

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL  
ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL  
ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

EDUARDO LUIS MOSCOTE SIERRA  
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
CÚCUTA  
2016

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

### **RESUMEN**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se convirtió en un fenómeno industrial que las diferentes organizaciones han agrupado en sus estrategias comunicativas. Se considera una estrategia de gestión por la complejidad que se percibe en su ejecución y las dificultades que previamente presenta pero que, a través de su implementación como estrategia genera valores agregados para las entidades públicas o privadas que la incluyen como acciones conscientes y sociales de la empresa logrando la vinculación de sus grupos de interés. Su adopción apoya el reconocimiento de la marca y su posicionamiento.

El enfoque estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial la ubica como una herramienta de gestión que debe permear las competencias organizacionales involucrando a los colaboradores en el proceso a través de acciones medibles que evidencien su impacto.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Reputación, Gestión Estratégica.

### **ABSTRAC**

The Corporate Social Responsibility (CSR) became a industrial phenomenon that the different organizations were grouped in their communicative strategies. It is considered a management strategy because of the complexity that are executed in its execution and the difficulties that present previously but, that through steps implemented from the strategy the communicational theory can be realized, Hypodermic Needle, that produces an immediate result to certain Public, And how through these conscious and social actions the company helps a social environment, brand recognition, and marketing and organization of the company. That is why we want to show

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

the importance of CSR in the commercial, social and organizational sector. Key words:

Corporate Social Responsibility, Reputation,

### **INTRODUCCIÓN**

Las empresas han adoptado el concepto de Responsabilidad Social Empresarial para efectuar acciones participativas en ámbitos ambientales, económicos y sociales, retribuyendo beneficios y soluciones a una sociedad determinada; su implementación mediante una estrategia de gestión da respuesta a las necesidades del entorno social y fortalece la identidad de la organización.

A lo largo de los años se han proporcionado diferentes posturas sobre el objetivo de las acciones de RSE, dirigidos a la gestión de acciones que mejoran el ámbito social y humano al interior de las organizaciones permitiéndoles aumentar la productividad en distintas dependencias, mejorar el funcionamiento interno y del mismo modo su reconocimiento externo, pero también se le apuesta a una RSE cuyo principal objetivo es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades ubicadas en su zona de influencia, convirtiéndose en una estrategia de gestión que vigoriza una marca u organización en un entorno social.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL**

En la última década, las empresas han identificado el concepto de Responsabilidad Social Empresarial como un concepto que reúne estrategias y acciones sociales, que fortalece el reconocimiento de una organización y de los bienes y servicios que ésta ofrece, mediante actividades voluntarias que se ejecutan favorablemente en sociedades identificadas en el área de influencia.

La evolución del concepto, que incluye la vinculación de los públicos internos y externos e identifica prácticas para mejorar las condiciones laborales, ha hecho que las organizaciones expandan su interés incluyéndolos en las acciones de retribución a la sociedad y aporten al mejoramiento de las condiciones de la comunidad, a partir de una gestión de estrategia que se preocupe por las necesidades básicas de los diferentes stakeholders. Se incluye un conjunto de operaciones que mejoran el campo laboral, comercial y social, como también hacen que las organizaciones impacten en la rentabilidad, marketing, reputación y posicionamiento de la organización cooperando a los tres factores que abarca la Responsabilidad Social Empresarial: ambiental, económico y social; buscando un beneficio corporativo hacia todos sus grupos de interés.

Por medio de estas estrategias se puede lograr una sociedad socialmente responsable, mediante un proceso que asume las gestiones estratégicas y vinculan a la empresa en el campo de

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

Responsabilidad Social. Como primera herramienta de gestión debemos conocer nuestro público a trabajar, caracterizándolo y realizando un trabajo de campo que me permita conocer las principales necesidades encontradas en el lugar evaluado. Se puede lograr con diferentes métodos de recolección de información como lo son los sondeos de opinión, las encuestas, entrevistas, que orientarán la planeación teniendo en cuenta las necesidades y carencias.

Con los resultados, las organizaciones se pueden comprometer con la definición de acciones, brindando soluciones a una de las necesidades encontradas durante el trabajo de campo. Estas acciones gestionadas por para mejorar la calidad de vida de sus públicos le apuntan a una sociedad socialmente responsable.

Diferentes son las posturas, investigaciones, estudios y experiencias en el campo organizacional o corporativo de la RSE y su desarrollo. El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (*World Business Council for Sustainable Development*), incorpora el concepto ‘sostenible empresarial’ para definir la RSE como, “el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general”. (Christian Cancino, 2008, pág. 11)

Por otra parte, la Comisión Europea (2001), para presenta la RSE como “un concepto en el cual las áreas productivas integran, de una manera voluntaria, consideraciones sociales y ambientales en sus operaciones y en las relaciones con sus grupos de interés”. (Christian Cancino, 2008, pág. 11). Así es entonces la Responsabilidad Social Empresarial se podría

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

definir como conjuntos de operaciones útiles y favorables que impactan en los públicos internos y externos de las organizaciones.

