



## Comunicación en la RSE

Existen activos intangibles, como la cultura organizativa, las personas y la imagen de la empresa, que muchas veces suelen ser más valiosos que los activos tangibles y que, al no considerarse, pueden perjudicar el éxito del plan estratégico de la empresa. En la formulación del plan de RSE es importante la comunicación, pues la sociedad valora que la empresa muestre un mensaje de transparencia en relación con sus acciones sociales, ambientales y económicas.

En el estudio exploratorio "Responsabilidad social en el Perú" realizado por ESAN en Lima, se entrevistó a diversos ejecutivos y destacaron cuatro empresas como las más responsables socialmente: Backus, Banco de Crédito, Telefónica y Minera Antamina. Estas empresas lograron captar la atención de los ejecutivos porque supieron comunicar sus acciones de manera efectiva.

Los entrevistados sostienen que los principales beneficios para las empresas que son socialmente responsable son: «mejorar la imagen y la reputación de la empresa», «estimular la productividad de los trabajadores» y «asegurar mayor satisfacción de los clientes».

La comunicación de la responsabilidad social es un factor para el éxito del plan de RSE, pues la sociedad valora que las empresas tengan como parte integrante de su visión estratégica de negocio el compromiso con la gestión ética y socialmente responsable.