



IN 637 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
UNA ALTERNATIVA RENTABLE

6 UD

D.H: (1.5 – 4.5)

REQUISITOS	:	IN58AS
CARACTER	:	Electivo para la Carrera de Ingeniería Civil Industrial
PROFESORES	:	ANDRES NAZAR M. BEATRIZ CALDERON A.
SEMESTRE	:	PRIMAVERA 2004

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 esta y para esta comunidad que innovan y crean valor. Su éxito se funda en sus habilidades para crear sinergias 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 cuales son los caminos para ser socialmente responsable y demostrar que esta práctica es rentable para la empresa.

OBJETIVO:

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.

CONTENIDOS:

1.1. CONCEPTOS, EVOLUCION E IMPORTANCIA DE LA RSE

- ¿Qué se entiende por responsabilidad social empresarial?
- Filantropía vs RSE
- RSE en Chile y el mundo.
- Beneficios tangibles para la empresa. Caso Empresarial
- Áreas Temáticas

1.2. ÉTICA EMPRESARIAL, MISIÓN, VISION Y VALORES

- ¿Qué se entiende por ética empresarial?
- Temas que se abordan
- Beneficios tangibles para la empresa
- Estándares internacionales
- Contexto nacional
- Casos empresariales

1.3. CALIDAD DE VIDA LABORAL

- ¿Qué se entiende por Calidad de Vida laboral?
- Temas que se abordan
- Beneficios tangibles para la empresa
- Estándares internacionales
- Contexto nacional
- Casos empresariales

1.4. MEDIO AMBIENTE

- Medio Ambiente y RSE
- Temas que se abordan
- Beneficios tangibles para la empresa
- Estándares internacionales
- Contexto nacional
- Casos empresariales

1.6. COMERCIALIZACION Y MARKETING RESPONSABLE

- ¿Qué se entiende por marketing y comercialización responsable?
- Temas que se abordan
- Beneficios tangibles para la empresa
- Estándares internacionales
- Contexto nacional
- Casos empresariales

1.7. APOYO AL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

- ¿Qué se entiende por apoyo a la comunidad?
- Qué es inversión social
- Temas que se abordan
- Beneficios tangibles para la empresa
- Casos empresariales

1.8. REPORTE SOCIAL EMPRESARIAL O REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

- ¿Qué son los reportes de sustentabilidad?
- Principales Modelos
- Beneficios tangibles para la empresa
- Modelo Básico
- Contexto nacional e internacional de su desarrollo
- Casos empresariales

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) **Estudio de Casos y Lecturas:** Se estudiarán casos reales de empresas que han adoptado los conceptos de responsabilidad social y se analizarán sus implicancias.
- c) **Charlas Invitadas:** Se contará con la participación de expertos en distintos temas de responsabilidad social.
- d) **Trabajo de Investigación:** Los alumnos desarrollarán un trabajo de responsabilidad social para una empresa y lo expondrán ante sus compañeros.

EVALUACION:

La ponderación final se realizará de la siguiente manera:

Control (25%): Materia de clases, casos y charlas.

Trabajo (40%): Se harán dos presentaciones durante el semestre y se entregarán dos informes (El informe se entregará en secretaría docente en la fecha establecida hasta las 12:00 pm.). Cada evaluación tomará en consideración el tema (30%), contenido (60%) y presentación (10%. Referido al formato). El trabajo tiene como requisito, para ser aprobado, que se lleve a cabo.

Examen (25%): Cubre la materia de todo el año, casos y charlas.

Asistencia (10%): Se exigirá una nota mínima de 4 en asistencia para aprobar el curso.

La asistencia a las charlas es obligatoria. Sólo se aceptarán inasistencias justificadas con certificados médicos u casos de fuerza mayor. La justificación deberá ser presentada a más tardar en la clase siguiente.

Si un alumno falta a alguna evaluación deberá presentar su justificación en la escuela, tal como lo exige el reglamento, recuperando en una evaluación especial al final del semestre.

