

Responsabilidad Social Corporativa

Nombre de la materia	Responsabilidad Social Corporativa	Academia	N/A
Clave de la materia	IG897	Modalidad de asignatura	Presencial
Prerrequisitos	Ninguno	Tipo de asignatura	Seminario-Taller
Seriación	No	Créditos	5
Área de formación	Especializante selectiva	Carga horaria	Horas Teoría 60 Horas Práctica 20
Departamento	Economía	Nivel de formación	Maestría

Presentación

El curso introduce al alumno a la parte teórica-metodológica y de la práctica sobre la Responsabilidad Social Corporativa, enfatizando que las organizaciones que están orientadas en su gestión con criterios de RSC logran ventajas competitivas, así como el reconocimiento de la sociedad. De esta forma, el alumno tendrá los conocimientos y herramientas que le permitan promover la RSC en las organizaciones, dándoles acompañamiento durante el proceso y hasta su certificación. Además, otro de los propósitos del curso es hacer investigación y generar conocimientos y hallazgos sobre la relación que guardan los criterios de la RSC y el crecimiento sostenible de la organización, a través de la comprobación de hipótesis y con la utilización de las técnicas y herramientas cuantitativas.

Perfil Formativo del Estudiante

Este programa capacita al estudiante para la aplicación de técnicas e instrumentos de diagnóstico de la gestión de pequeñas y medianas empresas de manufactura. Generará un espíritu crítico y habilidades de investigación práctica.

Objetivos del Programa

Este curso tiene como objetivo abordar el conocimiento teórico y empírico sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) bajo la perspectiva de que las empresas no solo son productoras de bienes y servicios, sino que también pueden realizar dentro de su entorno aportaciones importantes en el ámbito de la cultura, la economía, medio ambiente y en la ética profesional de los negocios. De esta forma, la RSC se inicia y se analiza como una estrategia de crecimiento sostenible para las empresas que la incorporan, ya que las empresas en la actualidad son más

conscientes sobre la necesidad de introducir criterios de RSC como parte de su estrategia de negocios.

Analizar la transformación de la responsabilidad social en una variable competitiva de reconocimiento mundial. Un factor de éxito en los negocios, que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad. Razonar que la conducción socialmente responsable de una empresa genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marca, y contribuye, en forma cuantitativa, a la rentabilidad corporativa de largo plazo. Definir de una manera formal el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, desarrollando un marco teórico que permita comprender el concepto de RSE de una mejor manera, y de esta forma, entregar los conocimientos necesarios para la correcta comprensión del resto del trabajo. Estudiar la evolución que ha tenido tema, buscar las principales instituciones que fomentan la RSE y de esta manera identificar el escenario actual. Analizar factores que motivan y justifican la incorporación de prácticas responsabilidad social en la empresa. Analizar la RSE como paradigma de gestión, su importancia como factor de competitividad y diferenciación en los mercados nacionales e internacionales. Diseñar una metodología de aplicación de prácticas de responsabilidad social, con pasos secuenciales claramente definidos.

Contenido temático	
1. Marco Teórico	
1.1	La Teoría Sobre La Responsabilidad Social De La Empresa.
1.2	Concepto De Responsabilidad Social Empresarial.
1.3	Elementos O Implicancias de La RSE.
1.4	Alcances De La Responsabilidad Social Empresarial.
1.5	Dimensiones De La Responsabilidad Social Empresarial.
1.6	Niveles De La Responsabilidad Social Empresarial.
1.7	Entorno De La Responsabilidad Social Empresarial.
2. La RSE en Latinoamérica y Chile	
2.1	Legislación y Normas de Calidad.
2.2	Estudio De Responsabilidad Social Empresarial En América Latina.
2.3	Estudio De Responsabilidad Social Empresarial En Chile 2006.
3. RSE una fuente de ventaja competitiva	
3.1	Herramientas Para La Gestión De RSE.
3.2	El Refuerzo De La RSE Como Ventaja Competitiva En El Mercado.
3.2.1	La Competitividad En La Empresa.
3.2.2	Resultados Obtenidos De La Gestión Socialmente Responsable.