El concepto de RSE surgió en los años 80's pero no fue sino hasta los 90's donde se vio reflejado su efecto en las funciones de las organizaciones. Sus tareas se enfocan en actos sensibles que puedan actuar de forma inmediata en sus públicos causando un efecto sobre ellos. "Externamente, el impacto social de la empresa se diluye entre numerosos esfuerzos inconexos, cada uno de los cuales responde a un grupo diferente de stakeholders o a un aspecto puntual de presión corporativa." (Michael E. Porter, 2006). De ese modo, los intentos de efectuar una actividad de Responsabilidad Social Empresarial y conocer sus resultados están ligados al compromiso previo a su diseño y ejecución que puede ser a mediano o largo plazo.

Para lograr el impacto que se necesita en el reconocimiento de una organización así como también la credibilidad de sus productos o servicios, las empresas han optado por generar sellos que resaltan la contribución social y ambiental que realizan de forma voluntaria como actos sociales, generando vínculos con el público. También se logra demostrar la ética empresarial que tiene la organización, generando la confianza en las decisiones elementales que se discuten internamente y convirtiéndose en un elemento fundamental entre la comunicación económico – sociedad y empresa que le atribuyen poder a la organización.

La RSE retoma el concepto de como filantropía, a partir de investigaciones relacionando el conjunto de acciones que desinteresadamente se realiza para mejorar la calidad de vida en donde existe un compromiso y sostenibilidad con el desarrollo económico, social y ambiental.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

De ese modo, la Filantropía Empresarial o Filantropía Corporativa trata de relacionar los términos de sociedad y empresa para lograr un impacto en la sociedad, influyendo en la selección de la estrategia..

La estrategia siempre consiste en elegir, y el éxito de la responsabilidad social corporativa no es diferente. Se trata de elegir en qué temas sociales enfocarse. Las presiones por el desempeño de corto plazo que enfrentan las empresas descartan la alternativa de inversiones indiscriminadas en creación de valor social. Más bien, sugieren que la creación de valor compartido debería ser vista como la investigación y desarrollo: como una inversión a largo plazo en la competitividad futura de una empresa. (Michael E. Porter, 2006, pág. 15)

No todas las gestiones de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las empresas tienen los tres componentes (social, ambiental y económico), de ahí la elección que debe tener las organizaciones. Se debe diseñar y crear un plan de RSE que pueda ayudar a evaluar las diferentes estrategias, que contengan un factor socialmente sostenible y que favorezca la marca. El mensaje dirigido a los públicos con estas acciones retoma la descripción y el impacto.

Prahalad y Hammond combinan los términos Compromiso con Responsabilidad Social Empresarial afirmando que se deben contemplar las acciones en “las regiones más pobres del planeta y la población con menos recursos”. (Roberto Fernández, 2004, pág. 30). Esto como una estrategia de las Multinacionales para generar impacto, populismo y posicionamiento en la sociedad.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

La solución a gran parte de sus problemas únicamente puede conseguirse con la involucración directa y sostenida de las compañías multinacionales. Además, las multinacionales pueden reforzar su propia prosperidad en este proceso. Se trata de explotar un mercado potencial de enormes dimensiones que hasta ahora permanece en su mayoría oculto. (Roberto Fernández, 2004, pág. 30).

Entonces ¿la Responsabilidad Social Empresarial se considera un verdadero compromiso o una acción maquillada?, retomemos el concepto de compromiso en la ejecución de un plan de acción enfocado a la RSE. El desarrollo de un Plan de RSE no es obligatorio pero debería ser un deber de las empresas para con la sociedad. Va más allá de exigir o no, se trata del deber que tienen las empresas para con sus públicos, de forjar un carácter en el campo empresarial sostenible, a través de estrategias comunicativas que se puedan ejecutar de acuerdo a lineamiento que quiera llevar; desde los campos ambiental, económico y social, y cómo desde éstos tres elementos se pueden realizar obras de compromiso para con sus stakeholders mejorando el clima laboral de la empresas y reforzando sus valores, filosofía e identidad.

Aunque en otro sentido, Adela Cortina, catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia y directora de la Fundación Étnor, comenta que la Responsabilidad Social Empresarial no le da tanto poder a la empresa, pero por su parte el cómo se realiza la acción sí. En el momento en que las organizaciones asumen comprometerse directamente con una comunidad, desde entonces la RSE pasa a hacer una obligación, y toda tarea impuesta o propuesta debe ser ejecutada; pero es la ética la que sí cumple el verdadero sentido de los actos

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

sociables, porque aquí van arraigadas las costumbres y hábitos de la empresa, y la responsabilidad ante sus diferentes públicos.

