



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior de Ciudad Sahagun

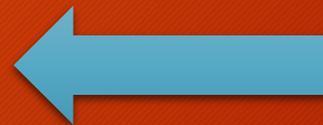
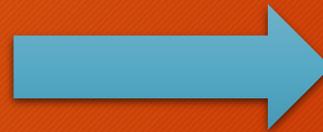
El Responsabilidad Social de las organizaciones en México

Mtro. Víctor Manuel Piedra Mayorga

Sustentabilidad



Teoría de los sistemas



Requerimientos para ser una empresa RSE

Incluye aspectos sociales, medioambientales, finanzas sanas, respeto a los derechos de los trabajadores y las comunidades con las que interactúa.

Las 10 empresas mejor calificadas de Mexico son: Cemex, Coca-Cola, Coca-Cola Femsa, Hewlett-Packard, Cuauhtémoc Moctezuma, Wal-Mart, Home Depot, Herdez, Telefónica, de 70 empresas registradas, las mejor evaluadas son extranjeras

Responsabilidad social significa el grado de obligaciones que una organización asume por medio de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad, con una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales.

La organización lucrativa beneficia a la sociedad

- ❑ Al crear empleos nuevos.
- ❑ Pagar salarios justos que mejoran la vida de los empleados.
- ❑ Mejorar las condiciones de trabajo.
- ❑ Además de contribuir al bienestar público pagando impuestos.
- ❑ Ofreciendo productos y servicios a los clientes.

La RSE nació del cambio de modelo corporativo predominante a un modelo socioeconómico que daba más interés a la producción, el aprovechamiento de los recursos, los intereses individuales y un rol menor para el gobierno, hacia una mejor calidad de vida, la conservación de los recursos, los intereses comunitarios y una participación más activa del gobierno.

Problemas ambientales

- La desertificación.
- El desarrollo sostenible y los bosques.
- La protección de la capa de ozono.
- El cambio climático y el calentamiento de la atmósfera.
- Agua, energía y recursos naturales.
- La biodiversidad y la pesca excesiva.
- El desarrollo sostenible de los pequeños Estados Insulares (islas).
- El medio marino.
- La seguridad nuclear y el medio ambiente.

Su importancia se sustenta en el desarrollo de la sociedad a la cual pertenecen las organizaciones y dependen de ella, es un hecho que el cambio climático está propiciando desarrollo tecnológico orientado a la utilización de energías limpias, y son las organizaciones quienes deben producir y promocionar su uso como una alternativa de sobrevivencia de la humanidad.

Áreas que cubre

- El interés por la ecología.
- Calidad del medio ambiente.
- Atender las necesidades de la comunidad.
- Prácticas de empleo para las minorías.
- Relaciones de trabajo.
- Ayuda a los empleados.
- Filantropía.

Antecedentes

La vieja aristocracia de siglos atrás se enfrenta hoy a una oligarquía mundial de una riqueza y de un poder tan concentrado como no se vieron en ninguna otra etapa histórica de la humanidad.

A finales del siglo XIX las empresas crecieron y construyeron fábricas fuera de sus países de origen para disminuir costos de transporte y evitar aranceles adquiriendo recursos y materias primas de países menos desarrollados y de colonias de los países occidentales.

Generando cierto número de empleos, enfrentando también la competencia de otras multinacionales y de empresas locales fuertes en los mercados en los cuales venden sus productos, respondiendo a las necesidades y exigencias de mercados locales con eficiencia a nivel mundial.

Invierten en investigación, avances tecnológicos, administrativos y productivos, dando origen a una explotación y destrucción de ecosistemas completo, estas organizaciones se organizaban a través de 3 formas:

- ❑ El trust: son empresas de un mismo sector controladas por una o dos grandes firmas para monopolizar la explotación de un producto y poder regular su precio.
- ❑ El cártel: eran empresas que se asociaban para llegar a acuerdos comunes sobre abastecimientos, procesos y precios evitando la competencia entre ellas.
- ❑ El holding. controlaba la mayoría de las acciones de diversas empresas industriales y comerciales.