BIBLIOGRAFÍA:

- Acción Empresarial. *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo*, Santiago, Diciembre 2003
- Acción Empresarial. *Manual Primeros Pasos - La Empresa y la Responsabilidad Social*. Santiago, Agosto 2003.
- Acción Empresarial. *Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa*, Santiago, Octubre 2001
- Acción Empresarial, *Reporte Social Empresarial, Guía práctica para el reporte social y medioambiental de las empresas*, Santiago, Agosto 2002
- Acción Empresarial. *Marketing Responsable, Guía Práctica para Empresas*. Santiago, Octubre 2002
- Acción Empresarial. *Responsabilidad Ambiental de un Buen Ciudadano Corporativo, Guía Práctica para Empresas*, Santiago, Abril 2003.
- Acción Empresarial /SERNAM. *Guía práctica para empresas, Cómo Conciliar la Vida Laboral y la Vida Familiar*, Santiago, Mayo 2003.
- CEPAL. *La Responsabilidad Social Corporativa en un Marco de Desarrollo Sostenible*, Santiago, 2003
- Comisión de las Comunidades Europeas. *Libro Verde, Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social*. COM, Bruselas 2001
- Comisión de la Comunidades Europeas. *Comunicado de la Comisión relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Bruselas, julio 2002
- CONAMA/ Consejo de la Américas. *Guía RAM una Herramienta para el Desarrollo Sostenible. Responsabilidad Ambiental: El desafío del s.XXI*. CONAMA, Santiago, Agosto 2003
- Fundación ProHumana. *Responsabilidad Social Empresarial en Chile*. Santiago de Chile, Septiembre 2000
- Fundación ProHumana. *Responsabilidad Social Empresarial: ¿Hacer o Parecer?*. Seminario Internacional. Santiago de Chile, Septiembre 2000
- Global Reporting Initiative. *Sustainability Reporting Guidelines, on Economic, Environmental, and Social Performance*. June 2002
- Gómez, Rafael. *La Ética Empresarial: Teoría y Casos*. Ediciones Rialp, Madrid 1999
- Leal Jiménez, Antonio. *Gestión del Marketing Social*. Editorial McGraw Hill, 2000
- Lewis, Stuart. *Who is In Charge of the Brand?, Reflections on Brand and Reputation*. Fundación MORI, February 2002
- Libertad y Desarrollo /CIEDESS. *El Aporte Privado al Desarrollo Social en Chile. Informe Final*. Santiago Julio de 1997
- Makower, Joel. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to work for your Business and the World*. Pearson 2002
- OIT. *Nota informativa sobre responsabilidad social de la empresa y normas internacionales del trabajo*. Ginebra, Noviembre de 2003
- OIT, Oficina Internacional del Trabajo- Empresas Multinacionales. *La Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social*. Ginebra 2002

- Organisation for Economic Co-operation and Development. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Global Instruments for Corporate Responsibility*. Anual Report 2001
- Perdigero, Tomas G. *La Responsabilidad Social de las Empresas en un Mundo Global*. Anagrama. Barcelona, 2003.
- Perera. Luis, *Reporte Social Un Cuarto Estado Financiero Básico- sobre la dimensión social de las empresas..* PWC, Santiago, Octubre 2003.
- Smith, Enger. *Environmental Science, A study of Interrelationships*. Editorial McGraw Hill, 2000
- Teixidó, Soledad; Chavarri, Reinalina; Castro, Andrea. *Responsabilidad Social: 12 Casos Empresariales en Chile*. Ediciones PROhumana, Santiago de Chile 2002
- Teixidó, S; Chavarri, R. *La acción filantrópica como un elemento de la responsabilidad social: el caso chileno*. Ediciones PROhumana, Santiago de Chile 2000
- Willard. Bob. *The Sustainability Advantage. Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line*. Canadá, 2002
- Zadck, Simon. *Building Stronger Private-Public Partnership for Sustainable Development*. Business for Social Responsibility, 2002