

SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ING. KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN











Historia del plástico

1950

1.5

millones de toneladas producidas

2015

300

millones de toneladas producidas

2050

33

mil millones de toneladas previstas

2010

32

millones de toneladas de plástico mal administrado

4.8–12.7

millones de toneladas de residuos plásticos

2025

100–250

millones de toneladas de plástico mal administrado

Costo de los residuos plásticos

Costo de la basura marina
8 mil millones de dólares

La basura marina cuesta unos 8 mil millones de dólares al año en pérdidas para la pesca, la acuicultura, el turismo marino y tareas de limpieza.



US\$622 millones
Pérdidas anuales en turismo



US\$81.7 millones
Pérdidas anuales de la flota pesquera de la Unión Europea

#MaresLimpios

ONU 
medio ambiente

Efectos del cambio climático



Aumento en el promedio de la temperatura global en 0.82°C.



Eventos extremos cada vez más frecuentes e intensos, como sequías, inundaciones y huracanes.



Derretimiento de los glaciares.



Aumento de enfermedades infecciosas y respiratorias.



Aumento en el nivel del mar y pérdida de territorios costeros.



Afecta la productividad de los bosques, su salud y su composición.

Los problemas ambientales más frecuentes:

- ▶ el cambio climático
- ▶ la pérdida de la capa de ozono
- ▶ la deforestación
- ▶ la extinción de especies
- ▶ el agotamiento del agua y de tierras fértiles
- ▶ la lluvia ácida
- ▶ la contaminación tóxica del aire y de el agua y la exposición humana a sustancias tóxicas.
- ▶ residuos

INTRODUCCION

- ▶ El término desarrollo sustentable, que cada vez se escucha con mayor frecuencia y ha venido **adquiriendo más fuerza en los últimos años** por una mayor conciencia ecosocial en el más amplio de los sentidos, lo que sin duda está íntimamente ligado a la responsabilidad social.
- ▶ la palabra sustentabilidad se empezó a utilizar con mayor frecuencia a partir de 1987, con la publicación del informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)

- ▶ En dicho informe, la sustentabilidad (o sostenibilidad) quedó definida por la ONU como:

«El desarrollo que resuelve las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para resolver sus propias necesidades»,

¿Qué es sustentabilidad?

- ▶ Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), sustentable se refiere a **aquello que se puede sustentar o defender con razones.**

La capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual. Sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las necesidades propias”

Sustentabilidad y Responsabilidad Social: ¿moda o urgencia del mundo moderno?



La responsabilidad social

- ▶ Es un compromiso por parte de los miembros de una sociedad, ya sea de manera individual o grupal, implicando que se tenga en consideración el impacto que provocará una determinada decisión.



Responsabilidad social

- ▶ *“la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente. La demuestra con un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar general de la sociedad; considere las expectativas de sus grupos de interés; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”*

Responsabilidad social empresarial

- ▶ Visión de la empresa en armonía con la sociedad y su entorno . Equilibrar los intereses Es decir, tiene que devolver en parte de sus beneficios a sus consumidores y a toda la sociedad, en beneficio de personas desfavorecidas o para la protección del medio ambiente.
- ▶ Campañas de ayuda, aportaciones generosas
- ▶ Mercadotecnia verde o ecológica
- ▶ Campañas para salvar especies en peligro de extinción

Responsabilidad social empresarial

Podemos definir como una contribución al mejoramiento social, económico y ambiental, llevado a cabo por las empresas con el objetivo de mejorar la percepción valorativa que tienen las personas sobre la misma.

ACTIVIDAD

- ▶ REALIZAR 5 PROPUESTAS COMO: EMPRESARIO, CONSUMIDOR Y GOBIERNO EN LAS 3 ÁREAS : ECONÓMICA, AMBIENTAL Y SOCIAL.

- ▶ En realidad las empresas deben cumplir con las obligaciones básicas por el simple hecho de garantizar su actividad. Si una empresa manifiesta que cumple con las RSE y no cumple con la legislación que corresponde a su actividad estaría en un delito.
- ▶ La urgencia de cambiar nuestros modos de producción y de consumo para que podamos mitigar el cambio climático y adaptarnos a él.



- ▶ En caso de que el impacto sea negativo, es necesario que se eliminen o se minimicen para poder aumentar los que son positivos que van desde el proceso de producción hasta el momento en el que sus clientes terminan de utilizar el producto

- ▶ **Sostenible:** Adj. *Que se puede sostener. Opinión, situación sostenible. Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente. Desarrollo, economía sostenible.*

- ▶ La sustentabilidad en la arquitectura se centra en el desarrollo de proyectos aprovechando los recursos renovables disponibles. A través de prácticas y diseño de edificaciones según las condiciones de su entorno, las cuales son medidas según datos ambientales.



