



¿CÓMO COMUNICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES?

Comunicar la responsabilidad social empresarial de forma integral es clave para la construcción de la reputación, no importa el tamaño de la empresa.

Hay que entender que comunicar también es compartir lo hecho, y debe de ser tanto en lo interno como en lo externo. Ya no se cuestiona el comunicar, al contrario, fortalece las relaciones, da credibilidad y puede mejorar el clima laboral y reflejarse en el consumo por parte de los clientes actuales y potenciales.

En una Pyme, el comunicar la Responsabilidad Social, no necesariamente tiene que ser considerado como una fuerte inversión para la empresa. En muchas ocasiones, solamente es aprovechar lo que ya se tiene, lo importante es el contenido.

Cuando me piden alguna consultoría para estos temas de comunicación de la Responsabilidad Social y la Sustentabilidad, lo primero es que a la par del desarrollo de la propuesta de estrategia de RSE se lleve a cabo la de comunicación, para cerrar el círculo. Además, es conveniente siempre recordar que en estos temas todos los miembros de la empresa pueden comunicar.

Sugiero siempre iniciar con un análisis de los grupos de interés de la empresa y los medios de comunicación que se tienen para su relación con la empresa. Y el día de hoy me permito compartirles algunos tips para acompañar a la comunicación de la RSE en una Pyme.

- 1-. Comunicar la Responsabilidad debe ser comunicar gestión empresarial, no solamente acción social y algunas prácticas de cuidado del medioambiente.
- 2-. Hay que comunicar contenido, bases sólidas y logros tanto cuantitativos como cualitativos.
- 3-. Comunicar para impulsar el diálogo con los grupos de interés.
- 4-. La comunicación como creación de valor compartido.
- 5-. Considerar a la comunicación digital como un gran pilar de la reputación de la empresa.
- 6-. Comunicar acuerdos estratégicos y alianzas sociales.
- 7-. Dar espacio y visión a socios estratégicos.
- 8-. Comunicar construyendo historias y con un lenguaje inclusivo requiere profesionalización y especialización.
- 9-. Comunicar a través de los beneficiarios y los colaboradores genera credibilidad.
- 10-. Generar mensajes clave que puedan ser comprendidos por todos los grupos de interés.

Lo más importante es querer hacerlo y querer hacerlo bien y sobretodo comunicar siempre la verdad. ¡Vale la pena!

MTRA. MARTHA ELIZALDE DURÁN

ACADÉMICO DE FACULTAD DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO

MARTHA.ELIZALDE@ANAHUAC.MX

