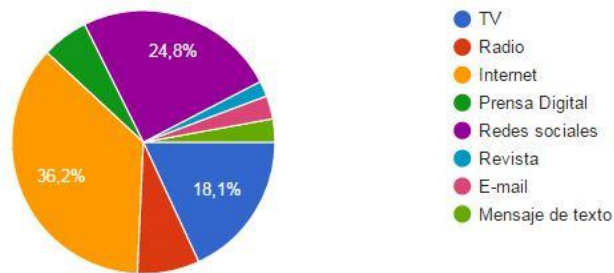
9. ¿Está de acuerdo en que los medios de comunicación digital son la mejor manera de difundir información de responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)



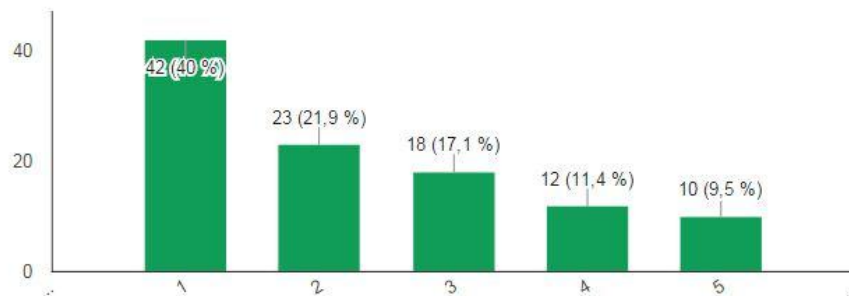
8. ¿Por qué medios le gustaría obtener información sobre responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)



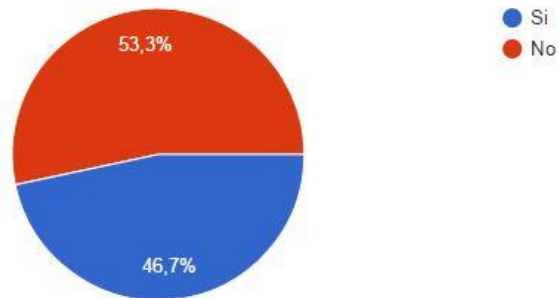
7. ¿Esta de acuerdo que las empresas que dicen realizar prácticas de responsabilidad ambiental, efectivamente lo hacen?

(105 respuestas)



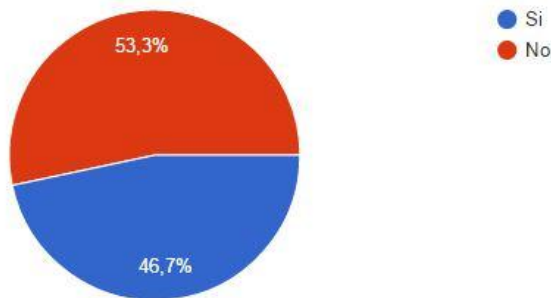
6. ¿Cree que en el Ecuador se practica la responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)



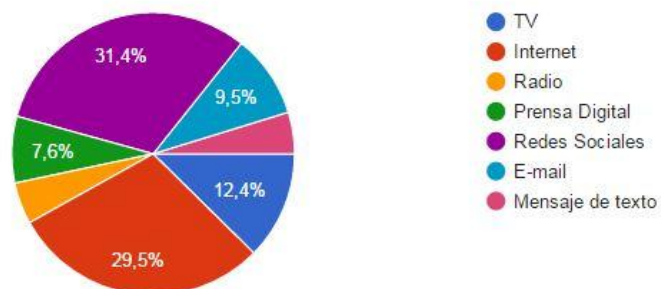
5. ¿Alguna vez se informó sobre responsabilidad ambiental en medios digitales?

