

© DRA. MA. TERESA GONZÁLEZ HERRERA

- Doctora en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Asesora de diagnósticos organizacionales, tesis de licenciatura y posgrado.
- Es profesora de tiempo parcial del Departamento de Psicología de la Universidad de las Américas Puebla.
- Actualmente realiza una estancia Posdoctoral en el Posgrado en Estudios Organizacionales en la UAM

Responsabilidad social y el rol del cliente en trabajos «no clásicos»:

UN ANÁLISIS DESDE EL MODELO DE CONTINGENCIAS

En un mundo globalizado, entornos altamente fluctuantes han puesto a prueba la capacidad de resiliencia organizacional. Relacionado con la fase de recuperación de la pandemia y el conflicto bélico en Ucrania, según expertos, se avecina una importante desaceleración de la economía (Anstey, 2022). Estos retos precisan reflexiones sobre los modelos organizacionales estructurales hacia la priorización de modelos estratégicos, análisis de adaptabilidad, reajuste de sus interacciones, autorregulación y retroalimentación sobre lo que les ha permitido mantenerse incluso en fases críticas. ¿Qué han hecho adecuadamente?

Este artículo es una invitación a quienes coordinan, analizan, asesoran y acompañan las decisiones en las organizaciones para examinar los modelos de diagnóstico e intervención, incluso si esto implica repensar el concepto de «organización» con el que operan.

Considerar el modelo de contingencias derivado de la Teoría de Sistemas de Ludwig von Bertalanffy (Issitt, 2020) para el análisis del sector de servicios, implica entender la organización como un Sistema Complejo y Adaptativo (Western University of Canada, 2022), es decir, compuesto por multiplicidad de elementos interactuando: «el todo es más que la suma de sus partes», el orden es emergente y la funcionalidad es determinada por la capacidad de diferenciarse y adaptarse al entorno.

«EL TODO ES MÁS QUE LA SUMA DE SUS PARTES»,

el orden es emergente y la funcionalidad es determinada por la capacidad de diferenciarse y adaptarse al entorno.

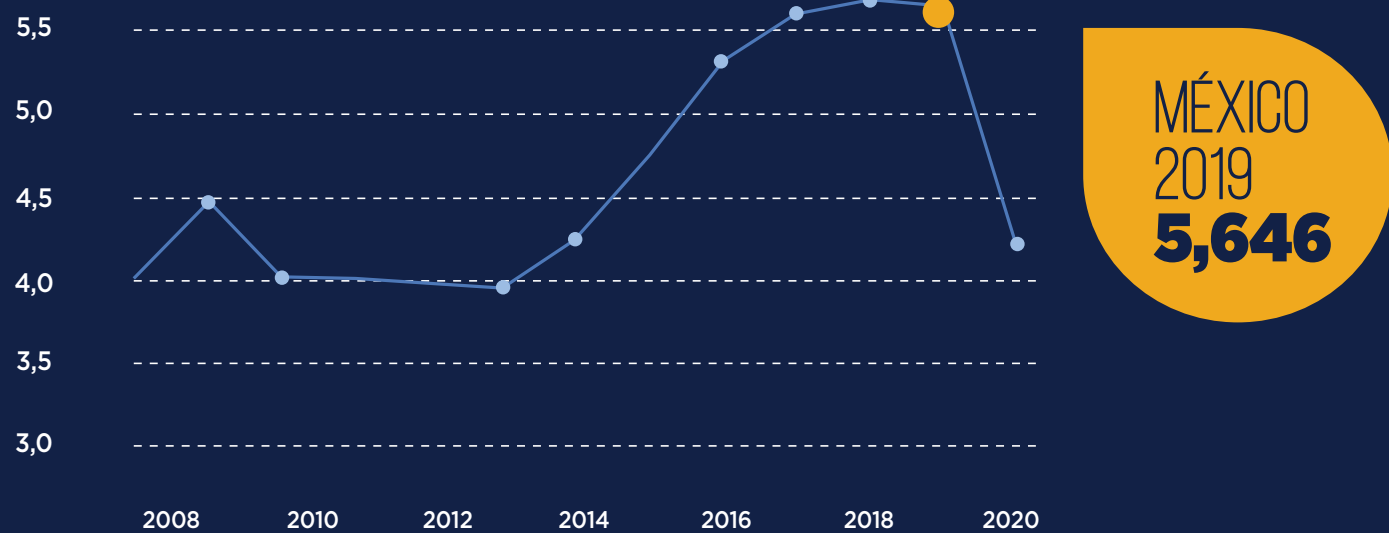


Entender la organización de esta manera, implica reconocer los sistemas internos que participan para la ejecución de sus actividades productivas e incluso su interconexión con los sistemas externos y la innegable permeabilidad a los sistemas políticos, económicos, culturales, es decir, supone interdisciplinariedad. Un ejemplo de llevar la comprensión de la complejidad a la dirección (*management*) podría ser un análisis de la adaptabilidad organizacional frente a los retrasos en la cadena de suministro durante los confinamientos, que ha reavivado la discusión sobre la optimiza-

ción de procesos, la regionalización y acortamiento de dichas cadenas.