3.2.3 Limitantes Para El Desarrollo De La Responsabilidad Social En La Empresa.

3.2.4 Efectos De Un Proceso Social - Responsable No Asumido Completamente Por La Empresa.

3.2.5 El Desafío De La Gestión Ética.

4. Estudio de campo agrícola

4.1 Presiones e incentivos en Chile para la RSC en la Industria Agrícola.

4.1.1 Mantención de Mercados.

4.1.2 Disminución de Costos y mejora de la Eficiencia.

4.2 El Aporte De La Agricultura Al País.

4.3 FODA A La Industria Exportadora de Fruta Fresca Como La Palta En El Ámbito Industrial De La Responsabilidad Social Empresarial.

4.4 Antecedentes.

4.5 Cuáles Fueron Los Criterios Para Seleccionar a La Empresa.

4.6 Características Metodológicas.

4.6.1 Diseño De La Muestra.

4.6.2 Instrumento aplicado durante El Proceso De Investigación.

4.7 La Empresa.

4.8 El Principio De Ecoeficiencia.

4.9 Las Acciones y Programas de Responsabilidad Social.

4.10 Análisis De La Entrevista.

4.11 Asociaciones Del Concepto de Responsabilidad Social en La Agrícola.

4.11.1 Instalación De La Temática en Manquillahue.

4.11.2 Implementación De La RSE En La Empresa.

4.11.3 Acciones de Responsabilidad Social.

4.11.4 ¿Es Rentable la Responsabilidad Social Para Agrícola Manquillahue?

4.11.5 Sistema de Evaluación Para Las Acciones de RSE.

4.11.6 Políticas Y Estrategias de RSE Implementadas Por La Empresa.

4.11.7 Fortalezas Y Debilidades Para El Desarrollo De La RSE.

4.11.8 Valorización De La Implementación.

5. Metodología de aplicación de la RSE

5.1 Propuestas Para Desarrollar La Responsabilidad Social Empresarial.

- 5.2 Visión De La Empresa.
- 5.3 Estrategia.
- 5.4 Comunicación Interna y Externa.
- 5.5 Utilización de Herramientas de RSE.
- 5.6 Establecimiento De Redes Para la RSE.

Aplicación Profesional

Con los conocimientos adquiridos en el curso y la práctica realizada, los egresados podrán laborar en instituciones tanto públicas como privadas como consultores e investigadores.

Perfil del Profesor

Deberá de tener estudios a nivel de doctorado en organizaciones y/o actuario.

Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

El curso es teórico práctico: cada unidad tiene su actividad práctica.

Actividades Extracurriculares

Realizar consultoría asistida tanto a organismos públicos y privados, desarrollándoles su plan de responsabilidad social.

