

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL DEPORTE

AUTORA

Gema Lobillo Mora
Universidad de Málaga
gmlobillo@uma.es

La Responsabilidad Social Corporativa nace en el ámbito organizacional como una forma de devolverle a la sociedad lo que la sociedad le ha ofrecido a la empresa, para su desarrollo y evolución, pero en nuestros días esta denominación de Responsabilidad Social es utilizada en muchos casos como Marketing social que intenta aprovechar la buena imagen de estos proyectos en beneficio propio. Si estudiamos el ámbito deportivo, podemos observar como el deporte es tanto receptor como emisor de estos proyectos y sus objetivos son de diversa índole.

Objetivos de la investigación

La finalidad de este estudio es demostrar como la RSC es una herramienta de comunicación para las organizaciones deportivas como parte receptora como emisora de distintos programas que se llevan a cabo para mejorar la imagen de un club de fútbol o una entidad deportiva. Tal como plantea Olabe (2012) cuando analiza la RSC en el deporte.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Corporativa - Deporte – Comunicación Deportiva – Marketing social