A comienzos del siglo XXI la RSE permea la ética de la empresa, definiendo los objetivos y el carácter, y la ética tiene que ver también con la justicia, con ese percatarse de que cualquiera que sea afectado por una actividad social tiene que ser tenido en cuenta al tomar las decisiones que le afectan. Hay una obligación moral con todos los afectados que no debe eludir una organización justa. (Cortina, 2005) .

Es por eso, que según la autora, las organizaciones deben ser integra y honestas, su ética las define orientando el cumplimiento de sus acciones con verdaderos propósitos sociales.

Numerosas organizaciones acuden a la idea de realizar actividades u organizar una gestión de estrategia empresarial que permita la visibilidad comercial de las distintas marcas, es por esta razón que la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona indirectamente con el marketing. El fortalecimiento de esta gestión producirá beneficios a los diferentes públicos (interno, externo, intermedios) que son fundamentales en el trabajo competitivo que mantiene la empresa como finalidad principal.

La relación de la empresa socialmente responsable con el marketing es retomada, destacando el aporte de las acciones de RSE al reconocimiento de la marca como un valor agregado.

Todavía son muchos quienes piensan que la RSE no es sino una herramienta sofisticada del marketing mix destinada a lavar la imagen de la empresa y posicionarla

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

del modo más amable posible ante la sociedad, con el fin de obtener réditos a corto plazo.

Una variante del marketing a la que denominan, de forma quizá un tanto rebuscada, marketing social o marketing con causa. (Campuzano, 2010, pág. 127).

Pero la genuina Responsabilidad Social no es comercial ni engaña a sus públicos, logra el verdadero sentido de lo social y lo responsable, ayuda a posicionar una nueva cultura tanto interna como externa, una cultura de cambio y de pronta acción para mejorar los factores de sostenibilidad que deben favorecer a un grupo en general.

La auténtica RSE no es cortoplacista y va mucho más allá del beneficio inmediato; implica un cambio cultural pleno que impregna de forma transversal a la empresa, a sus procedimientos y procesos, a sus trabajadores y directivos, a sus sistemas de información... Se extiende, en última instancia, como ya hemos explicado, a todos los grupos de interés, directos e indirectos, con los que la empresa se relaciona. (Campuzano, 2010)

Es por eso que la Responsabilidad Social Empresarial debe considerarse un conjunto de gestiones estratégicas orientadas a la contribución social y económica en el ámbito urbano o donde dicha entidad desarrolle sus funciones con el propósito de erradicar una necesidad de la comunidad.

La importancia del ensamble de una gestión de estrategia en las empresas permite que el desarrollo de los ejercicios sociales sumen las garantías necesarias para la efectividad de esta táctica. Mediante el estudio de la misión se puede evaluar parcialmente los caminos a seguir para

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

generar firmeza en la estrategia orientada desde la empresa a favor del público. Las reacciones de los públicos serán favorables y hará que se genere confianza para seguir manteniendo un público fiel y orgánico. Según un estudio realizado en Argentina por la Consultoría Decisión.

El 96% de los ciudadanos se manifiesta a favor de que las empresas desarrollen acciones de responsabilidad social. Más de la mitad (53%) de los consumidores argentinos aseguran que están dispuestos a modificar sus hábitos de consumo, al punto de considerar la posibilidad de pagar más por productos o servicios de empresas socialmente responsables. (Bongiovanni, 2005, pág. 58).

El testimonio muestra cómo la Responsabilidad Social Empresarial puede ayudar a la identidad y recordación de una marca, al aumento de su publicidad y al consumo de sus productos; aportando en la definición de un plan de acción de RSE que se orientó desde una gestión de estrategia.

¿Cómo se puede lograr? un previo estudio del área de influencia permite conocer las principales necesidades del público con el que se quiere trabajar, la importancia del diagnóstico comunitario como herramienta de apoyo es fundamental en el trabajo que se vaya a iniciar. El diagnóstico comunitario permite que la sociedad y la empresa se conozcan e interactúen entre sí donde la anterior unión produzca un efecto en ambas partes, que genere expectativas y respuestas al trasfondo del problema, vinculando a las comunidades en su materialización.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

Realizado el estudio de campo, conocida la comunidad y sus necesidades podemos empezar a formular las actividades que generen un cambio en esa población y una recordación de la marca por la acción social que realizó.