(105 respuestas)

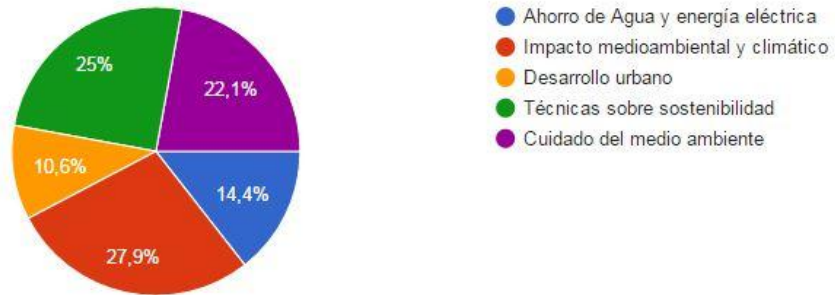


17. Del siguiente listado ¿Por qué medio te gustaría recibir información de responsabilidad ambiental?

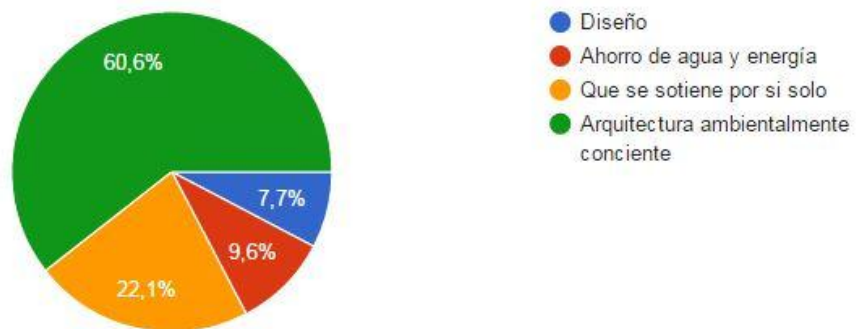
(105 respuestas)



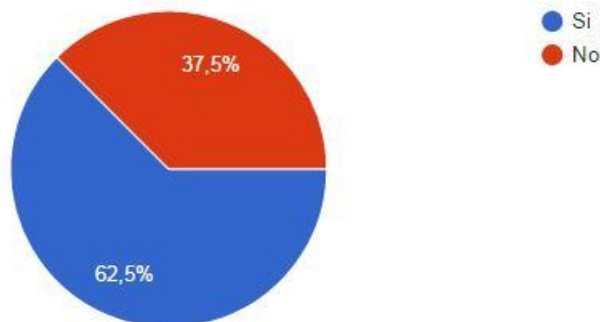
16. Del siguiente listado ¿Que información le gustaría recibir? (105 respuestas)



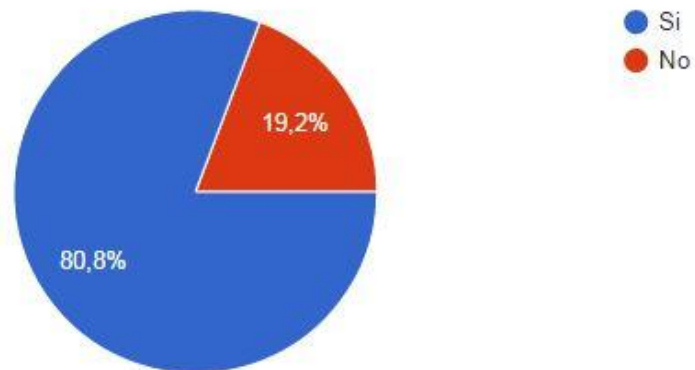
15. ¿Que entiende sobre arquitectura sostenible? (104 respuestas)



14. ¿Sabe cuál es el significado de organismo sostenible? (104 respuestas)

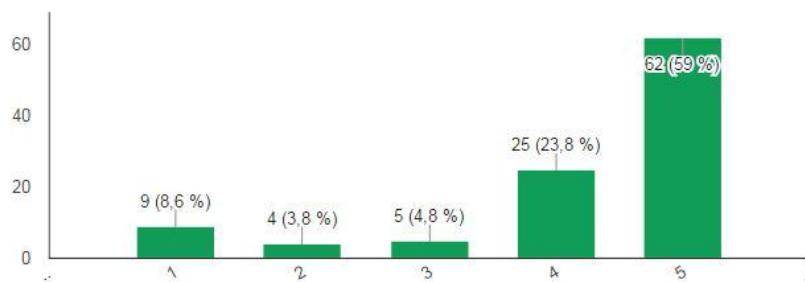


13. ¿A escuchado hablar sobre sostenibilidad? (104 respuestas)



