



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

NOMBRE DEL ALUMNO: Edgar Itiel Vázquez Rodríguez

NOMBRE DEL TEMA: UNIDAD 1

PARCIAL: "1"

NOMBRE DE LA MATERIA: Sustentabilidad y Responsabilidad Social
Empresarial

NOMBRE DEL PROFESOR: Liliana Grisell Escobar Herrera

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: Administración Y Estrategias De
Negocios

CUATRIMESTRE: "8"

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 socio ecológicos 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). En aquel, se detalla un escenario de un futuro silencioso sin los cantos de los pájaros y con otras terribles consecuencias si se continuaba con el proceso degradativo producido por la contaminación ambiental. El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos,

Un proceso es sostenible cuando ha desarrollado la capacidad para producir indefinidamente a un ritmo en el cual no agota los recursos que utiliza y que necesita para funcionar y no produce más contaminantes de los que puede absorber su entorno.” Esta es una definición generalmente aceptada desde la Biología y la Ecología. Ahora, una palabra clave dentro de esta definición es la relacionada con el concepto de ritmo ó intensidad.

SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL

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.

Aplicar la economía circular: Este modelo de desarrollo propone reducir la entrada de componentes y reutilizar los que ya se encuentran en el mercado

Utilizar fuentes de energía renovable: Además de ahorrar los recursos energéticos, las empresas sostenibles del futuro deben obtener su energía de fuentes renovables.

Apostar por el comercio justo: Una empresa sostenible también se preocupa por el crecimiento y el bienestar de las comunidades donde opera, ya sea pagando salarios justos o mejorando directamente sus condiciones de vida.

CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 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, son algunas de las características que las empresas modernas están aplicando en su modo de gestión, dejando atrás prácticas antiguas con el propósito de prosperar ante una agitación económica. El progreso invisible pero muy real en la gestión y la organización le permite al productor ordenar partes o tareas específicas al tiempo que limita el riesgo de retraso o mala calidad. Los avances más visibles en la tecnología de la información permiten a las empresas detectar clientes y proveedores en el otro lado del mundo.

En contacto con el cliente, las empresas compiten. Pero aguas arriba, pueden trabajar juntas, no para establecer precios, sino para desarrollar un nuevo proceso, construir una plataforma, establecer un software estándar libre de diseño. Incluso si eso significa pelear una feroz batalla en igualdad de condiciones. Es «cooperación». Impulso a la co-construcción. Se trata de la acción pública o social. Una acción llevada a cabo durante mucho tiempo desde arriba, en un enfoque de «arriba hacia abajo», pero cada vez más a menudo construida con aquellos a los que apunta, en «abajo hacia arriba».

NECESIDADES DE CAMBIO DE PARADIGMA

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.

Dicha operativización requiere alianzas y articulaciones de los actores, para confrontar a los actores del mercado obsesionados con el logro del crecimiento sostenido del PIB mediante mecanismos de sobreexplotación del patrimonio natural y la persistente externalización de los costos sociales y ambientales. Enfrentar el desafío de cambiar el curso del modelo imperante requiere articulación y consensos ideológicos y programáticos entre los diversos movimientos sociales.

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, con el acceso a fuentes de financiamiento, la reducción de riesgos de imagen, reputación y operación, licencia para operar y con la preferencia por parte de los consumidores. Estas presiones, tanto del mercado como del entorno y sus restricciones e incentivos, hicieron de la responsabilidad corporativa una importante herramienta de gestión.

Otra de las características de una empresa socialmente responsable (ESR) es que es mucho menos propensa a enfrentar daños de imagen, críticas y desaprobación de los consumidores y mercados. Asimismo, es muy poco probable que enfrente multas y otras sanciones gubernamentales debido al incumplimiento de determinadas normas o leyes. A su vez, esto hace que resulte mucho menos riesgoso invertir capital en este tipo de organizaciones, pues tienen la potencialidad de perdurar en el tiempo y operar de forma estable.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTANTIBILIDAD 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 (Global Corporate Sustainability Report 2013, 2013), haciendo evidente las brechas asociadas a la sostenibilidad corporativa entre grandes compañías y PYME, poniendo en desventaja a estas últimas, debido a las exigencias del entorno y del mercado.

El tema del desarrollo sostenible en los negocios ha tomado importancia últimamente en el contexto mundial. Actualmente muchos países están amparados a criterios comerciales relacionados con la sostenibilidad y las prácticas amigables con el ambiente. Esto implica que quienes fomenten y desarrollen dichas prácticas pueden lograr un trato preferencial, diferenciado, en el momento de hacer negocios. La sostenibilidad tiene como objetivo asegurar el éxito de los negocios en el largo plazo por medio de procesos de desarrollo económico, social y ambiental.