



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN DERECHO MERCANTIL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS				RSE298		0	S/P
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
				<u>32</u>			<u>32</u>
Profesores especialistas:				Elaborado por:			
<i>Lic. Eduardo Pateiro Fernández</i> <i>Lic. Marianella Martínez</i>				<i>Lic. Eduardo Pateiro Fernández</i>			
Fecha de última revisión	Revisado por		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO				
	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO	(FIRMA Y SELLO)				
09/03/2005							

FUNDAMENTACION

Uno de los mayores retos al que se enfrenta la Organización de las Naciones Unidas (ONU) es la reducción de la pobreza mundial. Este reto, junto a los demás que conforman los denominados “Objetivos del Milenio” en su primera fase (2.000 – 2.015) ha sido asumido por el sector empresarial mundial, al comprender que el éxito en la reducción de la pobreza sólo será posible en la medida en que exista un adecuado crecimiento económico, para lo cual se requiere, por una parte, el fortalecimiento del sector privado como principal generador de empleo y riqueza, y por la otra, una sociedad cuyo funcionamiento y desarrollo esté sustentado en principios éticos recíprocamente aceptados y materializado en acciones sostenibles con proyección en el tiempo. De allí que la relación entre empresa y sociedad sea de importancia vital, ante el reconocimiento mutuo de obligaciones y responsabilidades que van más allá de las que se derivan del simple cumplimiento de la normativa legal.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial, es concebida como un conjunto comprensivo de políticas, programas y prácticas socialmente responsables, que al estar integradas en el marco estratégico, poseen la capacidad para incrementar el valor agregado de la empresa y consecuentemente, su posición competitiva.

