



S.E.P

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE
ORIZABA**

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
MAESTRIA EN INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

“ARTICULO 11:”

“RSC (RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA)”

PRESENTA:

Efraín Hernández Morales

MATERIA:

Fundamentos de Ingeniería Administrativa

PROFESOR:

Dr. Fernando Aguirre y Hernandez

09/10/2017

Orizaba Ver.

Fecha

Contenido

- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC). 1
 - Introducción. 1
 - Conceptos básicos..... 2
- RSC..... 3
 - Principios de la RSC 4
 - Grado de compromiso de una organización con la RSC. 6
 - Dimensiones de la RSC..... 7
- Áreas de trabajo en los que se desarrolla la RSC..... 8
 - Ámbitos que influyen en la RSC. 9
- Stakeholder (grupos de interés) de la RSC..... 10
- Conclusión..... 11
- Propuesta de tesis..... 11
- Agradecimiento. 11

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC).

Introducción.

Las organizaciones a lo largo de su existencia siempre han generado sus ganancias a costa de otros. En todos los procesos existentes de una organización, siempre es necesario hacer uso de recursos (humanos, financieros, materiales, técnicos o tecnológicos).

Anteriormente las empresas, solo veían por sus propios intereses y nada más, no le interesaba alguna otra cosa que no fuera buenos resultados en cuestión de utilidades. Las actividades que realizan afectan la calidad de vida de su personal, ya sea positiva o negativamente.

Así como las actividades de las organizaciones afecta el estilo de vida de sus colaboradores, las acciones que realiza tienen impactos positivos o negativos en el área o región donde se encuentran establecidas, es decir, los procesos que lleven a cabo las compañías puede generar tanto beneficios como perjuicios a las comunidades adyacentes, así como también, al medio ambiente.

En años más recientes, las compañías han cambiado su forma de pensar, ya no solo piensan en ellas mismas, sino que también piensan en los otros factores que le ayudan a alcanzar sus objetivos.

Actualmente las organizaciones retribuyen a la sociedad, ambiente y a sus colaboradores, parte de los beneficios que logra con las actividades realizadas por estos factores. Es así como nace la “Responsabilidad Social Corporativa”.

Conceptos básicos.

Los siguientes conceptos definen el término de Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC):

- *Responsabilidad*: persona consiente de sus acciones, la cual sabe que estas son la causa indirecta o directa de un hecho, el cual puede ser imputado y la persona debe responder por eso actos (Ucha, Definicion ABC, 2008).
- *Social*: es un concepto sociológico que se hace referencia a las relaciones que se establecen en una comunidad, es decir, el termino social engloba todas las relaciones entre seres vivos (Wikipedia, 2017).
- *Responsabilidad social*: compromiso que tiene la ciudadanía, instituciones públicas y privadas, organismos sociales, en general, para aportar al crecimiento del bienestar de la sociedad local y global (Fernández García, 2010).
- *RSC*: visión de negocios en donde se realiza una agrupación del respeto hacia personas, valores éticos, comunidad y medioambiente por parte de la empresa (Cajiga Calderon, 2008).

Otro concepto de RSC es el siguiente:

- *RSC*: filosofía empresarial que se origina de la idea de brindar beneficios a la sociedad como retribución por los posibles daños que la instalación de la empresa haya ocasionado (Ruiz Otero, Gago García, García Leal, & Lopez Barra, 2012).

Se puede decir que la RSC es una metodología que han adoptado las organizaciones para retornar un poco de los beneficios que generan, a través de los elementos que toman del medio ambiente, sociedad y su personal, es decir, el impacto que causan las empresas en estos factores, es retribuido de diferentes formas.

RSC.

En años más recientes, la administración dentro de las organizaciones se ha visto forzada a dejar de lado paulatinamente la forma tradicional de gestionarse, la cual solo se enfocaba únicamente en obtener beneficios y buen rendimiento económico, como el único punto de referencia del bienestar social de la comunidad.

La creciente preocupación por la RSC es una filosofía que, desde hace varios años, ha venido llamando la atención de las organizaciones (concretamente, a los grandes corporativos), sociedades civiles e instituciones públicas. La RSC tiene su origen, en la creciente preocupación de la sociedad en aspectos éticos, sociales y medio ambientales.