Los motivos son las ventajas económicas, fiscales, laborales, las diferencias de precios y el ahorro de pago de impuestos y los salarios entre los países en que se encuentran instaladas y los países a los que se dirigen los productos (en el mundo existen 7 021 836 029 millones de personas, si se considera que ocupan únicamente el 3% de la población económicamente activa, la respuesta sería de acuerdo al siguiente cuadro y cálculo:

Población total mundial 7.021.836.029 (Julio 2012)

1	China	1.343.24
2	India	1.205.07
3	United States	313.85
4	Indonesia	284.22
5	Pakistán	190.29
7	Nigeria	170.12
8	Bangladesh	161.08
9	Rusia	138.08
10	Japón	127.37
11	México	117.000

Distribución por edad:

a) 0-14 años: 26,3% (hombres 944.987.919/mujeres 884.268.378)

b) 15-64 años: 65,9% (hombres 2.234.860.865/mujeres 2.187.838.153)

65 años $2.237.048.703 \times .03 = 67.111.461.09$

c) 7,9% (hombres 227.164.176/mujeres 289.048.221).

Su capital implica modificaciones en la economía, sociedad, vida, política, cultura, etc., aunque estas aportan progreso económico y social y resuelven las dificultades a que pueden dar lugar las operaciones de estas empresas.

Las Naciones Unidas ha propuesto un nuevo orden económico internacional promoviendo la seguridad del empleo directa o indirectamente en el contexto de la flexibilidad, la reestructuración y traslado de la fabricación a otro lugar.

Producción mundial la cuarta parte (26,3%) están principalmente en las siguientes empresas:

Shell.

General Motors.

Ford.

Exxon.

IBM.

Mitsubishi.

Toyota.

Philip Morris.

General Electric.



Las sedes de estas empresas se hallan en 17 países, una tercera parte (74) son estadounidenses, después Japón, Reino Unido, Francia, Alemania, Canadá e Italia, por lo que el Grupo de los Siete (el G-7) aglutina el 80% de las multinacionales. Fuera de este grupo, solo Suiza, Corea del Sur, Suecia, Australia y Países Bajos pasan de la docena.

Manejan servicios subcontratados o externalizados por ser más económicos generados por otras empresas, multinacionales o especializadas en proveerlos.

- ❑ Traen tecnología de punta, absorben el mercado y van fusionando empresas más pequeñas, con mejoras en su organización industrial, mercadotecnia y publicidad, con lo cual se hacen presente en la sociedad en la cual esta integradas.
- ❑ Tienen vínculos con la Organización Mundial del Comercio, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Naciones Unidas y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

- ❑ Sus productos no son terminados en la misma planta en la cual es iniciado, lo transportan a otra planta en otro continente para ser finalizado, y a otro país para ser comercializado abriendo nuevas sucursales en otros continentes fuera del de su origen.
- ❑ Conocen las estructuras y funcionamiento de los mecanismos políticos de los países donde están implantadas.

Las alianzas estratégicas, las relaciones con proveedores, contratistas y las fusiones internacionales han fortalecido a las empresas multinacionales trayendo importantes beneficios para los países de origen ya que suministran a precios competitivos los productos y servicios que desean comprar los consumidores y proporcionan rentabilidades a los inversionistas, contribuyen al uso eficiente del capital, tecnología y recursos humanos y naturales.

- ❑ Sólo tres grupos transnacionales automotrices surten el 65% de todo el mercado mundial de camiones.
- ❑ Cinco cubren casi el 60% de automóviles.
- ❑ Las 10 primeras empresas de comunicaciones controlan el 86% del mercado.
- ❑ Más de un tercio del comercio mundial se compone de transferencias de bienes entre distintas ramas de la misma multinacional.

- ❑ Con la escalada de macro fusiones, va quedando en cada sector económico un número tan reducido de empresas que no están en condiciones de determinar no sólo los precios de venta, sino incluso los precios de compra.

Imponen a las empresas menores que les suministran materias primas y auxiliares, componentes y productos semiacabados, con precios de sus productos imposibles de competir.

Los estados se han visto presionados por éstas cuando amenazan con repatriar sus inversiones, si no se aplica una política favorable a éstas.

Principales etapas históricas en la evolución del concepto de RSE

En la época victoriana en Inglaterra Robert Owen creó una comunidad industrial, donde la cooperación y el apoyo mutuo eran las normas, introdujo medidas de bienestar, como la sanidad pública y la educación, desterrando el trabajo infantil y las condiciones penosas estaban convencidos de que el carácter del hombre es formado por su ambiente y si se cambiaba, sus vicios serían suprimidos y sus conductas se modificarían favorablemente.

En años recientes las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo, OIT, desde su fundación en 1914 han manifestado la declaración de principios fundamentales y derechos humanos:

- Clientes.
- Trabajadores.
- Sociedad.

