

# Responsabilidad social empresarial (RSE) y stakeholders en la planificación estratégica

El análisis del entorno externo a la empresa es uno de los pasos menos conocidos de una correcta planificación estratégica, y cabe destacar la especial importancia de la gestión y el compromiso con los system stakeholders o grupos de interés, ya que una empresa se desarrolla en un entorno vivo, no hermético.

La responsabilidad social contribuye de manera activa al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, normalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.



Los stakeholders son todas aquellas personas a las que la actividad comercial de la empresa provoca un impacto, así como todas quienes puedan afectar a la propia empresa. Este término fue acuñado por R. Edward Freeman en 1984 en su obra: "Strategic Management: A Stakeholder Approach" y se ha venido utilizando desde entonces.

La empresa debe hacerse consciente de los stakeholders internos y directos, así como externos e indirectos, y en consecuencia disponer de una planificación que contemple a

todos estos.

Ésta y la sociedad circundante se encuentran fuertemente interrelacionadas, y debe establecerse en el momento y lugar adecuados, para evitar presiones indeseadas.

Se trata de un factor importante en el éxito de las empresas, sobre todo en las PYMES, ya que dependen en mayor medida de su entorno inmediato, y mucho menos de otros ingresos como pudieran ser las exportaciones, y desatender la preferencia de los consumidores y las tendencias del mercado, pudieran constituir un error fatal.

Por estos es, que muchas empresas realizan productos alternativos para abarcar los consumidores que conforman nichos de mercado, en su afán de conseguir una buena imagen para sí mismos, lo que se conoce como branding. Entre otros tenemos el caso de una conocida marca de refrescos que perdía dinero por mantener un producto, pero a la que no le convenía la mala reputación que les produciría el ignorar a los consumidores de un sector significativo de la sociedad y retirar éste de la gama de productos.

Día a día cada vez se tiene más en cuenta la responsabilidad social a la hora de planificar la estrategia de la empresa, pero hay una fuerte controversia acerca de dónde está el punto de inflexión entre las obligaciones que la empresa debe que asumir con la sociedad y donde deben hacerse cargo los órganos e instituciones públicos, a fin de cuentas, esto implica que la empresa invierta unos recursos en este asunto, que pudiera invertir en otros asuntos, y he aquí donde una buena planificación puede marcar la diferencia.