Algunas de las organizaciones que logran sobrevivir y gozar de éxito actualmente, son aquellas que colaboren al mismo tiempo las dimensiones social, económica y medio ambiental de los negocios. No se debe olvidar que las empresas son ideas que se vuelven proyectos, los cuales son desarrollados por personas, con personas y para las personas (Domínguez Martín, 2011).

Las empresas al igual que las personas físicas deben cumplir con cierto lineamientos legales y se responsables, comportándose cívica y éticamente ante la sociedad, ya que este espera que las organizaciones sean responsables de sus acciones, siendo las compañías buenas ciudadanas.

La RSC debe, fundamentarse de los valores descritos por la empresa y debe estar plasmada en una integración de políticas, actividades y programas a lo largo de los procesos de la organización para hacerla parte de la compañía. Sin embargo, en caso contrario, se llegaría a tener riesgo al aplicar prácticas, que aunque sean socialmente responsables, al no seguir lineamientos establecidos o mandatos, la RSC corre peligro de suspenderse ante cualquier actividad, crisis empresarial o cambio de dirección de la organización.

Principios de la RSC

Las organizaciones transforman los productos o servicios para cumplir con las demandas de los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades, con la finalidad de generar el máximo beneficio que sea posible.

Actualmente las nuevas tendencias en las economías de mercado¹, no solo tienen como meta incrementar los beneficios obtenidos, sino también manifestarse mediante la RSC en su administración. La tendencia se ha desarrollado principalmente en las sociedades desarrolladas, las cuales creen que las organizaciones deben retribuir o regresarle a la sociedad parte de las ganancias que logran a través de sus actividades.

Las organizaciones expresan que además de tener responsabilidades y obligaciones con sus socios, también deben responder por los impactos y estragos ambientales y sociales de sus actividades. Las razones de la empresa por hacer hincapié en las tareas de responsabilidad social, son porque estas generan ventaja competitiva, al incrementar y potenciar la buena imagen de las compañías de cara a los clientes.

Para las empresas en la actualidad es vital que en la ejecución de sus actividades, hagan uso de políticas sustentables, es decir, políticas que cumplan y satisfagan las necesidades que estén presentes y futuras, pero sin descuidar las peticiones de la sociedad.

Los principios bajo los cuales se rige la RSC son los siguientes según (Creative commons, 2013):

¹ *Economía de mercado*: es la organización y asignación de productos y servicios que nacen del juego entre la oferta y demanda (Wikipedia, 2017).

1. *El cumplimiento de legislaciones* nacionales que se encuentren vigentes y con especial cuidado en las normas internacionales, por ejemplo: Derechos Humanos, normas de la ONU acerca de la responsabilidad de las empresas transnacionales y otra empresa comerciales.
2. *Carácter global*: la RSC influye en todas las áreas de la organización, así como también, en sus participantes y áreas geográficas en donde realice sus actividades. Por lo tanto afecta en algún grado a toda la cadena de valor que se requiere para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien,
3. La RSC actúa sobre los *Compromisos éticos objetivos*, los cuales de esta manera se vuelven obligaciones para quien las adquiere.
4. Se presenta en los *impactos que genera la actividad empresarial*, en los aspectos sociales, económicos y medioambientales.
5. Se enfoca a la *satisfacción e información* de las expectativas de los grupos interesados.

En tabla 1 se muestra la diferencia entre la RSC y las actividades filantrópicas

Tabla 1: Matriz diferencial entre RSC y otras situaciones de la empresa. Fuente: **(Fernández García, 2010)**

		Interés propio		
		Muy bajo		Alto
Compromiso social	Alto	Filantropía	Economía social convencional	Responsabilidad Social
	Bajo	Caridad	Empresa de economía convencional	Marketing con causa
		Fracaso cierto	Negocio puro	Negocio especulativo

Las acciones realizadas por la RSC, no se deben confundir con actividades de patrocinio, donaciones o estrategia empresarial, que solo busquen limpiar la imagen de la organización o mejorar sus reputación de cara con el consumidor.

Otro punto con el que no se debe confundir o asociar, es con el marketing con causa, la cual es una técnica por medio de la cual una organización se compromete a brindar apoyo a un proyecto social a cambio de beneficiar su imagen.

La RSC es una herramienta administrativa muy rentable y que es aplicable a la actividad básica de la organización, la cual debe ser permanente dentro de la empresa y que requiere que los directivos estén comprometidos con ella.

Grado de compromiso de una organización con la RSC.