Visión clásica

- ❑ Menores utilidades.
- ❑ Costos más elevados
- ❑ Propósitos empresariales diluidos.
- ❑ Demasiado poder social de las empresas.

Visión socioeconómica

- Utilidades de largo plazo en los negocios.
- Mejor imagen pública de las empresas.
- Las empresas pueden evitar que el gobierno imponga mayor cantidad de reglamentos.
- Las organizaciones tienen recursos y una obligación ética.
- Las empresas deben ofrecer mejores condiciones a todas las personas.

El gobierno y la responsabilidad social

La relación de las organizaciones y el gobierno se da en doble vía ya que las empresas influyen sobre el gobierno, el cual trata de estimular estas prácticas por medio de canales directos e indirectos, los primeros muchas veces se manifiestan por medio de regulaciones, los segundos se presentan como políticas de tributación.

Actividades de gobierno

El gobierno influye en las empresas y negocios por medio de:

Leyes para proteger el medio ambiente.

Leyes para proteger al consumidor.

Códigos fiscales.

Leyes para proteger a los empleados.

Los negocios influyen en el gobierno por medio de:

Contactos personales y redes de trabajo.

Cabildeo.

Comités de acción política.

Favores y otras influencias tácticas.

Fuente: elaboración propia (2017)

Influencia reciproca de los negocios y los gobiernos

- Contactos personales.
- Cabildeo.
- Comités de acción política.

Seguridad y salud en el trabajo

- Servicio médico.
- Comedor.
- Guarderías.
- Becas.
- Estacionamiento.
- Requerimientos legales.

Actividades de las empresas socialmente responsables

- La conservación del medio ambiente, cuidado de la energía y reutilización de materiales.
- Empleos de calidad.
- Promoción a la educación.
- Capacitación.
- Asistencia social.
- Fomento de obras públicas y culturales.
- Obtener utilidades y pagar buenos salarios.
- Actividades que benefician a las personas en general.
- Exigencias ambientales.

- ❑ La sociedad cuando no desea ciertas cosas lo manifiesta con sus legisladores creando leyes y organismos reguladores para prohibir o controlar a los vendedores desleales:
- ❑ Los encargados de la mercadotecnia tienen que determinar cuáles son las características de los productos que desean los consumidores.
- ❑ Tomar en cuenta la seguridad y confiabilidad del producto.
- ❑ Deben elaborar certificados de garantías claras y escritas.
- ❑ Establecer un sistema de distribución para conseguir repuestos y servicios de reparación.
- ❑ Desarrollar mezclas de promoción con precios accesibles a los consumidores.

Por lo tanto tienen la compleja labor de estimar los efectos que tendrán a largo plazo en la sociedad y para ello tienen que considerar

- Los modelos culturales.
- Los valores sociales.
- Las creencias.
- Los deseos.
- Las necesidades que cambian rápidamente.

El origen, desarrollo, crecimiento y sostenimiento tiene que ver con la capacidad de atender y responder adecuadamente a las necesidades

- Comprensión de las necesidades del cliente.
- Conducta flexible.
- Capacidad para redefinir el campo en juego y para diferenciar la oferta de los competidores.

- ❑ Compromiso congruente con las necesidades y expectativas en evolución de los clientes.
- ❑ Reconocimiento de que la energía humana es el mayor recurso de la organización y un alto valor a la participación de los involucrados: clientes, accionistas y empleados.
- ❑ Compromiso con el perfeccionamiento continuo de sus aspiraciones.

Argumentos principales en contra de la responsabilidad social

- Viola la maximización de utilidades.
- Su costo incrementa los precios.
- La empresa carece de capacidades sociales para resolver los problemas de la sociedad.
- Diluiría los propósitos primarios de la empresa.
- Debilitaría la balanza de pagos ya que los precios subirían para pagar programas sociales.
- Los negocios ya tienen demasiado poder, tal involucramiento los haría más poderosos.
- Las empresas no tienen responsabilidad para con el público y en consecuencia este no tendrá control sobre la participación social de ellas.

Algunas empresas que ya están salvando vidas

Ya son más de 70 empresas que han contribuido a salvar cerca de 4000 vidas, ¿qué esperas?



SIEMENS
Ingenio para la vida

Whirlpool
MEXICO

banregio



AFIRME
El Banco de Hoy

Steelcase

 **naranya**

TERRA REGIA
DESARROLLOS INMOBILIARIOS

GRUPO OPEN


Ragasa.
100 AÑOS
1917-2017


Softtek

La organización debe anticipar los problemas sociales del futuro y actuar ahora en respuesta a ellos, pues impone que se anticipen a los problemas sociales afrontándolos antes de que sean evidentes y críticos, debe tener

- Sensibilidad social.
- Comunidad.
- Organización.

