

Responsabilidad social empresarial en la era digital (capítulo), en Estudios empresariales: retos y oportunidades para México.

Arévalo Martínez, Rebeca Illiana.

Resumen.

Las organizaciones privadas, también denominadas empresas, han incorporado en sus planes de comunicación aspectos de la responsabilidad social empresarial, entendida como el compromiso que establecen de manera consciente con respecto a no sólo cumplir con sus propios objetivos, sino también tener en cuenta las expectativas económicas, sociales y ambientales de sus grupos de interés, contribuyendo a la construcción del bien común. Asimismo, las empresas incorporan también mensajes sobre sustentabilidad, a fin de mostrar a sus diferentes públicos la forma en que están llevando a cabo su compromiso con el desarrollo de la sociedad.

Por otra parte, la integración de la tecnología en la comunicación, ha llevado a que las empresas también incluyan en su comunicación digital los aspectos que hacen visible su responsabilidad social empresarial. La ponencia titulada Responsabilidad social empresarial en la era digital presenta desde una perspectiva analítica una visión de las principales tácticas de comunicación digital que están llevando a cabo una muestra de organizaciones privadas, a la luz de la

responsabilidad social empresarial. Los hallazgos dan cuenta de aciertos y errores en la ejecución de la comunicación digital en las empresas analizadas y permiten identificar factores clave de éxito en ésta.

Abstract.

Private organizations, also known as companies, have incorporated into their communication plans aspects of corporate social responsibility, which is understood as the commitment they consciously establish not only to accomplish their own objectives, but also to consider the economic, social and environmental expectations of their interest groups, thus contributing to the construction of the common good. Companies also incorporate sustainability messages in order to show their different audiences how they are carrying out their commitment to the development of society.

On the other hand, the integration of technology in communication has led companies to also include in their digital communication those aspects that make their corporate social responsibility visible. The paper entitled “Corporate Social Responsibility in the Digital Age” presents, from an analytical perspective, a look at the main tactics of digital communication that are being carried out by a sample of private organizations, in the context of corporate social responsibility. The findings give an account of right and wrong decisions in the execution of digital communication in the analyzed companies and allow us to identify its key success factors.

Bibliografía.

Arévalo, R. (2018). Responsabilidad social empresarial en la era digital. En Burgueño, R., & Pasos R. (Coords.), *Estudios empresariales: retos y oportunidades para México* (pp. 256-272). México: Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Yucatán, Izcande.