Para detectar que tan comprometida esta la organización con respecto a la RSC, se pueden observar las siguientes áreas:

- *Principios éticos y valores:* hace referencia a la integración de principios en la toma de decisiones para realizar los procesos y objetivos estratégicos propuestos por la empresa. Los principios básicos, son los ideales y creencias que sirven como punto de referencia para la toma de decisiones. A este punto se le conoce como “enfoque de negocios basado en valores”.
- *Apoyo a la comunidad:* son las actividades que la empresa realiza para incrementar el impacto de sus contribuciones, sean estos monetarios, producto, tiempo, conocimiento u otro recurso que estén destinados a las comunidades.
- *Marketing responsable:* políticas que incluyan un conjunto de decisiones de la organización relacionados con el consumidor y se une con la integridad del producto.
- *Cuidado del medio ambiente:* el compromiso de la organización con el medio ambiente y desarrollo sostenible
- *Condición del área de trabajo y empleo:* hace alusión a las políticas de los recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensación y beneficios.

Dimensiones de la RSC.

La RSC abarca diferentes aspectos la organización; la responsabilidad integral implica el análisis y la delimitación del alcance que la empresa lograra, este alcance se establece y se relaciona con las diferentes necesidades, valores y expectativas que forman el quehacer y ser de las personas y de las sociedades con las que interactúa; las dimensiones o niveles de RSC de pueden agrupar de la siguiente manera

- *Dimensión económica interna:* la responsabilidad se basa en la generación y distribución de valores agregados entre colaboradores y accionistas; no solo se considera las condiciones del mercado si no también se incluyen la equidad y la justicia.
- *Dimensión económica externa:* incluye la creación y distribución de productos y servicios útiles y rentables para la sociedad, así como también, su aportación a la causa pública a través de la contribución impositiva. Además la organización tiene que participar en la delimitación y aplicación de los planes económicos del área donde se encuentra y país.
- *Dimensión social interna:* incluye la responsabilidad compartida y subsidiaria de colaboradores, directivos, accionistas y proveedores para el cuidado e inculcación de la cultura y calidad de vida en el trabajo, así como también, el desarrollo pleno e integral de todos.
- *Dimensión sociocultural y política externa:* implica la realización de acciones y contribuciones propias y gremiales seleccionadas para aportar con tiempo y recurso al desarrollo de condiciones que permiten y benefician al crecimiento del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las sociedades y comunidades.

- *Dimensión ecológica interna:* es la responsabilidad total de la empresa acerca de las consecuencias que causa en el ambiente, las acciones que realiza al ejecutar sus procesos, elaborar sus productos y subproductos; teniendo esto en cuenta las organizaciones ven la prevención y reparación de los estragos que causen.
- *Dimensión ecológica externa:* incluye la realización de actividades específicas para contribuir a la preservación y mejoramiento de la ecología, para el bien de la humanidad actual y futura.

Realizar el análisis de cada dimensión, lleva a la definición de las estrategias de acciones concretas para que cada empresa actúe de acuerdo a su contexto, tome a su cargo y costo la elaboración de proyectos completos individuales o grupales.

Áreas de trabajo en los que se desarrolla la RSC

Según Ruiz Otero, Gago García, García Leal, & Lopez Barra (2012), las áreas de trabajo en la RSC son las siguientes:

- *Responsabilidad social ética:* comprende un comportamiento enfocado en la justicia de las organizaciones con las agrupaciones sociales con los que se relaciona.
- *Responsabilidad social económica:* es la forma en cómo se genera riqueza en la organización y como se divide entre los grupos de interés.
- *Responsabilidad social legal:* comprende el compromiso que debe ir más allá del cumplimiento de los factores legales.

Ámbitos que influyen en la RSC.