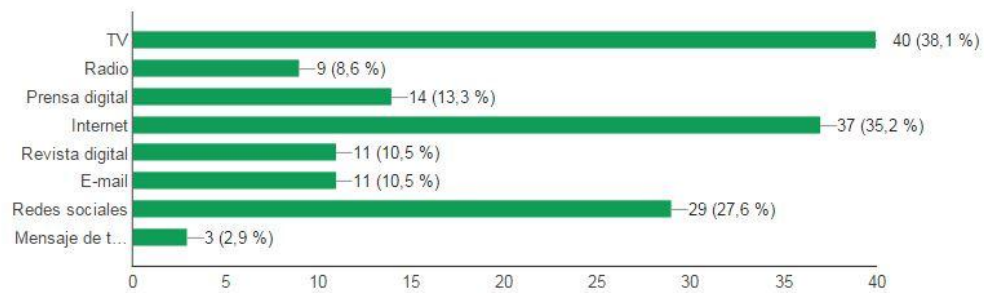
12. ¿Está de acuerdo en utilizar la comunicación digital para difundir políticas de responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)



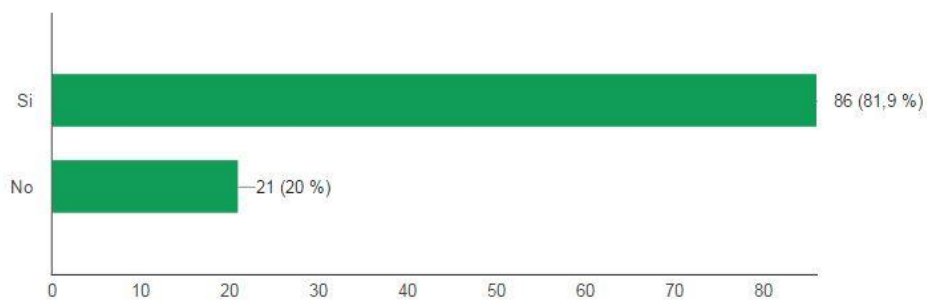
11. ¿Por qué medios de comunicación digital se informó sobre responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)



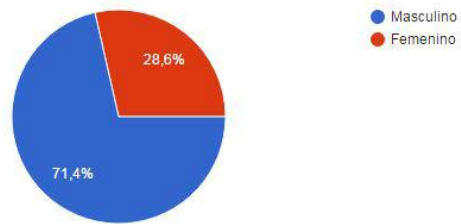
10. ¿A escuchado hablar sobre políticas de responsabilidad ambiental?

(105 respuestas)

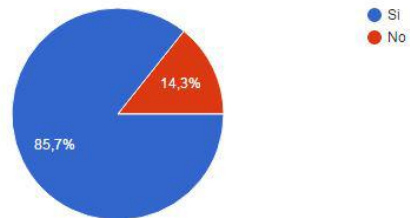


Resultado de encuesta sobre el nivel de entendimiento de las políticas de Responsabilidad Ambiental de la Fundación Ecuador Green Building Council.

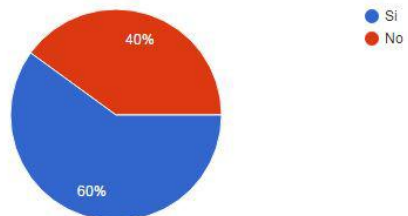
Género



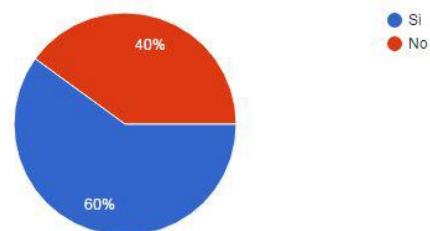
1. ¿Conoce las políticas sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?



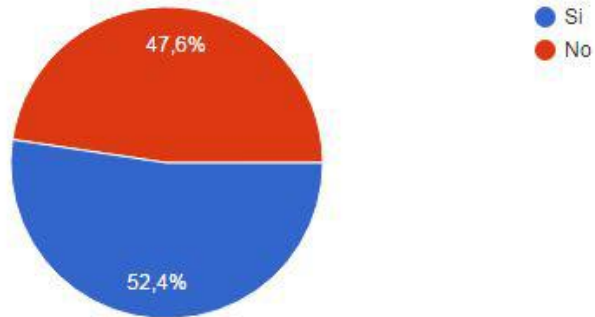
1. ¿Conoce las políticas sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?



