

Instituto Tecnológico Nacional de México

Maestría en Ingeniería Administrativa



RESPONSABILIDAD SOCIAL COMPARTIDA

Fundamentos de Ingeniería Administrativa



Por: Sánchez Ávila María Fernanda

2016

Contenido

Introducción.....	2
Generalidades.....	3
¿Qué es la Responsabilidad Social Compartida?	4
Responsabilidad Social Corporativa.....	4
Evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa.....	5
Principios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	7
Grupos de interés, partes interesadas o stakeholders	9
Repercusiones positivas de una Responsabilidad Social Empresarial Congruente...	9
Conclusión	10
Propuesta de tema de tesis.....	11
Objetivo General	11
Agradecimientos	11
Referencias	12

Introducción

En la actualidad, un número importante de las organizaciones contribuyen al mantenimiento y desarrollo de su entorno social, por medio de sus políticas o de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, y en este sentido las empresas ya no son solo agentes económicos, sino que con el paso del tiempo y las exigencias de la vida misma han ido evolucionando, hasta llegar a ser actores sociales activos que tiene como principal objetivo, resolver cuestiones como buscar un equilibrio entre el nuevo orden social y económico, buscando siempre un reparto equitativo.

Hoy en día, la gran mayoría afirma que la responsabilidad social de las empresas debe de ir en busca de algo más que un beneficio económico, y que busquen tomar un rol social.

La RSE¹ tiene un impacto también en la reputación de la empresa, por lo que la evaluación de los stakeholders (clientes y el público en general) se ve impactada de igual manera durante un largo tiempo.

En la investigación realizada sobre este tema, se entenderá los principales factores que llevan a las empresas a ser socialmente responsables, los beneficios que obtienen, pero además en qué cuestiones puede impactar a la sociedad.

Palabras claves:

- Corresponsabilidad
- Responsabilidad Social
- Empresas
- Principios
- Valores

¹ Responsabilidad Social Empresarial

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMPARTIDA

Generalidades

Relativamente hasta hace poco tiempo, se podía asumir que la responsabilidad social de las empresas u organizaciones era únicamente la de generar utilidades para sus empleados.

Hoy en día, esta concepción es completamente errónea e inaceptable, ya que además de generar utilidades la organización también debe de tomar en cuenta que todas las actividades que realizan afectan de manera positiva o negativa a la calidad de vida de sus colaboradores y por supuesto, a las comunidades en donde se realizan las operaciones.

Como una consecuencia de esto, un número alto de empresas perciben el término de responsabilidad social como un tema que no está restringido únicamente a las acciones sociales o ambientales que desarrollan las empresas dentro de las comunidades, sino que también tienen que ver con un diálogo e interacción que se relacionen con las organizaciones.

Para que las empresas actúen con responsabilidad social, es necesario que este concepto se incorpore a sus procesos de gestión y que por lo tanto, pasen a formar una parte integral de las estrategias de los negocios y del sistema de planeación interna.

(Cajiga Calderón)

¿Qué es la Responsabilidad Social Compartida?

En un mundo como en el que vivimos, tan globalizado e interdependiente, las organizaciones y ciudadanos reconocen que nos encontramos en un cambio de época en el que el desarrollo de una cultura de Responsabilidad Social Compartida, es decir, de corresponsabilidad, resulta primordial y clave. (APENB, 2011)

Ser corresponsable quiere decir: «Que comparte responsabilidad con otro u otros» (RAE, 2014).

Responsabilidad Social Corporativa

La preocupación existente por la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) o bien la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un fenómeno que viene existiendo desde hace ya varios años, y además llama la atención de las organizaciones en especial de las grandes corporaciones; así como de la sociedad en general, instituciones públicas e incluso de organismos unilaterales como las Naciones Unidas.

Pero, ¿cómo surge? Lo hace principalmente de la preocupación de la sociedad por cuestiones de tipo ética, social y/o medioambiental.

Durante los últimos años que han transcurrido, los modelos para la gestión empresarial se han ido empujando para abandonar la gestión tradicional, la cual estaba orientada básicamente a la obtención de algunos beneficios y rendimiento económico, como un único indicador de bienestar social de la comunidad.

Se sabe que las organizaciones que logren sobrevivir, afianzarse y sobre todo tener éxito en estos tiempos, serán pues precisamente aquellas que puedan trabajar de manera simultánea en las dimensiones sociales, económicas y medioambientales de las organizaciones o negocios.

Evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa

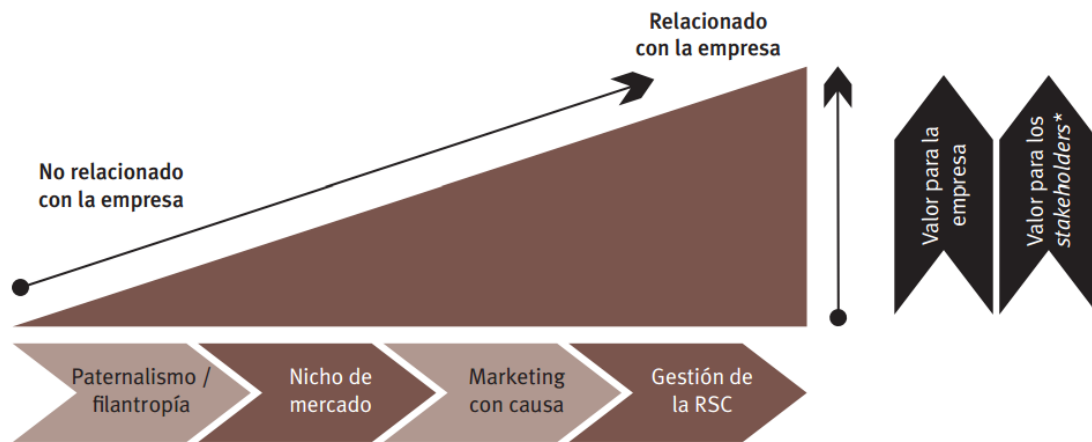


Ilustración 1 Evolución del concepto de RSC (Pesce, 2010)

Aunque no existe una definición consensuada sobre la RSC, las empresas u organizaciones son las principales interesadas en resolver el problema ya que sus directivos tienen un amplio margen de estrategias para implementarla.

Dentro del entorno socioeconómico podemos ver que la economía avanza tan rápidamente que la libre competencia es la que marca las pautas para el éxito de las empresas, y es aquí en donde la sociedad adquiere ya un valor no sólo como clientes, sino como un grupo de interés que exige un cambio de rumbo.

Así pues, algunos de los enfoques bajo los cuales se analiza el modelo socioeconómico son:

- Control de la calidad en las decisiones del mercado.
- Calidad de vida, conservación de los recursos y la armonía con la naturaleza.
- Remuneración equilibrada tanto en lo económico como en lo social.

- Empresa como un sistema abierto.
- Intereses de la comunidad.

(Mirones, 2011)



Ilustración 2 Nuevo entorno económico (Mirones, 2011)

La RSC consiste en asumir de manera consciente compromisos que van más allá de obligaciones convencionales y reglamentarias, que deberían de cumplirse bajo cualquier circunstancia.

A nivel mundial existen definiciones que permiten dar una idea bastante amplia acerca del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pero muchas de ellas no indican cómo se puede implementar en una empresa.

Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Los diversos ámbitos de la RSE responden normalmente a principios empresariales que son universales, y es la profundización y el conocimiento quienes aseguran que su implementación sea exitosa.

- Empleo digno.
- Solidaridad
- Respeto a la dignidad de las personas
- Confianza
- Corresponsabilidad
- Ética en los negocios
- Vinculación con la comunidad
- Honestidad y legalidad
- Desarrollo social
- Justicia y equidad
- Transparencia
- Contribución al bien común
- Empresarialidad
- Prevención de negocios ilícitos.

En base a estos principios, una empresa u organización es socialmente responsable cuando asume a la ciudadanía como una parte fundamental en sus propósitos, y que fundamente su visión y compromiso social con aquellos principios y acciones que permitan beneficiar a su negocio y además impacten de manera positiva a las comunidades en las que opera.

(Cajiga Calderón)

Así la idea de una ciudadanía corporativa se sustenta en cuatro aspectos generales. A saber:

Comportamiento Corporativo	Acción Económica	El impacto económico de la compañía a nivel local, regional, nacional y/o supranacional.
	Acción Social	Implicación de la compañía en temas sociales, incluyendo los derechos humanos en el trabajo.
	Acción medioambiental	Implicación de la compañía en temas medioambientales.
Ética Corporativa	Gobierno Corporativo	La gestión ética y transparente en el gobierno de la empresa.
	Ética de Negocio	La producción y comercialización ética de los productos y servicios de la compañía.
Relaciones Corporativas		Las vinculaciones establecidas con los diferentes públicos de la compañía.
Política de Ciudadanía Corporativa		Los compromisos, estrategias y prácticas operativas para el desarrollo, evaluación y control de la realización de los tres aspectos anteriores.

