



# ¿Por qué es momento de comunicar tus planes de Responsabilidad Social?

Con base al estudio "CÓMO SE COMPORTAN LOS MEXICANOS ANTE EL FENÓMENO TRUMP" de De la Riva Group

**A**ctualmente nuestro país enfrenta una de las mayores crisis políticas, viéndose intensificada por las tensiones entre el Presidente de los Estados Unidos de América y México. El que nuestro país se haya convertido en un tema de la agenda política de Donald Trump, ha obligado a los ciudadanos, marcas, instituciones y a las empresas a tomar posturas y decisiones.

Si bien el contexto político ha sido motivo de tristeza, enojo o resistencia para muchos mexicanos, otros están optando por derribar muros, buscar autonomía, encontrar nuevos enfoques y construir soluciones creativas e innovadoras ante la sensación de caos.

### ¿Pero, tú que puedes hacer como marca?

Es momento de retomar tu propósito social en el país y convertirlo en parte de tu plan de acción. Sin embargo, tus ideales tienen que estar respaldadas por acciones para lograr convertirte en una marca "que está con los mexicanos". Lo anterior no aplica únicamente a empresas mexicanas. Aun siendo una empresa extranjera es tu momento para destacar y demostrar lo que haces por la economía nacional y por el país.

Las marcas o empresas deben estar en constante contacto con sus grupos de interés para saber cuál es la mejor manera de integrar y realizar estrategias responsables con la sociedad. Por esta razón, ante el actual contexto político y económico no debes ni alimentar el pánico, ni caer en comunicación optimista que no tenga substancia, ¡es tu momento de destacar qué es lo que estás haciendo por el país como marca!

La Responsabilidad Social Corporativa per se, significa una aportación social que dota de significado a la relación que existe entre empresas y sus *stakeholders*; así, es esencial que las marcas continúen desempeñando estrategias sociales, involucrando e incluyendo activamente a sus consumidores.

Tradicionalmente, se ha relacionado a la responsabilidad social como un medio para mejorar la reputación de las empresas, sin embargo, las acciones de responsabilidad social corporativa deben reconocer el pleno convencimiento del avance social. Además, cuando esta comunicación es veraz y coherente, es capaz de funcionar como un impulsor de reputación corporativa que continuamente se aleja de solamente aparentar ser responsable.

Como marca, tu responsabilidad social va más allá de la ayuda y el establecimiento de acciones filantrópicas: tú puedes convertirte en un aliado de los mexicanos, crear nuevas perspectivas inspiradoras en los individuos y fomentar nuevas actitudes sociales en tus consumidores. ●

### Bibliografía

Cómo se comportan los mexicanos frente al fenómeno Trump, 2016. Un estudio de De la Riva Group.  
Si quieres conocer más, descarga el informe aquí: <http://www.delarivagroup.com/think-tank/micro-tendencias/>