El caso que elegimos para ejemplificar este tipo de análisis es el sector terciario, que en México había experimentado un crecimiento en el año 2000, de la población ocupada en nuestro país, el sector servicios representaba el 54 % y para 2009, alcanzaba el 62.9% (García, 2012). Todo este incremento tuvo un punto de inflexión y descenso en el primer trimestre de 2021 dadas las restricciones de movilidad (ver tabla 1)

TABLA 1. COMERCIO DE SERVICIOS (% DEL PIB) - MÉXICO



Fuente: Fondo Monetario Internacional (2022) según los reportes y estimaciones del PIB del Banco Mundial y la OCDE.

LAS ORGANIZACIONES

Entonces deberán lograr recuperar esas voces para el análisis de la responsabilidad social ampliada, no sólo el alcance que la actividad productiva tienen en el entorno social y ambiental, sino incluso con la responsabilidad que adquiere el cliente como participante.

LA REFLEXIVIDAD

(entendida como la capacidad de verse a sí misma), la complejización y ampliación de la mirada (ver conexiones entre sistemas y elementos de distinto orden que participan en la generación de productos y servicios) para el análisis de la responsabilidad ampliada de la organización puede no ser nuevo, pero es vital en estos momentos.

REFERENCIAS

- Anstey, C. (22 de marzo de 2022) Sin petróleo ruso, economía mundial se dirige a una nueva recesión: estudio de la Fed. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/03/22/sin-petroleo-ruso-economia-mundial-se-dirige-a-nueva-recesion-estudio-de-la-fed/>
- De la Garza, E. (2020). *Configuraciones productivas y circulatorias en los servicios y trabajo no clásico*. Gedisa: México.
- Fondo Monetario Internacional. (2022). Comercio de servicios (% del PIB)-México. *Anuario de Estadísticas de balanza de pagos y archivos de datos, y estimaciones del PIB del Banco Mundial y la OCDE*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/BG.GSR.NFSV.GD.ZS?locations=MX>
- García, B. (2012). La precarización laboral y desempleo en México (2000-2009). En De la Garza, E. (ed.). *La situación del trabajo en México, 2012: el trabajo en la crisis* (pp. 91-118). Plaza y Valdez y UAM.
- Issitt, M. (2020). *General Systems Theory*. Salem Press Encyclopedia.
- Western University of Canada. (2022). *Complex Adaptive Systems*. Recuperado de <https://cas.uwo.ca/discover/cas-introduction.html>

En este caso el entorno marcó la pauta, los trabajos en el sector servicios se caracterizan porque buena parte de las actividades productivas requerían la presencia del cliente para su ejecución (clases académicas, soluciones logísticas, conciertos de rock u obras de teatro). La inmaterialidad como resultado de estas actividades productivas, además, no corresponde a la conceptualización clásica de trabajo de la era industrial; la manufactura supone la transformación de materias y la elaboración de un producto objetivado que es comercializado y adquirido por un cliente.

ENRIQUE DE LA GARZA (2020) DESARROLLA EL CONCEPTO «TRABAJO NO CLÁSICO» CARACTERIZADO POR:

- a) El producto-servicio no se puede almacenar
- b) No implica la transformación de materia prima sino que puede implicar la activación de los sentidos, incluso las emociones
- c) Lo que se vende se encuentra en el ámbito de la subjetividad de quien paga por él, es decir, el cliente; y de lo que hace este último depende el éxito de la producción; se requiere que el cliente participe y siga determinados pasos (capacitación o aleccionamiento).

¿Hasta dónde se extiende la responsabilidad social si el cliente participa cocreando el producto-servicio? Es por eso que, desde nuestra perspectiva, resulta oportuno hablar de responsabilidad social ampliada considerando la participación del cliente en el proceso productivo en trabajos «no clásicos», no sólo en la organización, accionistas, supervisores y empleados; el cliente también le ha dado forma al producto-servicio recibido y es también responsabilidad de él.