



**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**  
**COMO ESTRATEGIA DE AMPLIFICACIÓN DEL VALOR DE UN MARCA**

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social).

### BENEFICIOS TANGIBLES

- Mejora de la productividad
- Crecimiento del ingreso
- Acceso a mds y capitales
- Reducción de costos operativos
- Gestión de recursos humanos
- Mejora del proceso ambiental
- Acceso a financiación más económica
- Contribución al crecimiento económico



### BENEFICIOS INTANGIBLES

- Valoración de la imagen institucional y de marca
- Mayor lealtad del consumidor
- Mayor capacidad de atraer y retener talentos
- Capacidad de adaptación
- Mejora relaciones con la autoridad
- Longevidad y disminución de conflictos
- Posicionamiento y diferenciación de marca

La responsabilidad social corporativa incide en la percepción de reputación corporativa de las empresas, en éste sentido, si bien la Responsabilidad Social se desarrolla en la empresa con la finalidad de mejorar y ser parte de la sociedad como un ciudadano corporativo. su introducción a los procesos significa el buscar una ventaja por sobre las otras empresas de su industria, redundando finalmente en resultados económicos.



Rendimiento particular/ individual de la organización.



Acciones comprometidas tomando en cuenta a la sociedad en la que se encuentra vinculada la organización.

## MODELO "DIAMANTE"

El modelo diamante de rsc se basa en los principios "starr" que facilita la organización, pero al mismo tiempo, maximiza el impacto de la rsc debido a la identificación los "pain points" entre cada variable

