



IN637 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
UNA ALTERNATIVA RENTABLE
6 U.D.

REQUISITOS	:	IN58As
CARACTER	:	Electivo de especialidad
PROFESORES	:	Andrés Nazar – Beatriz Calderón
SEMESTRE	:	Primavera 2003

INTRODUCCIÓN:

La misión de toda empresa es crear valor, lo que implica un esfuerzo constante de innovación y de comercialización. Las empresas que lo hacen con éxito hoy en día lo han hecho considerando que son parte de una gran comunidad, integrada por trabajadores, clientes, proveedores y en general por todos aquellos agentes que interactúan con ella. Es en ésta y para esta comunidad que innovan y crean valor. Su éxito se funda en sus habilidades para crear sinergías y cooperación, y la velocidad de innovación y respuesta a cambios en el entorno social en que ellas operan. El gran cambio es que el activo de la empresa ya no es solamente físico, hoy los activos intangibles como el conocimiento, la confianza, el capital humano, el capital social, la reputación de la marca y la responsabilidad social, entre otros, son tanto o más importantes que los anteriores.

Este curso intenta mostrar cuáles son los caminos para ser socialmente responsable y demostrar que esta práctica es rentable para la empresa.

OBJETIVOS:

Introducir al alumno en la función de la Responsabilidad Social Empresarial, entendida como una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, los trabajadores, la comunidad y el medioambiente.

Demostrar que la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial es rentable.

CONTENIDOS:

1.1 Responsabilidad Social Empresarial

- ¿Qué se entiende por responsabilidad social empresarial?
- Beneficios tangibles para la empresa.
- ¿Es realmente valorada? Estadísticas de Chile y el mundo.

1.2 Ética Empresarial; misión y visión

- Desarrollo de los principios éticos
- Práctica de los principios éticos con: La Competencia, Los Proveedores, Personal y Gobierno

1.3 Clima Laboral en la Empresa; políticas de RR.HH

- Relación empresa - trabajadores
- Cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo
- Participación de los empleados en la gestión de la empresa

1.4 Medioambiente; cuidado y correcto uso de los recursos naturales

- Responsabilidad ambiental
- Impacto en el medioambiente
- Educación ambiental
- Tratamiento de desechos

1.5 Compromiso ante la Comunidad; apoyo en su desarrollo

- Relaciones con organizaciones comunitarias
- Mecanismos de apoyo a proyectos sociales
- Incentivo al trabajo voluntario del personal
- Liderazgo e influencia social

1.6 Comercialización y Marketing Responsable (Marcas con sentido Social)

- Gestión del marketing social.
- Reflexiones sobre la marca y la reputación.
- Percepción del cliente.
- Comercialización responsable.

1.7 Reporte o Balance Social

- ¿Qué es el reporte social de una empresa?
- ¿Por qué se realiza? ¿Qué mide?

- ¿Cómo se elabora?
- ¿Indicadores más importantes?

1.8 Responsabilidad Social Corporativa y Normativas Legales Vigentes

- El Rol de los Gobiernos
- Incentivos; franquicias tributarias y ley de donaciones.
- Barreras; Elementos que obstaculizan la responsabilidad social en Chile.
- Ley de probidad administrativa.

1.9

- Análisis de casos

ACTIVIDADES:

El curso tendrá una orientación aplicada, combinando el material teórico y la lectura personal con la discusión de casos, charlas de invitados y un trabajo de investigación.

- a) Clases:** Se exponen los temas del contenido y se discute el material teórico.
- b) Lecturas:** Deberán efectuarse anticipadamente para participar activamente en la clase.
- c) Estudio de Casos:** Se estudiarán casos reales, en donde empresas han adoptado los conceptos de responsabilidad social y se analizarán sus implicancias.
- d) Charlas Invitadas:** Se contará con la participación de expertos en distintos temas de responsabilidad social.
- e) Trabajo de Investigación:** Los alumnos analizarán un programa de responsabilidad social existente en una empresa dada por el profesor y lo expondrán ante sus compañeros.

EVALUACION:

La evaluación final de los alumnos se realizará de la siguiente manera: Un control (30%), trabajo de investigación (25%), lecturas (15%) y un examen (30%).

BIBLIOGRAFÍA:

1. Comisión de las Comunidades Europeas. *Libro Verde, Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social*. COM, Bruselas 2001
2. Davis, Keith; Newstrom, John. *Comportamiento Humano en el Trabajo*. Editorial McGraw Hill, 2001, Décima Edición
3. De Gregori; Waldemar. Volparo, Evilásio. *Capital Intelectual*. Editorial McGraw Hill, 2002
4. Fundación Acción Empresarial. *La Empresa y la Responsabilidad Social, Primeros Pasos*. 2001
5. Fundación Acción Empresarial. *Marketing Responsable, Guía Práctica para Empresas*. 2001
6. Fundación ProHumana. *Responsabilidad Social Empresarial en Chile*. Santiago de Chile, Septiembre 2000
7. Fundación ProHumana. *Responsabilidad Social Empresarial: ¿Hacer o Parecer?*. Seminario Internacional. Santiago de Chile, Septiembre 2000
8. Gómez, Rafael. *La Ética Empresarial: Teoría y Casos*. Ediciones Rialp, Madrid 1999
9. Leal Jiménez, Antonio. *Gestión del Marketing Social*. Editorial McGraw Hill, 2000
10. Lewis, Stuart. *Who is In Charge of the Brand?, Reflections on Brand and Reputation*. Fundación MORI, February 2002
11. Makower, Joel. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to work for your Business and the World*. Pearson 2002
12. Organisation for Economic Co-operation and Development. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Global Instruments for Corporate Responsibility*. Annual Report 2001
13. Smith, Eger. *Environmental Science, A study of Interrelationships*. Editorial McGraw Hill, 2000
14. Teixidó, Soledad; Chavarri, Reinalina; Castro, Andrea. *Responsabilidad Social: 12 Casos Empresariales en Chile*. Ediciones PROhumana, Santiago de Chile 2002
15. Teixidó, S; Chavarri, R. *La acción filantrópica como un elemento de la responsabilidad social: el caso chileno*. Ediciones PROhumana, Santiago de Chile 2000
16. Zadck, Simon. *Building Stronger Private-Public Partnership for Sustainable Development*. Business for Social Responsibility, 2002