

RSE

Florencia Herrera

Representante del GT de comunicaciones
DERES - Uruguay



¿Comunicar o no comunicar?



RSE, RSC, RS, RC, DS,
CC.....

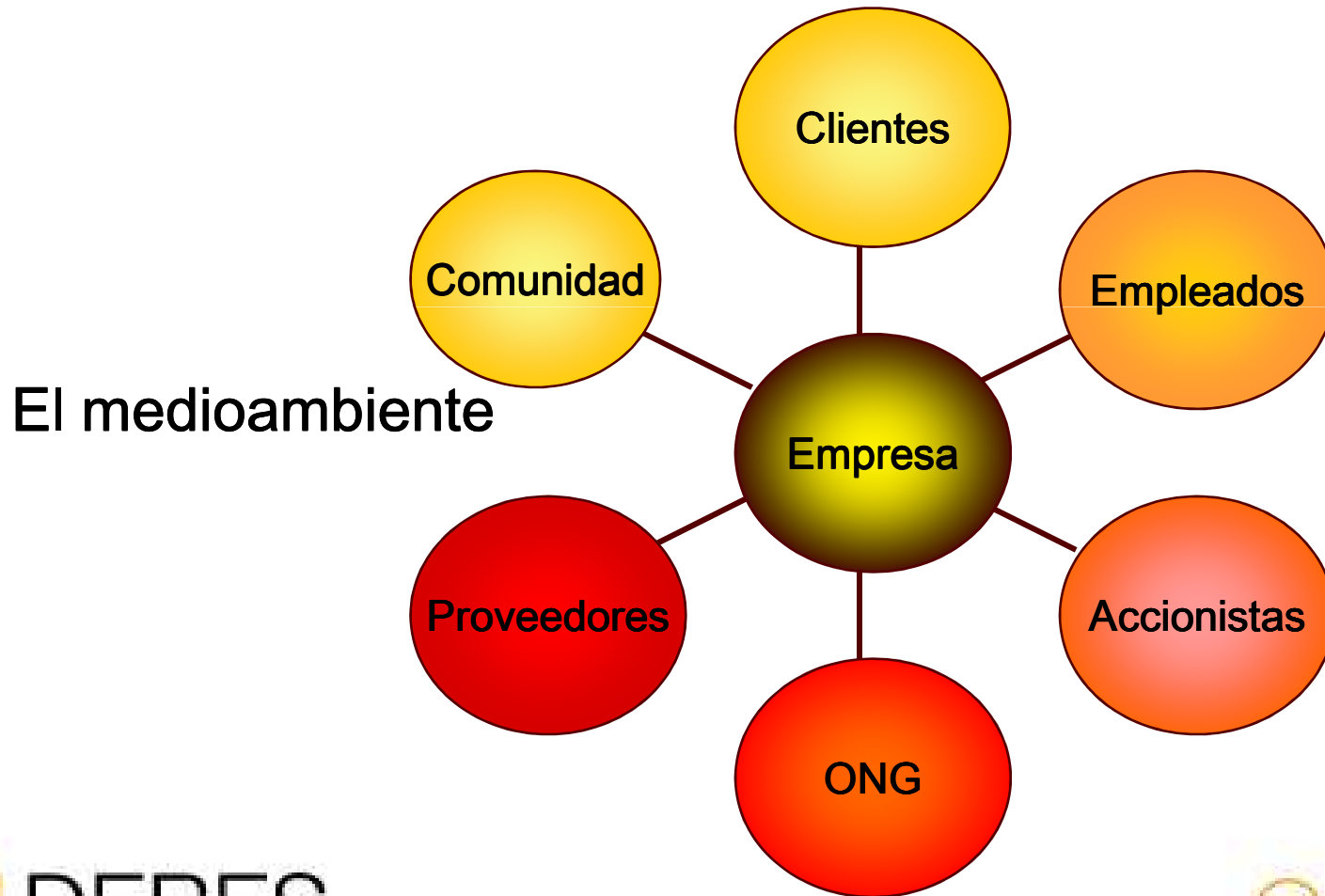
Definición de RSE

La RSE es una **visión de negocios** que incorpora a la gestión de la empresa, el **respeto** por:

- ✓ **Valores y principios éticos**
- ✓ **Calidad de vida laboral**
- ✓ **Apoyo a la Comunidad**
- ✓ **Marketing responsable**
- ✓ **Protección del medio ambiente**

Grupos de Interés

Una Empresa socialmente responsable concilia sus propios intereses con aquellos de las partes relacionadas (empleados, clientes, proveedores, comunidad, medioambiente)



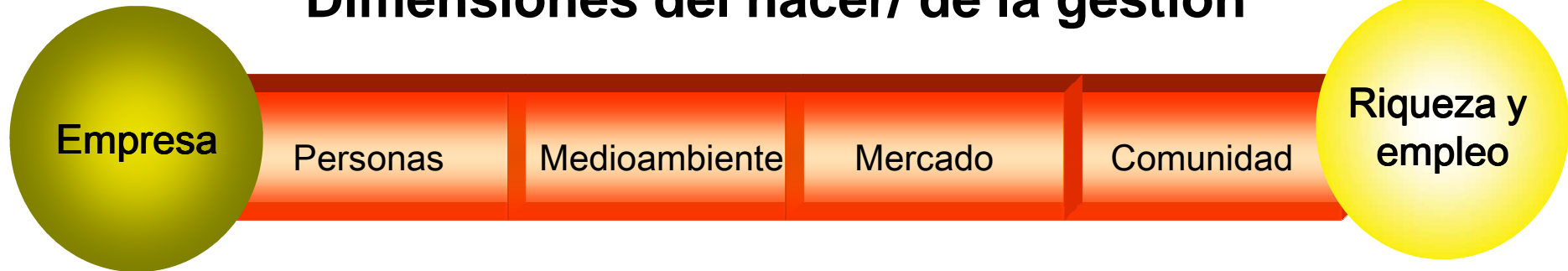
RSE

- Un modo de ser y hacer
- Forma parte del día a día de la empresa
- Afecta a todo el modelo productivo y la cadena de valor
- Implica a todas las áreas de la empresa
- Requiere un diálogo permanente con los grupos de interés