Niveles de sensibilidad social de las organizaciones

- ❑ Protección activa y la promoción humana de valores éticos explícitos.
- ❑ La afirmación del concepto de ciudadanía.
- ❑ Las condiciones actuales de la distribución de la riqueza generada.
- ❑ La fuerte ampliación de las aspiraciones sociales.
- ❑ La fragilidad del presupuesto de gobierno para adoptar acciones de interés social.
- ❑ La postura socialmente responsable para la supervivencia, el crecimiento y la perpetuación de las empresas.
- ❑ La búsqueda con base en referentes, éticos, procesos y acciones.

Filantropía

Es una táctica que las organizaciones usan para promover las relaciones públicas que van en beneficio de la reputación de la empresa a través de donaciones de impacto en la sociedad, sin embargo en su afán de lograr aumentar sus utilidades olvidan que para aumentarlas es necesario que la sociedad en donde se localizan crezca a la par de las organizaciones que la conforman.

Para llevar a cabo una filantropía corporativa debe elaborarse un programa donde se incluyan elementos como

- Donaciones.
- Patrocinios.
- Recursos materiales.
- Recursos humanos (conocimientos y experiencias).
- Recursos técnicos.
- Productos deseados.

La inserción académica curricular

Los valores éticos deben enseñarse desde los primeros estudios educativos y en el ámbito familiar, la sociedad debe jerarquizarlos y cultivarlos; haberlo hecho así es parte de la explicación principal de por qué un país como Finlandia no tiene corrupción y es el líder mundial de la tabla de Transparencia Internacional.

Filosofía

Son los principios, reglas y valores que la gente usa para decidir que está bien o que está mal, puede estar basada en valores, principios de bienestar y desarrollo comunitario bajo un compromiso fundamental de satisfacer las necesidades del cliente para cualquier proyecto, el éxito en los negocios no solo depende de la salud de su hoja de balance, sino que también de su desempeño medioambiental y social.

La filosofía se basa en las siguientes respuestas de marketing

- Investigar si los productos o servicios que ofrece la empresa se ajustan a los clientes.
- Crear una imagen adecuada y propagarla con una comunicación planificada.
- Estar informados de cuál es el grado de satisfacción del cliente durante y después de la compra.
- Entender el sentido de oportunidad.
- Buscar nuevos clientes.
- El cliente percibe a la empresa a través del vendedor, que es su imagen viva.
- El vendedor debe ser capaz de trasladar al cliente su propia motivación y provocar la compra.
- Crear un clima de confianza profesional, de modo que la empresa transmita seguridad al cliente.
- El conocimiento y la información actualizada del sector permitirán que el cliente se sienta más próximo al vendedor y con una mayor predisposición de compra.

La no discriminación

- No discriminar por razones ajenas al empleo (por ejemplo, raza, color, sexo, idioma, religión u opinión política) y promuevan la igualdad de oportunidades.
- No discriminar abarca la salud, la orientación sexual, el embarazo o el estado civil.
- El abuso físico o verbal en el lugar de trabajo.
- Utilización de las fuerzas de seguridad para acabar o reprimir los derechos de los trabajadores.
- Proporcionar un entorno laboral seguro y saludable.
- Pagar una remuneración que garantice un nivel de vida adecuado.

- ❑ Respetar la libertad de asociación.
- ❑ Derecho a la negociación colectiva.
- ❑ Acabar, evitar o reducir la corrupción
- ❑ Protección del consumidor.
- ❑ La corrupción de los funcionarios del gobierno.
- ❑ Promover los derechos económicos, sociales y culturales de la sociedad en general que propicie el pleno ejercicio de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Los derechos humanos y el medio ambiente

Ningún trabajador será objeto de intimidación o trato degradante ni de medidas disciplinarias si no median procedimientos justos, la explotación económica de los niños incluye el empleo o trabajo en cualquier ocupación antes de que el menor termine la enseñanza obligatoria y, salvo en el caso de los trabajos livianos, antes de que cumpla los 15 años de edad o termine la enseñanza obligatoria.