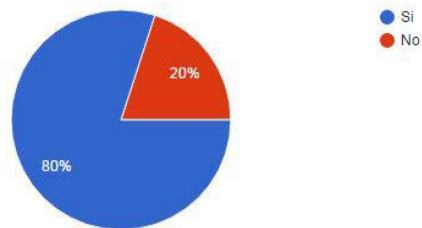
1. ¿Conoce las políticas sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad?



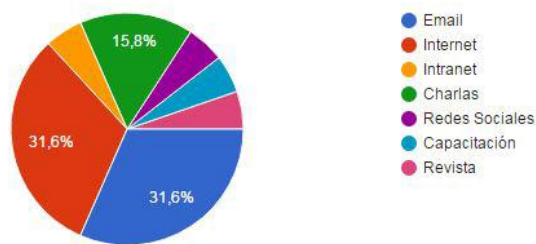
1. ¿Conoce las políticas sobre el Sistema LEED?



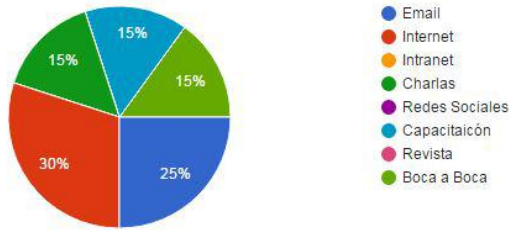
1. ¿Conoce las políticas sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad.



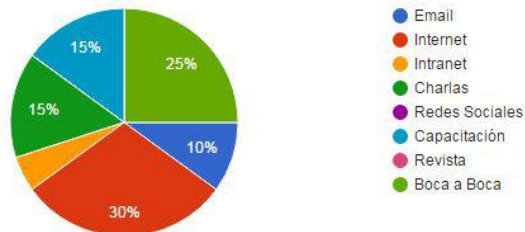
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?



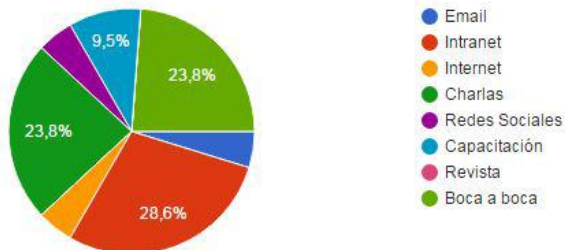
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?



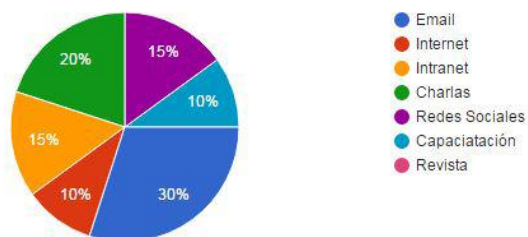
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad?



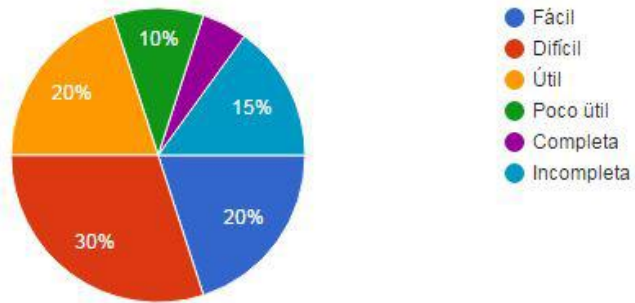
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre el Sistema LEED?



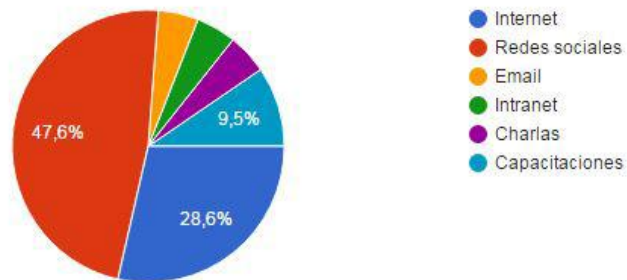
2. ¿Cómo se enteró de la política sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?



