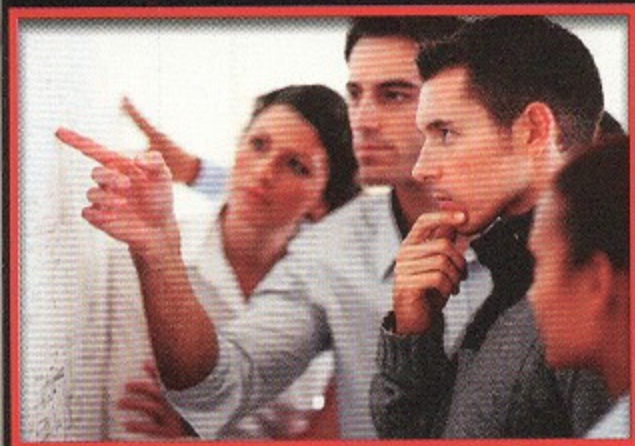


RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL

- Responsabilidad social y comunicación como la mejor fórmula para las organizaciones
- Problemática de la formación de profesionales en responsabilidad social





Índice de contenido

Prólogo	5
Acerca de los autores	9
Introducción	21

Estado actual de la responsabilidad social organizacional en México, 21. Tendencias de la RSO en América Latina, 22. La búsqueda de la RSO en Estados Unidos de América, 22. Avances de la certificación de la RSO en México y América Latina, 23. Las razones éticas de la RSO, 23. Las razones de legitimidad social y rentabilidad económica de la RSO, 23. Los capítulos del libro y sus autores, 24.

PRIMERA PARTE

Responsabilidad social y comunicación como la mejor fórmula para las organizaciones

Cap. 1. La responsabilidad social organizacional en Iberoamérica: avances e implicaciones para la comunicación integral	31
MARÍA ANTONIETA REBEIL CORELLA, CLEMENTE SÁNCHEZ URIBE	
Con la colaboración de KARLA KARIME RIOJAS GARCÍA, GUILLERMO LEMUS LEGASPI	

Introducción, 31. Las discusiones en torno a la RSO, 35. Los niveles de la RSE, 35. ¿Por qué insistir en la RSO?, 37. Beneficios de la RS, 39. En un mundo empresarial práctico, ¿cómo hacer ver la importancia de la ética y de los valores?, 40. ¿La RSO se aplica a los distintos tipos de organizaciones: lucrativas (empresas) y no lucrativas (instituciones públicas y asociaciones de la sociedad civil)?, 42. ¿Cuál es el panorama de la RS en Iberoamérica?, 42. La comunicación en una organización socialmente responsable, 44. Comunicación y RSO, 45. Los públicos responsables: beneficiarios a los cuales se dirige la comunicación de la RSO, 46. ¿Qué retos enfrenta en la actualidad la comunicación integral dentro de este tipo de organización?, 47. Consideraciones finales, 49. Referencias, 49.

Cap. 2. La responsabilidad social como un nuevo criterio de la productividad: implicaciones para la comunicación organizacional	52
--	----

ABRAHAM NOSNIK OSTROWIAK

Introducción, 52. Una anécdota para empezar, 53. El principio de doble contradicción o maximización de valor, 54. La teoría de los sistemas de Russell

Catalogación en la fuente

Responsabilidad social organizacional / Ma. Antonieta Rebeil Corella, coordinadora. -- México : Trillas, 2012. 325 p. ; 23 cm.

Incluye bibliografías e índices

ISBN 978-607-17-1131-1

1. Responsabilidad (Derecho). 2. Responsabilidad del patrono. 3. Comunidad en la administración. I. Rebeil Corella, María Antonieta, coord.

D- 658.408'R573

LC- HD60.5.M4'R4

Las opiniones en esta publicación son responsabilidad de los autores y no representan necesariamente la posición de la Universidad Anáhuac Norte

División Administrativa,
Av. Río Churubusco 385,
Col. Gral. Pedro María Anaya,
C. P. 03340, México, D. F.
Tel. 56884233, FAX 56041364

La presentación y disposición en conjunto de RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL

son propiedad del editor.

Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida, mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito del editor

División Comercial,
Calzada de la Viga 1132,
C. P. 09439, México, D. F.
Tel. 56330995, FAX 56330870

www.trillas.com.mx

 **Tienda en línea**
www.etrillas.com.mx

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial
Reg. núm. 158

Primera edición, marzo 2012
ISBN 978-607-17-1131-1

Derechos reservados
© 2012, Editorial Trillas, S. A. de C. V.

Impreso en México
Printed in Mexico

RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL

- **Responsabilidad social y comunicación como la mejor fórmula para las organizaciones.**
- **Problemática de la formación de profesionales en responsabilidad social.**

Dra. María Antonieta Rebeil Corella (Coordinadora)

Editorial Trillas

México, marzo 2012.

RESUMEN

Este libro presenta 15 estudios acerca de la responsabilidad social corporativa (RSC). La mayoría de los autores son especialistas en comunicación organizacional y por medio de sus aportaciones, contribuyen a romper con los enfoques etnocéntricos que con frecuencia predominan en el estudio de responsabilidad social al ofrecer puntos de vista de la relación que tiene la RSC con los valores familiares, las implicaciones de la responsabilidad social para las firmas grandes, así como las medianas y pequeñas empresas. La coordinadora da inicio a la obra analizando los asuntos relacionados con la ética y mediante ello logra sustentar la idea de que es necesario que las corporaciones se concentren en proceder de manera responsable. Asimismo, se ofrece un análisis de la responsabilidad social organizacional mexicana, más dos estudios de caso: uno de Brasil y otro de Estados Unidos de América, con lo que hace posible un análisis del concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) en más de una cultura, pues provee de información relevante para la realización de estudios comparativos.

El libro contiene aspectos sobre responsabilidad social como un nuevo criterio para la productividad; responsabilidad social corporativa y comunicación en México; la problemática de la formación de profesionales en responsabilidad social; comunicación y relaciones públicas socialmente responsables en el caso de Brasil; la importancia de la responsabilidad social para las pequeñas y medianas empresas; las empresas familiarmente responsables; y la responsabilidad social en la empresa periodística.