Obligaciones en materia de protección del consumidor

Las empresas transnacionales y otras empresas comerciales actuarán en consonancia con las prácticas mercantiles, comerciales y publicitarias leales y adoptarán cuantas medidas sean necesarias para garantizar la seguridad y calidad de los bienes y servicios que proporcionen, incluso observarán el principio de precaución.

Relación con el sistema de educación formal

La educación es propiedad o está bajo supervisión directa del Estado, tanto en materia de recursos como de contenidos, en muchas empresas las exigencias educativas escolares han ido subiendo en la medida en que aumenta la cobertura del sistema de educación y la permanencia en el de una proporción creciente de la población, se trata de una oferta que crea su propia demanda.

Para los trabajadores el incentivo más poderoso es, el salario, pero hay otras causas como el trato a su dignidad humana, el ambiente y clima laboral que hacen que el trabajador se identifique y produzca con eficiencia y eficacia para lograr que la empresa crezca, permanezca en el mercado y obtenga mayores utilidades.

Conclusión

La Responsabilidad Social de las empresas es en la actualidad un factor necesario para su sobrevivencia debido principalmente al cambio climático y a la afectación del tejido social en muchas sociedades, estas tienen un poder social generado por su misma situación de generadores de empleos y la creación de productos que benefician a la sociedad.

La ONU junto con las empresas multinacionales han aprobado un código ético con el cual sancionan a las compañías que no cumplan los compromisos adquiridos, invitándolas a participar en programas que incluyan fondos especiales para beneficio social contando con el apoyo de los gobiernos y organizaciones de empleadores.

- ❑ Crear infraestructura para un trabajo decente.
- ❑ Fomentar medios efectivos de concertación y negociación colectiva.
- ❑ Respeto a los principios y derechos fundamentales del trabajo en el contexto de la competencia por atraer la inversión internacional.

- Aumentar oportunidades y niveles de empleo, teniendo en cuenta la política y los objetivos de los gobiernos, dar seguridad en los empleos y el desarrollo a largo plazo de la empresa, utilizando tecnologías capaces de crear empleos tanto directa como indirectamente, promover la igualdad de oportunidades y trato eliminando toda discriminación basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social.

- ❑ Ofrecer oportunidades para ampliar la experiencia del personal directivo local en las relaciones de trabajo.

- ❑ Los salarios, prestaciones y condiciones de trabajo no deben ser menos favorables para los trabajadores que los ofrecidos por empleadores comprables en el país de que se trate.
- ❑ Mantener un nivel máximo de seguridad e higiene, incluido cualquier conocimiento sobre riesgos especiales.

- ❑ Contribuir a la prevención y solución de los conflictos de trabajo entre empleadores y trabajadores con una representación igual de empleadores y de trabajadores.

Bibliografía

- ❑ Batteman. (2008). Administracion. En T. Batteman, *Administracion* (pág. 162). Mexico: Mc Graw Hill.
- ❑ Beatriz, A. L. (2012). Responsabilidad social empresarial . *Administrate Hoy* , 10-13.
- ❑ Bolaños. (28 de abril de 2007). *www. scabezas@actualidad.com*. Recuperado el 5 de julio de 2017, de *www. scabezas@actualidad.com*: *www. scabezas@actualidad.co.cr*
- ❑ Chiavenato. (2013). *Comportamiento organizacional*. . México: Thomson.
- ❑ Daft. (2004). Etica en las organizaciones. *Revista adminístrate Hoy*, pagina 12.
- ❑ Donnelly. (2008.). Fundamentos de dirección y administración de empresas. . En D. H. James., *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. (pág. Pagina 81). México : Mc Graw Hill .
- ❑ Editorial. (23 de Octubre de 2016). Filantropia. *La Jornada*, pág. 2.

- ❑ Fernández. (19 de mayo de 2010). Management y negocios. Recuperado el 16 de abril de 2017, de Management y negocios: [www.Management y negocios.biz/modelos/news/artide](http://www.Management-y-negocios.biz/modelos/news/artide)
- ❑ Fisher. (2009). Mercadotecnia. . En F. Laura, Mercadotecnia (págs. 69-70). México : Thomson4.
- ❑ Freemont. (2008). Administración en las organizaciones. En F. E. Kast, Administración en las organizaciones (pág. 164). Mexico: Mac Graw Hill.
- ❑ Friedman. (8 de mayo de 2009). www.actualidad.com . Recuperado el 6 de mayo de 2017, de www.actualidad.com .: www.actualidad.com
- ❑ Gannon. (200 G. J. Martín, Administración por resultados (pág. 526.). México: compañía editorial continental