



UDS

Mi Universidad

Nombre del Alumno: Carlos Efraín Cruz López

Nombre del tema: Unidad I

Parcial: 1er

Nombre de la Materia: Sustentabilidad y Responsabilidad social empresarial

Nombre del profesor: Liliana Grisell Escobar Herrera

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios

Cuatrimestre: 8

Mapa Conceptual

UNIDAD I

Concepto de Sustentabilidad

El término “sustentabilidad” sufrió diferentes transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar al concepto moderno basado en el desarrollo de los sistemas socioecológicos para lograr una nueva configuración en las tres dimensiones centrales del desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental. En el año 1962 la bióloga Rachel Carson escribe el libro “Primavera Silenciosa” (Silent Spring).

Un indicador clave en cualquier proceso en vías de crecimiento (el aumento cuantitativo de sus componentes) es cuando se produce un fenómeno conocido como crecimiento exponencial. Esto es importante. Cuando las condiciones ambientales son óptimas e ideales (baja resistencia ambiental) el crecimiento de las poblaciones tenderá a ser exponencial. Este tipo de crecimiento tiene la característica de duplicarse en intervalos de tiempo regulares, llegando a un punto donde el proceso no puede crecer más. Este momento se debe a que agotó todos los recursos que necesita para seguir creciendo.

Concepto sustentabilidad empresarial

Un nuevo modelo económico que garantice un equilibrio más justo a nivel social y que tenga un impacto limitado sobre el medioambiente. Con la vista puesta en ese objetivo, la sostenibilidad empresarial se está convirtiendo en una prioridad en muchos planes de negocio de pequeñas y grandes empresas.

La definición de sostenibilidad empresarial hace referencia a aquellas empresas que crean valor económico, social y medioambiental a medio y largo plazo para contribuir al bienestar de las comunidades donde operan y de las generaciones futuras. Las empresas con un desarrollo sostenible no buscan exclusivamente la rentabilidad, sino que también se preocupan por proteger el medioambiente y realizar un reparto más equitativo de los recursos y las ganancias. En un mercado donde los consumidores valoran cada vez más las prácticas y el compromiso de las marcas, las empresas con un desarrollo sostenible tienen una ventaja competitiva. Contar con una estrategia de sostenibilidad en la empresa también mejora la imagen de marca.

Características de la organización del siglo XXI

Al inicio del siglo XXI el mundo de las empresas se vio influenciado e involucrado por diversas corrientes que demandan un comportamiento que apela a su “responsabilidad” como un importante actor de la sociedad. Todos hacen referencia a su Responsabilidad Social, a un mejor manejo medioambiental, Empresa conjunta, coproducción, co-workin.

Los avances más visibles en la tecnología de la información permiten a las empresas detectar clientes y proveedores en el otro lado del mundo o, a veces, justo al lado de ellos, pero previamente ignorados. Los grupos grandes buscan cada vez más fuera de sus paredes innovaciones que ya no pueden generar internamente. Para pasar del producto al servicio, del servicio a la solución, de la solución a la experiencia, el productor debe cada vez ampliar el alcance de sus socios. La revolución va más allá al anular todas las oposiciones que cruzan las organizaciones: arriba y abajo, dentro y fuera, pagando y gratis, capital y trabajo.

UNIDAD I

Necesidades de cambio de paradigma

Los problemas de un mundo globalizado se ven cada día más afectados por dificultades a escala nunca vista. Las crisis en diferentes ámbitos de países en casi todas las regiones del mundo hacen pensar que nos encontramos en el inicio de grandes cambios en nuestro planeta. Dado que las circunstancias afectan cada vez más a la humanidad en ámbitos nunca vistos.

La creciente percepción de los problemas ambientales y sociales por parte de ciudadanos y gobiernos, las mayores exigencias de las legislaciones, las iniciativas globales, regionales y locales de promoción de la responsabilidad corporativa, las exigencias en materia ambiental y social por parte de las fuentes de financiamiento, el rol más dinámico de ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil y las nuevas preferencias por parte de los consumidores, en especial de los que cuentan con alto poder adquisitivo.

La responsabilidad social y la sustentabilidad en la empresa

Tradicionalmente la responsabilidad corporativa se centraba en actividades caritativas o filantrópicas, que, si bien premiaban a la compañía con una mejor imagen y reputación, no daban respuesta a las crecientes expectativas de una nueva sociedad (Samuelson, 1985), la cual comenzaba a premiar a los comportamientos corporativos deseables con acceso a mercados de alto poder adquisitivo o a sus cadenas de suministro,

Esto hace que las compañías vayan un paso más allá y no solo beneficien a su entorno a través de la generación de puestos de empleo y la ampliación de la oferta de productos y servicios. Al tomar en cuenta la responsabilidad social empresarial, las organizaciones impactan de manera directa e inmediata la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales. Además, la RSE también es una filosofía que se incorpora a la visión de negocios, basándola en el respeto, los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general.

La responsabilidad social y la sustentabilidad en las Pyme

La responsabilidad corporativa no ha tenido la misma acogida en el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas; de una muestra de 262 PYME en América Latina, solo el 66% incluyen la sostenibilidad en su estrategia central y de éstas solo el 19% utilizan mecanismos de rendición de cuentas (PwC, 2016), además, de acuerdo con el Pacto Global de las Naciones Unidas, en su informe de 2013, que aunque celebra el avance en la implementación de prácticas de sostenibilidad corporativa en pyme, considera que aún hay un largo camino por recorrer.