La gestión estratégica de las empresas supone que estas adoptan un comportamiento “activo” en el mercado, mediante el que se modifican u “orientan” los deseos de los consumidores; se anticipan las reacciones de la competencia (creando o incrementando las barreras de entrada a los mercados) en un intento de minimizar la concurrencia o, cuando menos, de atenuar sus efectos negativos sobre los resultados de las empresas. (Rebollo, 1994, pág. 10)

Adicionalmente, la RSE genera estímulos tributarios establecidos en la ley para estimular el impacto positivo de las organizaciones, si bien no es el principal objetivo del desarrollo de un producto socialmente responsable representa a mediano plazo en la disminución de sus impuestos haciéndola llamativa en escenarios de toma de decisión.

A lo anterior, se le puede denominar Gestión de Estrategias que puedan amparar el término de Responsabilidad Social Empresarial y puede relacionar sus acciones a esta misma consolidando una buena relación con los órganos que vigilan las leyes y deberes que deban cumplir las empresas en eventos legales, ratificando la ética empresarial que posee.

Las estrategias de gestiones se pueden medir para evaluar el progreso y resultados previstos en la ejecución de un plan de acción de Responsabilidad Social Empresarial. La medición se dará de forma cuantitativa que nos brindará datos generales sobre la descripción del

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

entorno, dando espacios en la creación de modelos estratégicos empresariales. Y recoge datos cualitativos que permiten conocer las posturas subjetivas de cada individuo que luego permite llegar a una deducción particular que detalla la idea individual y cada necesidad básica.

Garantizando el seguimiento y evaluación de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de gestión que se desarrolla con tácticas individuales pero enfocadas al mismo objetivo, adquirimos la responsabilidad necesaria para seleccionar nuevos modelos estratégicos empresariales actualizados que se convierten en gestiones de calidad e innovación en mercados consumistas pero también en los diferentes stakeholders obrando socialmente en pro de la calidad de vida de nuestra colectividad y generando diferenciación.

Porter propone “dos estrategias genéricas, liderazgo en costes y diferenciación. Ambas se distinguen por el tipo de ventajas que persiguen: eficiencia y singularidad, respectivamente.” (Palacios Marqués, 2007, pág. 164).

Así la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) mediante una acción voluntaria busca un beneficio interno y externo, que no genera un mayor gasto para la empresa al momento de efectuar el desarrollo de la actividad pero que sí proporciona resultados favorables como lo son el reforzar y aumentar su reputación, su credibilidad, acarrear a su marcas nuevos públicos que acepten y prefieran sus productos, y alcanzar para la empresa distintivos que aseveren su compromiso social.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

### CONCLUSIONES

Finalmente, se buscó consolidar la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de gestión, exponiendo a las empresas como entes estratégicos por naturaleza y dando a conocer el rápido desarrollo de sus habilidades comerciales que van en conjunto con una actividad social para generar impacto y recordación en sus públicos.

Se mostró también la importancia y fuerza que toma el marketing a través de las gestiones estratégicas orientadas a una RSE y como alcanza poder y carácter en las zonas comerciales, económicas, empresariales, sociales, ambientales, legales y culturales.

En conclusión, se deja al descubierto la importancia de un plan de RSE para la mejora de la reputación y el posicionamiento de una empresa, marca, productos o servicios.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL  
ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

**REFERENCIAS**

Bongiovanni, M. (2005). Marketing Cultural y Responsabilidad Social y Empresarial . En M.

Bongiovanni, *Marketing Cultural y Responsabilidad Social y Empresarial* (pág. 58).

Barcelona: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales UCES.

Campuzano, F. (2010). La responsabilidad social empresarial: ¿verdadero compromiso o simple

moda? . En F. Campuzano, *La responsabilidad social empresarial: ¿verdadero*

*compromiso o simple moda?* (pág. 127). España : derecho PUCP .

Christian Cancino, M. M. (2008). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. En M. M.

Christian Cancino, *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL* (pág. 11). Chile: 1000

ejemplares .

Cortina, A. (2005). *Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social*. España: ElPaís.com.

Michael E. Porter, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. En M. R. Michael E. Porter, *Estrategia y*

*sociedad* (pág. 6). Massachusetts: Reimpresión r0612d-e.

Palacios Marqués, G. S. (2007). ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESEMPEÑO

EMPRESARIAL ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE ROBINSON &

PEARCE Y MILES & SNOW EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL. En G. S.

Palacios Marqués, *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESEMPEÑO EMPRESARIAL*

*ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE ROBINSON & PEARCE Y MILES*

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL  
ENTORNO SOCIAL Y EMPRESARIAL

& SNOW EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL (pág. 164). Europa: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa .

Rebollo, A. (1994). Gestion empresarial estrategias del comercio minorista . En A. Rebollo, *Gestion empresarial estrategias del comercio minorista* (pág. 10). Madrid: Distribución y consumo .

Roberto Fernández, M. N. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. En M. N. Roberto Fernández, *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management* (pág. 30). Gran Bretaña: UNIVERSIA BUSINESS REVIEW.