

# 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

<b>Prólogo</b>	5
<b>Acerca de los autores</b>	9
<b>Introducción</b>	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

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

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.

<b>Cap. 2. La responsabilidad social como un nuevo criterio de la productividad: implicaciones para la comunicación organizacional</b>	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](http://www.trillas.com.mx)

 **Tienda en línea**  
[www.etrillas.com.mx](http://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

**Rebeil, M. A. y Uribe, C. Capítulo 1. La responsabilidad social: organizacional en Iberoamérica: avances e implicaciones para la comunicación integral. En Rebeil, M.A. (Coord.) *Responsabilidad Social Organizacional* México: Trillas, marzo 2012**

## **RESUMEN**

Este capítulo los autores proporcionan respuestas a las preguntas de investigación más importantes con respecto al contexto de las organizaciones y la Responsabilidad Social Organizacional (RSO). Parten de las preguntas ¿qué es la RSO y cuáles son sus ámbitos?, ¿por qué insistir en la RSO?, y si ¿es válida la ética en unas organizaciones que pretenden sobrevivir y competir? Para ello, definen las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad, y argumentan sobre los beneficios de la RSO. El trabajo revela que las empresas exitosas del futuro serán las que tengan la capacidad de aceptar la creación y el fomento de una cultura de trabajo orientada al logro de dos grandes lealtades: la del personal frente a la empresa y la de los clientes actuales y los potenciales. El capítulo aporta una visión sobre la discusión en torno a la RSO, los niveles que existen de Responsabilidad Social Empresarial y cómo hacer ver en un mundo empresarial práctico la importancia de la ética y los valores. Presenta un panorama de la Responsabilidad Social en Iberoamérica con algunos casos de referencia, así como la forma en que debe ser la comunicación en una empresa socialmente responsable, una reflexión sobre los públicos como beneficiarios de esta comunicación y finalmente los retos que enfrenta en la actualidad la comunicación integral dentro de este tipo de organizaciones.