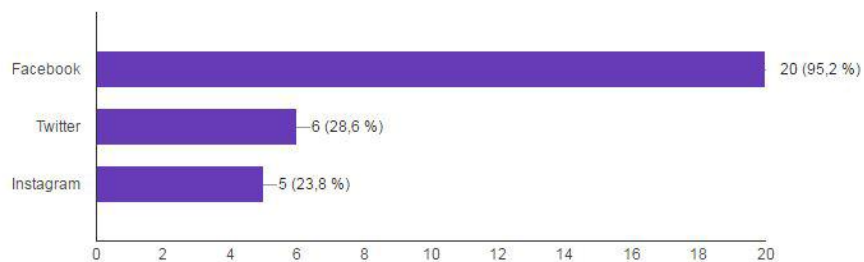
3. ¿La información que usted recibió la recuerda cómo?



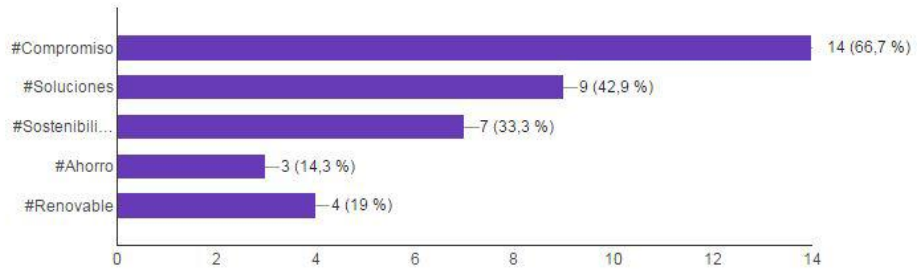
4. ¿Cómo le gustaría recibir la información sobre políticas de Responsabilidad Ambiental?



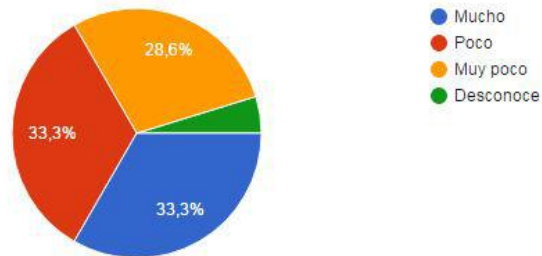
5. ¿Usted sigue las Redes sociales de La fundación Ecuador Green Building Council?



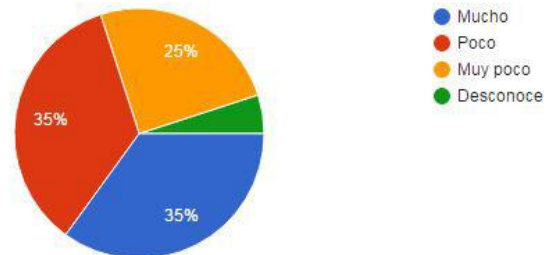
6. ¿Responsabilidad Ambiental para usted es?



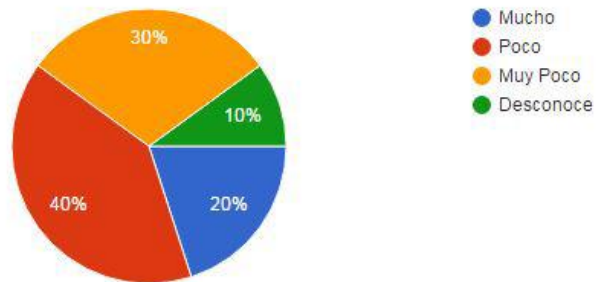
7. ¿Qué conoce de la política sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas o edificaciones?



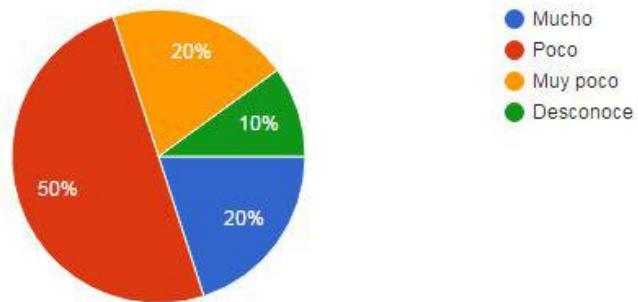
7. ¿Qué conoce de la política sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?