Las áreas de trabajo en las que se desarrollan la RSC influyen y afecta a distintos ámbitos de la administración de la empresa, los cuales son los siguientes:

- *Derechos humanos:* los derechos humanos definen que las organizaciones tiene el deber de observar, promover y respetar los derechos humanos. Las empresas como organismos sociales, tienen la obligación de cumplir las reglas internacionales en materia de derechos humanos.
- *Derechos laborales:* la Organización Internacional del trabajo (OIT), ha decretado más de 200 normas en materia de condiciones laborales. Algunas de ellas, estipulan los cuatro derechos principales del trabajador: libre asociación, prohibición del trabajo forzoso, prohibición del trabajo infantil y la no discriminación.
- *Medio ambiente:* La ONU reconoce el desarrollo sustentable como un objetivo global. Dentro de este ámbito existen acuerdos en donde se aclaran las responsabilidades de las organizaciones con respecto a los impactos que generan sus procesos, productos y servicios en la calidad del aire, agua, biodiversidad, clima, entre otros factores.
- *Proteccion del consumidor:* este ámbito se basa en los siguientes ocho principios establecidos por la dirección de la ONU para protección del consumidor: el derecho al acceso de bienes y servicios básicos, seguridad, salud, derecho a la información, elegir, ser escuchado y reclamar, el derecho a la educación como consumidor y por ultimo el derecho a la sustentabilidad.
- *Salud:* las empresas están obligadas a contribuir a la no discriminacion, en lo que respecto al acceso a bienes y servicios de salud, principalmente a los grupos más frágiles de la sociedad (Creative commons, 2013).

Stakeholder (grupos de interés) de la RSC.

Uno de los principales retos a los que se encara las organizaciones en los últimos años es satisfacer las necesidades que demandan las personas y grupos que interactúan entre sí.

Los *stakeholders* o grupos de interés (públicos, privados, individuales o grupales) se relacionan con las organizaciones y tienen gran influencia en los comportamientos que las empresas desarrollan.

Los grupos de interés con los que una compañía puede interactuar o relacionarse son muy variados y no son solo accionistas, trabajadores, socios, inversiones, clientes, proveedores, sindicatos, competencia, entre otros.

Las empresas también tienen fijos sus intereses en relación con otras instituciones: organismos no gubernamentales, medio de comunicación, administración pública, agentes sociales y público general.

Las empresas se empeñan en interactuar con los stakeholder, con la finalidad de conocer sus opiniones sobre algunas temáticas sociales, debido a que pueden ejercer mucha presión al público genera.



Figura 1: Stakeholder para las organizaciones. Fuente: (Roman López, 2016).

Conclusión.

La RSC es un método muy eficiente, por medio del cual las organizaciones pueden incrementar su nivel de competitividad al cumplir con las demandas que exige la sociedad; debido que las empresas toman lo que necesitan de las comunidades, estas esperan algo de vuelta.

La RSC genera beneficios tanto para la empresa como para el ambiente que la rodea, y es una política que brinda una buena imagen y prestigio a las organizaciones de cara a los clientes.

El auge que ha tenido la RSC en las compañías, ha sido muy grande y provechoso para las partes implicadas en el contexto que engloba dicha responsabilidad. Esta responsabilidad ha resultado que muchas organizaciones en la actualidad aplican políticas que sean más amigables para el entorno que la rodea, su personal y clientes.

Propuesta de tesis.

Incrementar la competitividad y credibilidad de las pymes en la región de Orizaba, contribuyendo en la mejora de las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones.

Agradecimiento.

Agradezco profundamente al Instituto Tecnológico de Orizaba por contribuir a mi formación profesional hasta el día de hoy, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por el apoyo económico que me brinda para seguir con mis estudios de maestría, a los profesores de la Maestría en Ingeniería Administrativa por darme la oportunidad de ingresar al programa y por último al Dr. Fernando Aguirre y Hernandez por fomentarme la cultura de escritura y lectura de artículos.

Referencias

- Cajiga Calderon, J. F. (2008). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Cemefi*, 1-35.
- Creative commons. (2013). Introduccion a la Responsabilidad Social Corporativa. *Observatorio de RSC*, 6-33.
- Domínguez Martín, R. (2011). Responsabilidad Social Corporativa. *CEOE - PYME*, 10-57.
- Fernández García, R. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa: Una nueva cultura empresarial*. San Vicente (Alicante): Editorial Club Universitario.
- Roman López, T. (18 de Octubre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/rsc-apertura-una-estrategia-competitiva-la-pequena-empresa/>
- Ruiz Otero, E., Gago García, M. L., García Leal, C., & Lopez Barra, S. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Aravaca: McGraw-Hill Education.
- Ucha, F. (06 de Noviembre de 2008). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/?s=Responsabilidad>
- Wikipedia. (05 de Septiembre de 2017). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Social_\(sociolog%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Social_(sociolog%C3%ADa))
- Wikipedia. (04 de Septiembre de 2017). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_mercado