



Tema 3:

La responsabilidad social corporativa y las RR. PP. de vanguardia



Índice

1. Una comunicación equilibrada con los públicos
2. Categorización de las responsabilidades
3. Responsabilidad pública versus responsabilidad social
4. Cómo contribuyen las rr.pp. a la responsabilidad de la organización



1. Una comunicación equilibrada con los públicos (I)

- ✓ La responsabilidad ante los públicos: premisa fundamental



Códigos éticos y deontológicos

- IPRA
- PRSA
- IABC
- CERP
- ADECEC
- ADC-DIRCOM



1. Una comunicación equilibrada con los públicos (II)

GARCÍA NIETO (1997)

“Las RR.PP. son una política gerencial **socialmente responsable** que deben regir la actuación de una persona natural o jurídica con el fin de alcanzar y mantener el mutuo entendimiento entre ella y sus públicos. Esta política gerencial se establece con el fin de responder prioritariamente a los intereses del público sin renunciar por ello al objetivo de formar y/o mantener una determinada imagen pública de dicha persona natural o jurídica, así como una actitud, intención y/o conducta favorable de sus públicos hacia ella, basándose en la investigación científica pertinente. Para conseguir tales fines, esta política gerencial utiliza todo tipo de técnicas, **comunicacionales persuasivas** (aunque éstas puedan presentarse con cualquier otra apariencia) y **no comunicacionales**, contando entre éstas las acciones aparentemente filantrópicas”.



1. Una comunicación equilibrada con los públicos (III)

PROPUESTA CONCEPTUAL

Filosofía, política o función gerencial basada en la responsabilidad social cuyo objeto material es la gestión de la relación de los diferentes **PÚBLICOS**, con el objetivo de garantizar la formación o mantenimiento de la imagen pública y actitudes favorables hacia una persona natural o jurídica, propiciando un estado de mutuo entendimiento.



1. Una comunicación equilibrada con los públicos (IV)

Responsabilidad Social Corporativa

La obligación ética o moral, voluntariamente asumida por la empresa como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa



1. Una comunicación equilibrada con los públicos (V)

ANÁLISIS DE CASO: Leche Infantil Nestlé

CONCLUSIONES:

- ❑ Son los públicos los que van a decidir si las organizaciones han sido o NO responsables
- ❑ Los profesionales de RR.PP. deben ayudar a la organización a tomar conciencia de la percepción de los públicos en cuanto a RSC
- ❑ Los profesionales de RR.PP. deben ayudar a los públicos a comprender el comportamiento de las organizaciones



2. Categorización de las responsabilidades (I)





2. Categorización de las responsabilidades (II)

Riesgos de una gestión inadecuada de la R.S.C....

- Hostilidad de las comunidades del entorno
- Boicot de consumidores/usuarios
- Foco de atención de los medios de comunicación
- Denuncia pública por parte de los medios de comunicación
- Reacción en contra por parte de los empleados
- Reserva de otras empresas/organizaciones para una posible colaboración
- Reserva del sector y de los mercados financieros
- Predisposición en contra de las autoridades públicas



2. Categorización de las responsabilidades (III)

...Que se traduce en:

- La pérdida de imagen y reputación corporativa
- El coste inmediato de gestión y coste de recuperación
- La amenaza en su rentabilidad a largo plazo

PÉRDIDA DE VALOR DE LA EMPRESA



3. Responsabilidad pública versus Responsabilidad social

Círculo de responsabilidades sociales en la actividad empresarial

(Davis y Blomstrom)

- ❑ Responsabilidad pública: compromisos primarios y secundarios
- ❑ Responsabilidad social: compromisos ante problemas sociales generales

“Una organización ejercerá la responsabilidad pública si atiende a sus problemas de RR.PP.” *(Bernays)*



RR.PP. = RESPONSABILIDAD PÚBLICA



4. Cómo contribuyen las RR.PP. a la responsabilidad corporativa (I)

- ❑ Comunicar a la organización lo que los públicos conciben como irresponsable
- ❑ Informar a los públicos de lo “responsable” e “irresponsable en el comportamiento de la organización



“Informes internos de responsabilidad social percibida”

“Informes externos”



4. Cómo contribuyen las RR.PP. a la responsabilidad corporativa (II)

“Informes internos de responsabilidad social percibida”



GESTIÓN DE CONFLICTOS POTENCIALES (Issues Management)

Jones y Chase

1. Identificación del tema, asunto o problema (issue) que potencialmente puede aparecer en la agenda pública
2. Análisis del mismo
3. Opciones estratégicas de modificación
4. Programas de acción sobre el mismo

PRÁCTICA 1: Issues management



4. Cómo contribuyen las RR.PP. a la responsabilidad corporativa (III)

“Informes externos”



AUDITORIA SOCIAL

BALANCE O INFORME SOCIAL

Informe de RSC de la compañía ERICSSON

(Anexo de documentación)