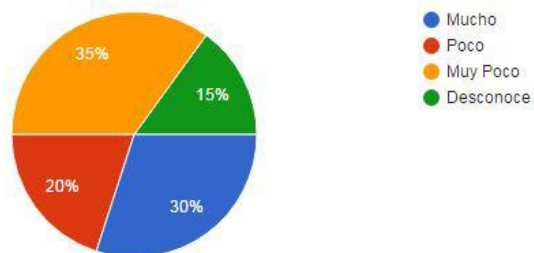
7. ¿Qué conoce de la política sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad



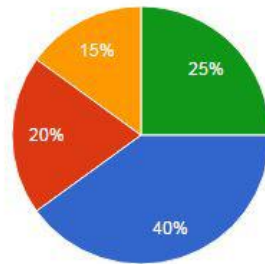
7. ¿Qué conoce de la política sobre el Sistema LEED?



7. ¿Qué conoce de la política sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?

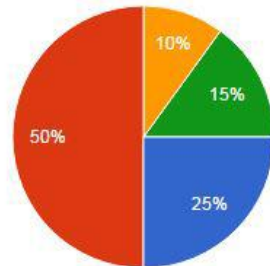


8. ¿Qué le gustaría conocer sobre: Brindar a la industria de la construcción una herramienta que facilite la construcción sostenible en viviendas?



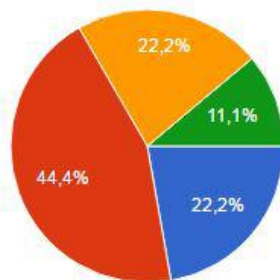
- Beneficios
- Beneficiarios
- Impacto
- Como aplicarlos en un proyecto

8. ¿Qué le gustaría conocer sobre: Promover una mejor calidad de vida en sitios sostenibles?



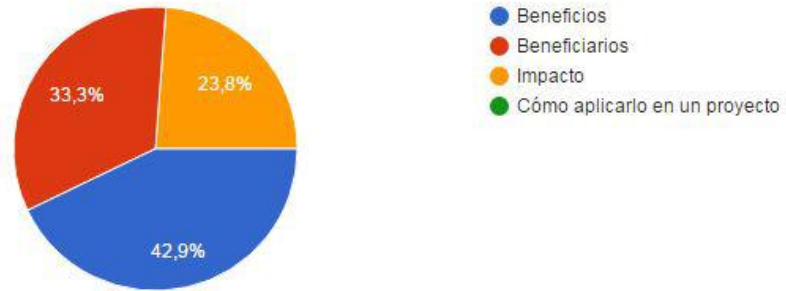
- Beneficios
- Beneficiarios
- Impacto
- Como Aplicarlo en un proyecto

8. ¿Qué le gustaría conocer sobre: Creación de redes profesionales involucradas en temas de sostenibilidad

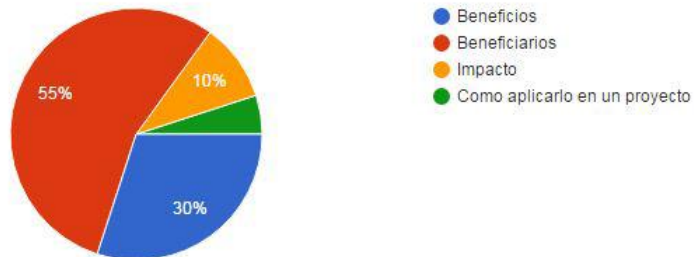


- Beneficios
- Beneficiarios
- Impacto
- Cómo aplicarlo en un proyecto

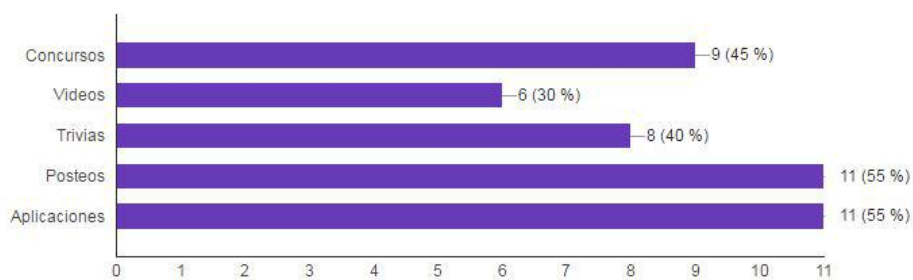
8. ¿Qué gustaría conocer sobre la Política de Sistema LEED?