El desarrollo sustentable sólo se ocupa de la preservación de los recursos naturales

EJEMPLOS DE PROYECTOS:

Un grupo de mujeres mejore su calidad de vida emprendiendo un taller de fabricación textil, pero que para la fabricación de productos utilice telas ya utilizadas anteriormente, empleando técnicas de reciclaje. Así, no sólo mejorarían un cierto aspecto de su vida (la económica, en este caso) si no que también estarían contribuyendo a la preservación ambiental mediante el reciclado.



- ▶ Además, la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE o RSC) es una nueva disciplina que busca diseñar planes de acción desde empresas o corporaciones hacia la sociedad, aplicando programas y acciones de cuidado ambiental, desarrollo humano, impacto social y mejorar el propio valor añadido.

- ▶ Se trata de un compromiso o también llamada obligación por parte de los miembros de una sociedad. La valoración del compromiso social comprende entre otros, aspectos éticos y legales.

El camino de las empresas hacia la responsabilidad social pasa por varias etapas:

- ▶ La empresa se entera de que otras son socialmente responsables.
- ▶ La empresa investiga sobre el tema.
- ▶ La empresa comienza a hacer cambios para obtener este título.
- ▶ La empresa se involucra cada más en el tema para ver resultados tangibles.
- ▶ Se ejecuta el Marketing Sustentable y la empresa entiende que la responsabilidad es un medio y la sustentabilidad un fin.
- ▶ La empresa sirve como ejemplo a las demás y se constituye como modelo a seguir

Etapas para llegar a ser RSE



Etapa 1

Las empresas, comienzan a escuchar el término responsabilidad social cada vez con mayor frecuencia, ya sea porque sus pares lo utilizan, porque los medios especializados en negocios lo citan con mayor frecuencia o porque incluso, alguno de sus clientes se los requiere. Aquí no hay un entendimiento del tema. Se piensa que solo es un «algo» que otorga reputación corporativa o incluso se confunde con marketing social o marketing verde.

Etapa 2

Las empresas comienzan a **investigar sobre el t3pico**; inicia el proceso de b3squeda de informaci3n. Se percatan que incluso, dentro de su organizaci3n, puede haber ya algunas pr3cticas que se denominen responsables, sin embargo 3stas son desestructuradas y sin objetivos. Se confunde a3n la responsabilidad social con la filantrop3a y el green marketing con green wash.

Etapa 3

Las empresas inician un esfuerzo dirigido y consciente hacia la conversión a una empresa responsable. El director se involucra y por ende otros mandos medios y altos. Aún se piensa que la responsabilidad social puede ser algo certificable y se **buscan iniciativas serias para adherirse y/o asesorarse**; pronto se descubre que no funciona así. A pesar de los avances, la RSE de esta etapa no habla aún de retorno de inversión (ROI), estrategia o sustentabilidad.

Etapa 4

Una vez que las empresas se han sumergido e involucrado más, comienzan a entender que el tema puede ser rentable. **Se crean los primeros comités serios y comienzan a exigirse resultados tangibles en algunas áreas.** Se ejecutan campañas de marketing social o verde; idealmente se utilizan en ellas indicadores de medición comerciales pero también sociales y ambientales. Muchas empresas solo llegan hasta aquí en su recorrido por el funnel.

Etapa 5

Por primera vez se entiende que la RSE es apenas un camino y la sustentabilidad un fin, al que en realidad nunca se podrá llegar pues se trata de un proceso de mejora continua que **involucra a todos los niveles de operación**. El ROI ya no es algo deseable, sino requerido. Se miden tangibles e intangibles. Comienza a ejecutarse marketing sustentable, involucrando a toda la cadena de valor.

Etapa 6

El término sustentabilidad corporativa se llega a imponer al de responsabilidad social. El tema forma parte cotidiana de las operaciones . **La empresa ejecuta prácticas ejemplares que sirven como modelo en otras partes del mundo.** Los conceptos de negocios inclusivos, cero residuos, entre muchos otros, forman parte de la organización.

Dilema mundial

Cada día se insiste mas a los ejecutivos y empresarios la sustentabilidad

- ▶ ¿Qué deben hacer los jefes de los gobiernos ?
- ▶ ¿debe considerarse primero el ambiente o el crecimiento económico?