LA COMUNICACIÓN: ES PARTE INHERENTE Y ESENCIAL DE LA RSE

Mirada desde la comunicación

Dimensiones del hacer/ de la gestión



Sociedad/stakeholders/grupos de interés

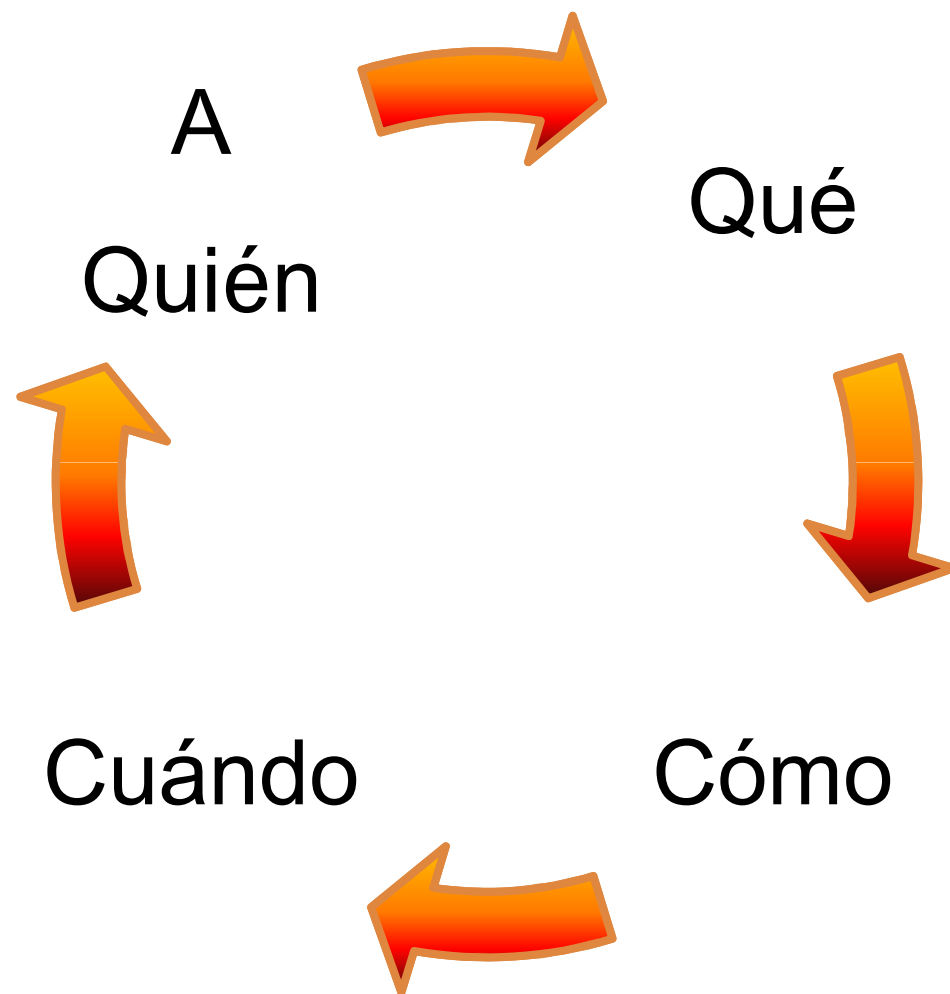
????????????????????

C ó m o

Responsabilidad
Gestión

“Nuevas”
responsabilidades

¿Comunicar o no comunicar?





¿Comunicar o no comunicar?

Falta de credibilidad



Miedos /Dudas:
Cosmética, (Green wash, Social wash), exposición, crítica, cuestionamiento

Demanda

Comunicar la RSE

La comunicación de la RSE es un proceso. Es la generación permanente y constante de información consistente (mensaje y acción) que permite la construcción de confianza.

Escuchar y dar respuestas.

Hablar de objetivos y también de acciones, resultados, aciertos y fallas

Comparar y medir

Generar mensajes y canales a la medida de los diferentes públicos

Requiere honestidad, transparencia y proactividad

Credibilidad y confianza

Beneficios de comunicar

- ✓ Respuesta a la demanda.
- ✓ Implementar significa comunicar.
- ✓ Generar/Recuperar credibilidad.
- ✓ Efecto contagio a otras empresas.
- ✓ Construcción junto con los demás actores sociales de los límites/ alcances de la RSE
- ✓ Reputación, imagen de marca.
- ✓ Rentabilidad + Motivación del personal+ Permanencia

Algunas sugerencias

- ✓ Tener una base sólida asegurada por una performance real.
- ✓ Reason Why.
- ✓ Diversos canales y mensajes.
- ✓ Lo bueno y lo no tanto.
- ✓ No declaraciones sino historias reales.
- ✓ Compromisos y las acciones.
- ✓ Comparación con otros y con uno mismo.
- ✓ Información veraz y contrastable.
- ✓ Poco pero consistente (Fix the basics).
- ✓ Involucramiento con los diferentes actores.

Honestidad, proactividad, transparencia

¿Cuándo sabemos que una empresa lo está haciendo bien?

Cuando esa empresa es reconocida por las diferentes audiencias como una empresa socialmente responsable. Cuando ha generado confianza.