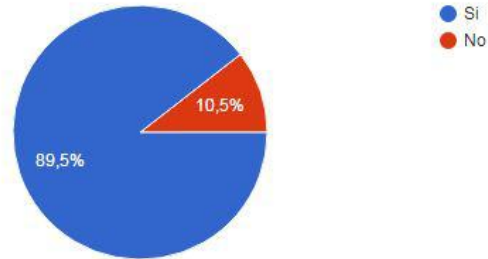
8. ¿Qué gustaría conocer sobre: Garantizar el rendimiento de trabajo hasta en un 5% en organizaciones, sitios de trabajo en donde se pongan en práctica planes de sostenibilidad?



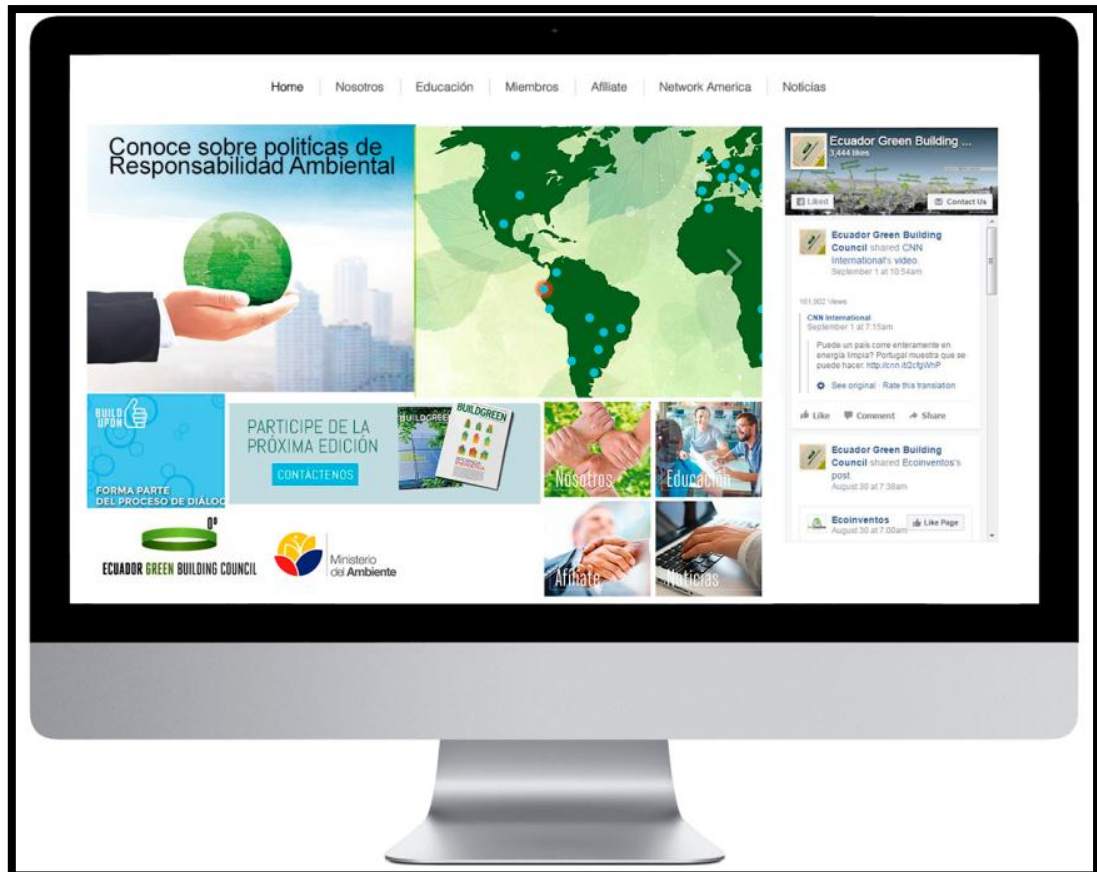
9. ¿Qué actividades le gustaría que se desarrollen dentro de las Redes Sociales de la Fundación Ecuador Green Building Council?