REVOLUCION INDUSTRIAL

- ▶ Antes de la época industrial el impacto ambiental se encontraba restringido fundamentalmente al ámbito local, pero con la revolución industrial las consecuencias de la presión sobre el medio ambiente crecieron exponencialmente

Responsabilidad social en el marketing

- ▶ En el marketing se tiende a sobrepasar las consecuencias sociales y ambientales y comportamiento poco ético, muchos aspectos de marketing no se estipulan en las leyes que castiguen tales hechos.

Marketing responsable

- ▶ Envases atractivos, sencillos, y no contaminables
- ▶ Campañas de concientización
- ▶ Soluciones creativas
- ▶ Refugios para gente sin hogar
- ▶ Defensa de los derechos de los animales

Lo que se vende es importante. No solo la misión debe ser responsable con la sociedad, sino también el producto.







**Vasos de fibra
de bambú**







¿Sabías que...?



1

pañal de tela



160 pañales
desechables

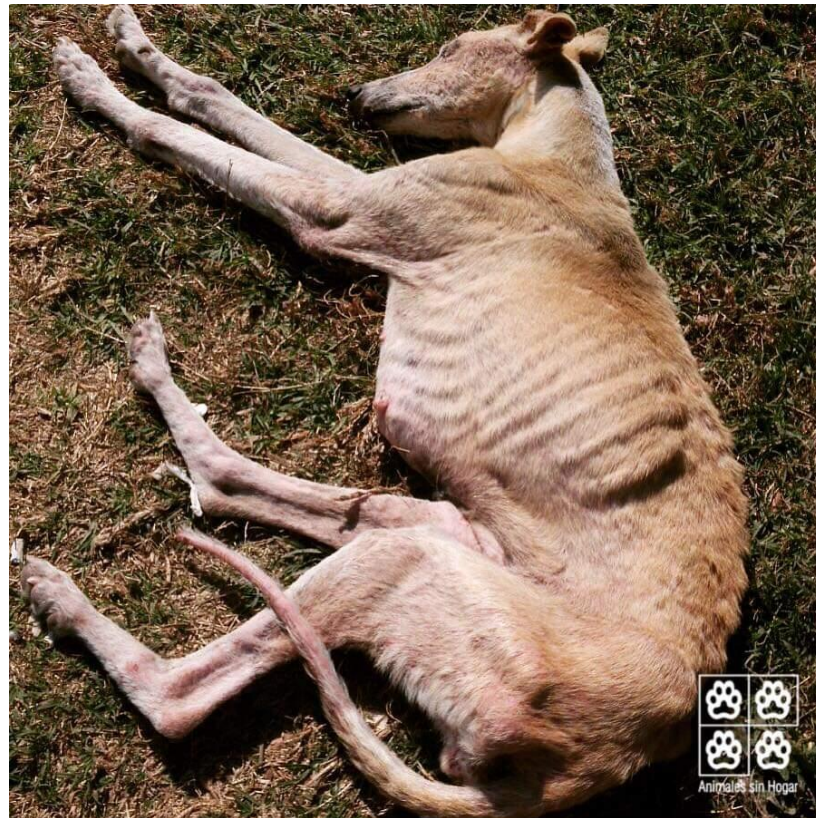






Recycling 1 aluminum can saves enough energy to run your TV for 3 hours.

Derechos de los animales





Prácticas engañosas

Llevan a creer a los consumidores que obtendrán un mayor valor de lo que realmente obtendrán, publicidad engañosa.

Productos de mala calidad o poco seguros

A veces los consumidores se sorprenden al conocer el valor nutricional de muchos alimentos “sanos”, eslóganes que confunden a los consumidores, pero la información nutrimental dice lo contrario

Falsos deseos y demasiado materialismo

- ▶ Valor más a las personas por lo que tienen por lo que son . Adquisición de muchos bienes, autos, novedades tecnológicas, productos de moda.
- ▶ Los críticos no perciben este interés como una conducta humana natural, si no más bien como un conjunto de falsos deseos generados por el marketing.