Dentro de las contribuciones de estas empresas se destaca su aporte al desarrollo económico y al crecimiento de las regiones, ya que promueven la equidad y el balance en el crecimiento de la distribución económica (Morsing & F, 2009), aunque existen limitaciones que impiden su expansión, tales como la informalidad, falta de acceso a las fuentes de financiamiento y tecnología (Cohen & Baralla, 2012), su aporte es significativo. En el caso particular de América Latina y el Caribe, las PYME representan el 90% del total de las unidades productivas.

UNIDAD I

Modelo pentadimensional de sustentabilidad empresarial (MOPSE).

La sustentabilidad empresarial es un paradigma que cada día cobra mayor interés en la teoría administrativa, un modelo de sustentabilidad empresarial, que surge de la necesidad percibida de generar modelos que favorezcan la permanencia de las pequeñas y medianas empresas en un contexto en el que alrededor del 65% mueren durante sus primeros dos años de operación.

1. Identificar la capacidad de gestión y cumplimiento de las metas organizacionales.
2. Reconocer la capacidad para generar valor a clientes y/o consumidores.
3. Establecer el nivel de relacionamiento con los diferentes grupos de interés o Stakeholders.
4. Examinar los mecanismos para la gestión, identificación y mitigación de los impactos.
5. Conocer sobre las prácticas de transporte

Construcción del modelo

Una gestión basada en la ética global, la consideración de las relaciones internas y externas, buscando que éstas sean benéficas para todos y que generen el menor impacto negativo en la comunidad global. Al mismo tiempo, el esquema de análisis servirá de brújula en la definición de aquellas dimensiones que servirán para evaluar la sustentabilidad de las empresas mexicanas.

El modelo de desarrollo sostenible, definido a partir del concepto de sustentabilidad de los sistemas productivos, se centra en el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias. En este sentido, la urgencia de transitar de un paradigma racional que privilegió durante décadas el control y uso eficiente de la naturaleza, hacia otro más congruente con el sentido de supervivencia y continuidad de la especie humana.

Dimensión de gestión global

La sostenibilidad no se alcanza teniendo en cuenta un solo factor. Es necesario abordar el desarrollo sostenible teniendo en cuenta todas sus dimensiones y toda su complejidad. En una organización, no solamente un departamento será suficiente para alcanzar la sostenibilidad, sino que se requiere la colaboración de todas las partes que la integran. En este artículo vamos a ver las principales dimensiones del desarrollo sostenible.

Donde se toman en cuenta las relaciones que existen de forma sistémica a nivel global, y no solamente se realizan las acciones por ser bueno o por justicia, sino que se es consciente del impacto que se realice en cualquier grupo afectan las acciones que la empresa realiza. Conocer e incorporar los requerimientos de los grupos de interés en el diseño de estrategias supone una mejor implementación de las mismas. El modelo de negocios que se propone aquí al estar permeado por una ética global, que suma los requerimientos de los grupos de interés garantiza ser un modelo sustentable.

UNIDAD I

Dimensión de competitividad

La segunda dimensión del modelo se centra en la competitividad, un concepto que no atañe exclusivamente a las naciones o a los sectores empresariales de modo aislado, sino más bien como un concepto activo donde ambos niveles se ven beneficiados con el crecimiento y la productividad del otro.

De este modo es posible definir a la competitividad como la capacidad de aportar de forma permanente mayor valor a la economía con el fin de generar un bienestar tanto presente como futuro, a través del mejoramiento de los niveles y la calidad de vida, basados en la innovación y el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles que den un valor agregado a los productos y servicios generados por la empresa.

Definición de sostenibilidad

La sostenibilidad se rige bajo el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social. La emergencia climática nos obliga como consumidores a replantear los hábitos de vida y urge a empresas e instituciones a cambiar su propósito hacia una economía no lineal

Surge a finales de la década de los ochentas, con el término en inglés sustainable development, el cual fue traducido en Europa como sostenible y en América Latina como sustentable. Sin embargo, aunque frecuentemente ambos conceptos son utilizados como sinónimos, los estudiosos del tema debaten sobre la diferencia entre un término y otro.

Dimensiones de la sostenibilidad

El desarrollo sostenible establece que el hombre debe actuar entendiendo que es parte de un sistema en el que cada uno de sus elementos (hombre, naturaleza y economía) tienen una función fundamental dentro del mismo. Es decir, que los factores económicos, sociales y ambientales deberán en paralelo y de manera integrada

El primero de ellos, enfocado en analizar la forma en que se establecen los costos de los bienes y de tomar las medidas necesarias para mejorar el crecimiento económico, a corto y a largo plazo; el segundo, referente a la distribución equitativa de los recursos para satisfacer las necesidades de la sociedad ahora y en un futuro; y el último, encargado de atender el manejo responsable de los recursos naturales. La diferencia entre este modelo de desarrollo y otros, es que no sólo se trata de crecimiento y de un mercado como sistema aislado, sino que integra tanto límites naturales como las necesidades sociales, de tal forma que se genera un crecimiento racional, no desmesurado, utilizando únicamente los recursos que se necesitan para satisfacer necesidades.