Ilustración 3 Componentes de la ciudadanía corporativa (Capriotti & Schulze, 2010)

Grupos de interés, partes interesadas o stakeholders

Se ha llegado a la conclusión de que para la empresa existen algunos grupos de interés básicos.

TABLA 1 Clasificación grupos de interés	
PRIMARIOS Aquellos que mantienen una elevada interdependencia con la empresa (accionistas, empleados, clientes, gobierno y comunidades).	SECUNDARIOS Aquellos que influyen o afectan (o son influidos o afectados) por la empresa (medios de comunicación y grupos de interés diverso).
CLAVE Aquellos que pueden interferir significativamente en el <i>cash flow</i> presente y esperado de la empresa (proveedores principales, clientes y empleados).	EMERGENTES Aquellos sin influencia presente en el <i>cash flow</i> , pero con posibilidad de alterarlo en el futuro (proveedores que pueden ganar influencia, ONG's comprometidas con aspectos sensibles generados por externalidades negativas de las empresas, o políticos que pueden cambiar el marco institucional).
PRINCIPALES Incluyen los primarios de la primera tipología, y, además, los competidores, las agencias de desarrollo, gobiernos y comunidades locales, emprendedores sociales y ONG's que pueden interferir en el <i>cash flow</i> presente y esperado de la empresa (proveedores principales, clientes y empleados).	PERIFÉRICOS Incluye a los pobres y sin voz, los aislados, los desinteresados, los divergentes, los adversarios y los no humanos (biodiversidad).

Ilustración 4 Clasificación de grupos de interés (Clarkson, 1995)

El diálogo entre las partes interesadas y la empresa resulta, por lo tanto, algo estratégico. Ya que como es obvio, las relaciones que pueden surgir no son siempre del mismo tipo, y aunque lo fueran no sería lógico. Es por ello, que es muy importante elaborar un mapa de las partes interesadas de cada una de las organizaciones a evaluar y valorar su importancia.

Repercusiones positivas de una Responsabilidad Social Empresarial Congruente

- Lealtad y una menor rotación de los grupos de relación (stakeholders)
- Contribución al desarrollo del bien común y de las comunidades
- Mejoramiento de las relaciones entre vecinos y autoridades
- Acceso a capital, ya que se incrementa el valor de las inversiones y la rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocios mejor informadas.

Conclusión

Una conclusión a lo anterior es que la responsabilidad social de las empresas es colectiva, ya que pertenece tanto a la comunidad como a las empresas. Esa responsabilidad compartida puede a veces ser personal, por ejemplo, cuando se trate de cumplir con aspectos como derechos humanos.

Cada uno de los integrantes dentro de las empresas debe de asumir ese rol de responsabilidad, y no tan solo con los propios miembros de la organización sino también con los ciudadanos, ya que es algo que se debe de exigir a las personas, sin importar sus circunstancias.

Otra de las ocasiones, la responsabilidad se verá atribuida a cada uno de acuerdo a su función o a su posición dentro de la organización, pero además todos compartirán las responsabilidades derivadas de la gestión de la empresa, siempre y cuando formen equipos que marchen en conjunto con la empresa.

Propuesta de tema de tesis

Responsabilidad Social Empresarial como base de estrategia competitiva en las organizaciones.

Objetivo General

Establecer la estrategia adecuada sobre Responsabilidad Social Empresarial para generar una estrategia competitiva dentro de las organizaciones.

Agradecimientos

Al Tecnológico Nacional de México por ser mi alma máter y al Dr. Fernando Aguirre y Hernández por su apoyo y motivación para realizar estos artículos en la materia de Fundamentos de Ingeniería Administrativa.

Referencias

- APENB. (2 de Noviembre de 2011). *Asociación Profesional Española de Naturopatía y Bioterapia*. Recuperado el 13 de Abril de 2016, de <http://www.apenb.org/apenbweb/responsabilidad-social-compartida/>
- Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Cd. de México: Centro Mexicano para la filantropía.
- Capriotti, P., & Schulze, F. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial*. Barcelona (España): Colección Libros de la Empresa.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholders Framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 92-117.
- Mirones, M. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa*. CEOE CEPYME Cantabria.
- Pesce, D. (2010). Jornada sobre la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social. *Cámara de Comercio de Santiago*, <http://www.ccs.cl/html/eventos/2010/>.
- RAE. (2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 13 de Abril de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=Az1v23k>