El desarrollo sostenible (DS) abarca tres categorías:

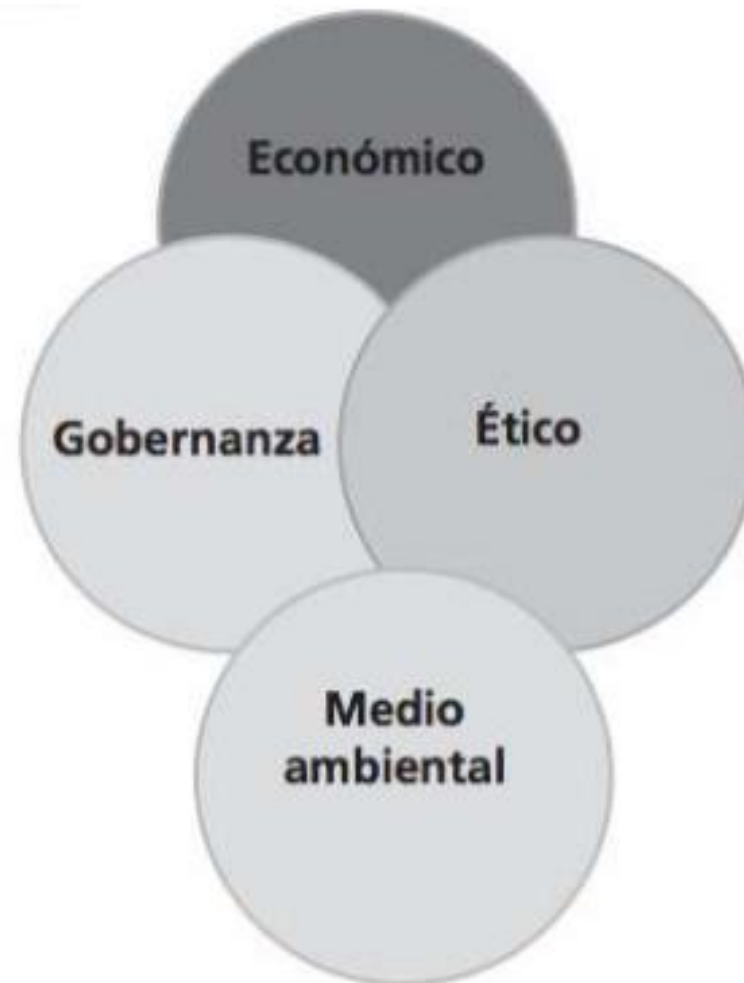
- ▶ medioambiental (medio ambiente, herramientas de evaluación, recursos, tecnologías verdes)
- ▶ social (valores e impactos sociales)
- ▶ económicas (aspectos económicos, la gestión, las partes interesadas, la política y las políticas)

MODELO DE SUSTENTABILIDAD



Por otra parte, para Viso (2005),

- ▶ la sustentabilidad se puede tratar desde cuatro perspectivas: medioambiental, económica, ética y gobernanza sustentable



SOSTENIBILIDAD Y EL GOBIERNO

- ▶ Un elemento fundamental de la sostenibilidad es su dimensión política. No hay sostenibilidad posible sin los respaldos políticos necesarios

- ▶ La obtención de un medio ambiente limpio puede lograrse mediante:

El cambio de los estilos de consumo pero como éstos son muy difíciles de cambiar ha de ser la tecnología creada por empresas privadas la que solucione los problemas ecológicos

El Gobierno sólo debe fomentar y promover un perfeccionamiento de las tecnologías, induciendo el uso de mecanismos de producción distinto.

- ▶ Políticas enfocadas a modificar por ley los métodos de actuación de las empresas que son antiecológicas
- ▶ Debido a que las empresas que producen tecnologías amplían sus mercados pero quienes las aplican incrementan sus costes y no son considerados ni contabilizados como inversión.

Legislación ambiental como herramienta para hacer frente a los conflictos ambientales.

A medida que la tecnología aparece en la cotidianidad humana los impactos sobre el entorno se incrementan.

Responsabilidad	Nivel	Tipo de Resultado
-----------------	-------	-------------------

Ser una buena empresa ciudadana

Ser ética

Observar la ley

Ser rentable



Deseado

Esperado

Requerido

Requerido

Prácticas poco éticas

- ▶ Un derrame de petróleo en Alaska;
- ▶ La fusión accidental del núcleo del reactor en Chernobyl.
- ▶ Una relación privada con el presidente en la Casa Blanca.
- ▶ Prácticas de trabajo infantil en Vietnam.
- ▶ Corrupción en los mercados emergentes
- ▶ Los efectos nocivos, causantes de cáncer, del tabaco □
- ▶ La ausencia de mujeres y minorías en los consejos de administración y en la alta dirección de las empresas
- ▶ La diferencia cada vez más notable en las remuneraciones de ejecutivos y trabajadores.

Las principales **responsabilidades éticas** de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Respetar el medio ambiente, evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.