10. ¿Esta de acuerdo en que los siguientes medios de comunicación digital: Redes sociales, Internet, Email. Son la mejor manera de difundir información sobre Responsabilidad Ambiental?



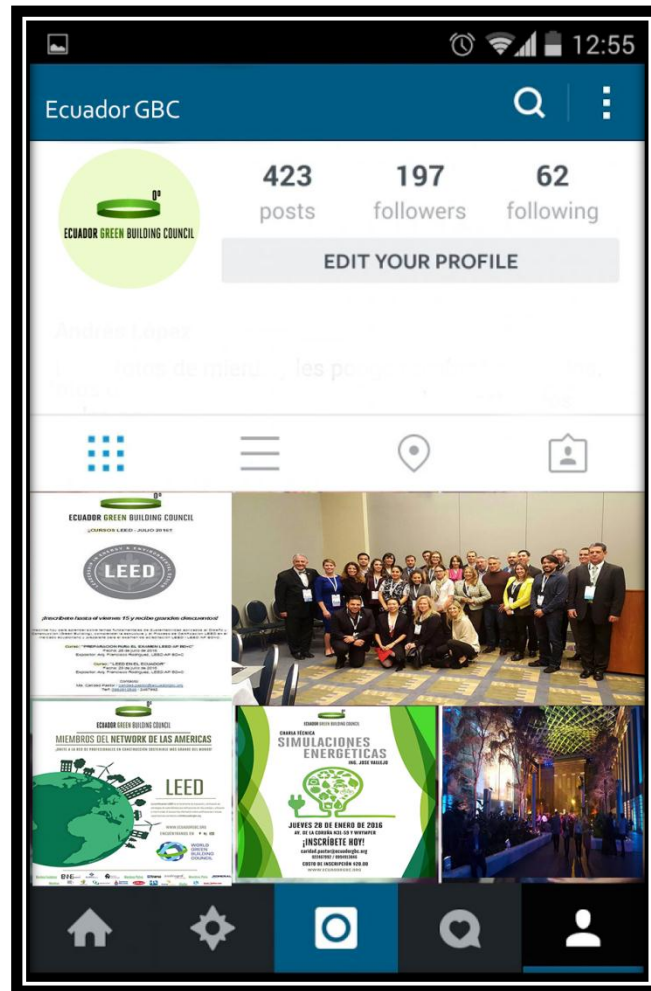
Anexo 6. Rediseño de página Web



Anexo 7. Creación de blog



Anexo 8. Creación de Perfil de Instagram



Anexo 9. Publicación en Facebook

 **Ecuador Green Building Council** compartió la publicación de Revista Líderes.
4 de octubre a las 23:44 · 🌐

 **Revista Líderes** Me gusta esta página
4 de octubre a las 11:30 · 🌐

#Ampliación » <http://bit.ly/VerdeOFI>



El nuevo concepto de oficinas verdes ayuda al trabajador


¿Las oficinas tradicionales ya no resultan atractivas?
El contacto con la naturaleza favorece a la concentración y a la productividad de los colaboradores, según estudio.

REVISTALIDERES.EC

Me gusta Comentar Compartir

6


Anexo 10. Campaña "Ecuador sí es sostenible"



Ecuador sí es sostenible

¿Quieres ayudar al planeta?

- Envíanos un video de 3 a 5 minutos con ideas sostenibles
- Las mejores ideas Serán publicadas en nuestro Fanpage
- Vota por las mejores ideas
- El video ganador será comprado por la Fundación y las organizaciones aliadas



EGBC GREEN BUILDING COUNCIL

Anexo 11. Publicación para Twitter



EGBC @Ecuadorgbc · 21 sept. 2015

Charla Técnica "Materiales y Recursos Sostenibles" por el M. Arch. Antonio Naranjo, LEED AP, CEO @ennearquitectos



EGBC GREEN BUILDING COUNCIL

CHARLA TÉCNICA MATERIALES Y RECURSOS SUSTENTABLES
ARQ. ANTONIO NARANJO



MARTES 29 DE SEPTIEMBRE
HORA: DE 16:30 A 18:00
LUGAR: PUCE, AUDITORIO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTES
VALORS 6.00

INSCRIPCIONES: 022467992 0984543296/0995053880 caridad.pastor@ecuadorgbc.org

🔄 2 ❤️ 2 ⋮