Evaluación del Aprendizaje

Exámenes	25%
Proyecto final	50%
Exposiciones	10%
Tareas	10%
Participación	5%

Bibliografía

- De la Cuesta, M. Responsabilidad social corporativa. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 2004.
- Fernández Gago, R. Administración de la responsabilidad social corporativa Thomson Paraninfo, Madrid, 2005.
- Navarro García, F. Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica ESIC Editorial. Madrid, 2008.
- Olcese Santonja, A. Manual de la empresa responsable y sostenible McGraw-Hill. Madrid, 2008.
- Caneiro Caneda, M. La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos. ESIC Editorial. Madrid, 2004.
- Epstein, M. – Birchard, H. La empresa honesta: como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja. Paidós Ibérica. Madrid, 2005.
- Osario, M. Empresa y ética: la responsabilidad social corporativa. Voz de papel. Madrid, 2005.
- Satorras Fioretti, R.M. Responsabilidad social corporativa: la nueva conciencia de las empresas y entidades. J.M. Bosch. Barcelona, 2008.
- Velasco G. Responsabilidad social corporativa: aspectos jurídico-económicos. Universitat Jaume I. Castellón 2004.
- Mario Raich, Simon L. Dolan. 2009. MAS ALLA: Empresa y sociedad en un mundo en transformación. Profit Editorial.
- International Labour Organization. 2007. La promoción de empresas sostenibles. Conferencia Internacional del Trabajo 96º Reunión.
- Fernando Navarro García. 2008. Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica. ESIC Editorial.
- Horacio Martínez Herrera. 2005. El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Pontificia Universidad Javeriana.
- Alejandro Córdoba, Alejandro Córdoba Largo. 2007. El Corazón de las empresas: la responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal. ESIC Editorial.
- Tomás G. Perdiguero. 2005. La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Universitat de València.
- Glück, Alois. (2002). Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano. Quito: INDESIC.
- CARNEIRO CANEDA, Manuel.: " La responsabilidad Social Corporativa Interna". Esic, Madrid, 2004.
- FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD La empresa que viene. Responsabilidad y acción social en la empresa del futuro Fundación Empresa y Sociedad, Madrid, 2001
- JAMES C. COLLINS y JERRY I. PORRAS Empresas que perduran. Principios básicos de las compañías con visión de futuro Paidós, Barcelona, 1996
- TOM CANNON La responsabilidad de la empresa Traducción de Javier Serra, Ediciones Folio, Barcelona, 1994
- RAMOS HIDALGO, E., (2000). La Ética del Marketing, Importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional, Madrid. Tesis doctoral

- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las empresas
- Comisión Europea, Bruselas, 2001
- DOMÉNEC MELE, ALFREDO PASTOR Y JUAN ANTONIO PÉREZ LÓPEZ
- La aportación de la empresa a la sociedad Biblioteca IESE de Gestión de empresas, Ediciones Folio, Barcelona, 1997
- GARCIA IZQUIRDO B (2000). El valor de compartir beneficios, Editorial Deusto, Bilbao.
- GUARDÍA MASSÓ R.,(1998). El beneficio de compartir valores, Editorial Deusto, Bilbao
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, J.L, La imagen de las ONG de desarrollo, IEPALA, MADRID. 1998
- Manuel Reyno Momberg. 2006. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) COMO VENTAJA COMPETITIVA. Tesis de grado, Universidad Técnica Federico Santa María.
- Agüero, F. (2002) "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú". Escuela de Estudios Internacionales. Universidad de Miami. Traducción: Jacobo Schatan (CENDA)
- Berti, Z, Godoy L., Sánchez, (2008) "Perfil social de la empresa en Venezuela" VenAmCham. Alianza Social. Venezuela.
- Caravedo, Baltazar (1996), "Liderazgo, Empresa y Sociedad, Hacia una estrategia de responsabilidad social", SASE y Perú 2021, Lima, Perú.
- Caravedo, Baltazar (1998), "Responsabilidad Social de la Empresa, un eje para cambiar el país". SASE, Lima, Perú.
- Caravedo, Baltazar, (1998) "Perú Empresas Responsables", SASE y Perú 2021, Lima, Perú.
- Caravedo, Baltazar (1999), "Lo Social y la Empresa a fines de siglo", Universidad del Pacífico, SASE y Perú 2021, Lima, Perú.
- Benavides, Marcela y Gastelumendi, Guida (2001), "Responsabilidad Social Empresarial: Un compromiso necesario". Universidad del Pacífico, SASE y Perú 2021, Lima.
- Caravedo, Baltazar, (2002), "Cambio de Sentido, una perspectiva para el Desarrollo Sostenible", Universidad del Pacífico y LIDES, Lima, Perú
- Caravedo, Baltazar (2004), "La Revolución de las significaciones", Universidad del Pacífico, Lima, Perú
- Caravedo, Baltazar (2004), "La Transformación de la sociedad peruana", AVINA, Lima, Perú.
- Caravedo, Baltazar (2007), "La Sociedad Oculta, el espacio de la transformación, SASE, Lima, Perú.
- Caravedo, Baltazar (Editor) (2008), "Responsabilidad Social TODOS, Hacia el encuentro de todos los peruanos". PNUD, Lima, Perú.