- Seguimiento del cumplimiento de la legislación por parte de la empresa.
- Mantenimiento de la ética empresarial y **lucha contra la corrupción.**
- Supervisión de las **condiciones laborales y de salud de los/as trabajadores/as.**
- Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos.
- Revisión de la eficiencia energética de la empresa.
- **Correcto uso del agua.**
- Lucha contra el cambio climático.
- Evaluación de riesgos ambientales y sociales..



► Contamos con un libre albedrío para decidir que hacer en nuestra profesión. Pero debemos afrontar las consecuencias en el caso de no tomarlo en cuenta.



► También saber que cuando estamos en presencia de una amenaza que va en contra de nuestros principios morales podemos ir desde una amonestación o denuncia.



Ética

- ▶ Es la realidad y saber que se relaciona con el comportamiento responsable en el juego del bien y el mal del hombre.
- ▶ Disciplina filosófica que estudia el bien y el mal en sus relaciones con el comportamiento humano.
- ▶ Espiritual
- ▶ Nobleza
- ▶ Agradable



Código de ética

Fija normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una empresa u organización.

Ejemplo:

- ▶ Ser moralmente competente
- ▶ Respetar los diferentes tipos de cultura, tipos de vida social
- ▶ Un buen servicio
- ▶ Aprenda a guardar el secreto, debe aprender a cuidar sus palabras y a no divulgar lo que escuche en el establecimiento que se encuentre trabajando.
- ▶ Ofrecer un trato digno
- ▶ Amar y respetar su carrera
- ▶ Utilizar únicamente los medios lícitos

- ▶ Los profesionales comprometidos promoverán bienes y servicios de su rama de especialidad relacionados con las necesidades sociales, a fin de que estén orientados al bien común; como responsabilidad social podrían participar en voluntariados y **lucha contra la pobreza**; considerar a las personas que requieren sus servicios y que no pueden pagarlos, por ejemplo, médicos, abogados, educadores.



- ▶ También es necesario cuando las instituciones sólo buscan maximizar sus ganancias, a costa de la calidad de lo que sea y aumentar sus beneficios.



Las acciones de los profesionales deberán evitar poner en riesgo o lastimar a los individuos y a la naturaleza, sobre todo, en la utilización de la ciencia y tecnología por lo que es necesario el establecimiento de límites.



Producto

- ▶ Diseño e implementación de estrategias
- ▶ Implicar a los consumidores, comunidades locales y resto de la sociedad.
- ▶ Implicar a los empleados en las buenas prácticas de RSE
- ▶ Marketing y construcción de la reputación corporativa.
- ▶ Mejorar las oportunidades de la comunidad donde se establece la empresa.

las actividades más comunes de RSE

- ▶ las donaciones a la comunidad (filantropía)
- ▶ manejo de los residuos (medio ambiente).
- ▶ programas de equidad de género y diversidad (empleados);
- ▶ accesibilidad para clientes discapacitados
- ▶ productos innovadores (clientes);
- ▶ uso de material reciclado (medio ambiente)
- ▶ programas con escuelas locales (comunidad)

Donaciones a fundaciones



GRACIAS



por patrocinar
cada una de nuestras actividades
y ayudarnos a salvar vidas.

**JUNTOS LUCHAMOS EFECTIVAMENTE
CONTRA EL CÁNCER INFANTIL**



Inclusión laboral a adultos mayores



Inclusión laboral a mujeres, programas de equidad de género





Inclusión laboral a personas con discapacidad física





Ambiente laboral agradable



Programas de educación a niños de bajos recursos



Donaciones a niños de bajos recursos



Apoyo y donaciones en casos de desastres naturales



- ▶ Para dar unos ejemplos: McDonald's mantiene una cadena de suministros sustentable comprando a proveedores que siguen prácticas que aseguran la salud y seguridad de sus empleados y el trato humano y digno de animales.
- ▶ Asimismo, McDonald's forma parte de los socios del Fondo de Defensa del Medio Ambiente (EDF) desde 1989, buscando mejorar la huella ambiental de la empresa, por ejemplo, el rediseño de su empaque que contribuyó a la eliminación de 150,000 toneladas de basura



- ▶ En cuanto al impacto en el bienestar de sus consumidores, McDonald's enlista la información nutricional de todos sus productos, aunque no sea una exigencia de la FDA.
- ▶ Por último, McDonald's ha sido el donante corporativo más grande a la Ronald McDonald House Charities, organización libre de lucro que provee hospedaje a las familias de niños seriamente lesionados que deben viajar para recibir sus tratamientos médicos.