Al ser vista desde una doble óptica descriptiva y normativa, la Responsabilidad Social Empresarial deberá constituir el eje del pensamiento gerencial, ante la necesidad de crear un ambiente de negocios que favorezca el reconocimiento y legitimación de la actividad económica específica en el correspondiente ámbito de influencia social. Todo ello mediante la cohesión entre los más estrictos e irrenunciables intereses empresariales, con los intereses de los grupos con los que está llamada a interactuar: trabajadores, proveedores, usuarios, accionistas, entes gubernamentales y demás colectivos sociales.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Desarrollar actitudes críticas, reflexivas y resolutivas ante las acciones socialmente responsables que la empresa deberá ejecutar para contribuir al desarrollo económico y social en su ámbito de influencia, comprendiendo las herramientas para su integración en la gestión estratégica y operativa de la empresa, y razonando sobre el impacto de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial en el fortalecimiento y consolidación de su perfil competitivo.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
ASPECTOS HISTÓRICO - CONCEPTUALES		RAZONAR SOBRE LAS MOTIVACIONES QUE IMPULSAN EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMPRENDIENDO SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y LOS REFERENTES INTERNACIONALES EN ESTA MATERIA	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Comprender los conceptos básicos de la RSE. 2. Comprender las razones y forma en la que ha evolucionado el concepto de RSE. 3. Razonar sobre las iniciativas mundiales y los referentes internacionales en materia de RSE. 4. Conocer el desarrollo del concepto de RSE en Venezuela.	<ul style="list-style-type: none">• Conceptos fundamentales e implicaciones de la RSE .• Desarrollo histórico.• Iniciativas mundiales.• Referentes internacionales.• Responsabilidad Social en Venezuela.• Delimitación de la RSE.	<ul style="list-style-type: none">• Exposición del facilitador.• Discusiones grupales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
<ul style="list-style-type: none">• Razonamiento crítico de los participantes (10 %).			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
MARCO ESTRATÉGICO Y ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		ANALIZAR LOS DISTINTOS ÁMBITOS DE INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, VALORANDO LA NECESIDAD DE SU INTEGRACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	
DURACION			
8 Horas			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
<div>1. Razonar los beneficios de la RSE para el fortalecimiento del potencial competitivo de la empresa.</div> <div>2. Analizar los ámbitos de influencia de la RSE y su vinculación con el marco estratégico.</div> <div>3. Comprender los diferentes niveles de actuación en materia de RSE.</div>	<div>• La RSE en la estrategia de negocios</div> <div>• Ámbitos de la RSE.</div> <div> Ámbito interno</div> <div> — Ética empresarial.</div> <div> — Calidad de Vida Laboral.</div> <div> Ámbito externo</div> <div> — Medio Ambiente.</div> <div> — Marketing Responsable.</div> <div> — Compromiso con la Comunidad</div> <div>• Niveles de actuación en materia de RSE .</div>	<div>• Exposición del facilitador.</div> <div>• Discusión grupal.</div> <div>• Estudio de Casos.</div>	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
<div>• Razonamiento crítico de los participantes (15 %).</div>			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
ÁMBITO INTERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)		ASOCIAR EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON EL AMBIENTE INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN, VALORANDO LAS CONDUCTAS ÉTICAS HACIA LOS TRABAJADORES, COMO POTENCIADORES DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
<div>1. Internalizar la importancia del desempeño ético como condicionante básica para la productividad y el aprovechamiento de ventajas comparativas, a través del mejoramiento de la calidad de vida laboral.</div> <div>2. Valorar el concepto y los principios del voluntariado corporativo, como máxima expresión del compromiso social de los trabajadores.</div>	<div>• Valores y principios éticos en las relaciones de trabajo.</div> <div>• Calidad de vida laboral.</div> <div>• El voluntariado corporativo como expresión del compromiso social de los trabajadores.</div>	<div>• Exposición por equipo.</div> <div>• Debates.</div> <div>• Estudio de casos.</div> <div>• Exposición del facilitador.</div>	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
<div>• Exposición grupal (10 %).</div> <div>• Presentación de conclusiones de los casos de estudio (10 %).</div>			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
ÁMBITO EXTERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)		ASOCIAR EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON EL AMBIENTE EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN, VALORANDO LAS CONDUCTAS ÉTICAS HACIA EL CONSUMIDOR, LA IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL Y EL COMPROMISO HACIA LA COMUNIDAD, COMO FACTORES POTENCIADORES DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
<div>1. Internalizar la importancia del desempeño ético como condicionante básica para la productividad y el aprovechamiento de ventajas comparativas, a través de las políticas de comercialización y de protección ambiental.</div> <div>2. Comprender los alcances del compromiso con la comunidad, razonando sobre las razones de naturaleza social que las fundamentan.</div>	<div>• Comercialización y marketing responsable.</div> <div>• Protección ambiental.</div> <div>• Compromiso social de la empresa.</div>	<div>• Exposición por equipo.</div> <div>• Debates.</div> <div>• Estudio de casos.</div> <div>• Exposición del facilitador.</div>	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
<div>• Exposición grupal (10 %).</div> <div>• Presentación de conclusiones de los casos de estudio (10%).</div>			

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
IMPLANTACIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		APLICAR LOS ASPECTOS CONCEPTUALES Y FILOSÓFICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UN CASO REAL DE TRABAJO A ELECCIÓN DEL PARTICIPANTE, CON BASE EN EL ANÁLISIS DE CADA UNA DE LAS ETAPAS QUE CONFORMAN UN PROYECTO DE RSE	
DURACION			
16 HORAS			
EVALUACION			
35 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
<div>1. Descomponer los principales indicadores de RSE, con base en la naturaleza y características particulares de la organización.</div> <div>2. Diagnosticar el alcance de las políticas de RSE, de una organización.</div> <div>3. Estructurar las líneas estratégicas de RSE en la organización.</div> <div>4. Demostrar la factibilidad de los primeros pasos prácticos para implantar un programa de RSE.</div>	<div>• Indicadores de RSE.</div> <div>• Elaboración del diagnóstico de RSE.</div> <div>• Diseño del Plan Estratégico de RSE.</div> <div>• Implantación del Programa.</div>	<div>• Exposición del facilitador.</div> <div>• Trabajo de campo.</div> <div>• Discusión dirigida.</div>	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
<div>• Elaboración y presentación de la matriz de indicadores de RSE (10 %).</div> <div>• Presentación y discusión de las conclusiones del diagnóstico de RSE (10 %).</div> <div>• Presentación y discusión de las líneas de acción estratégicas de RSE (10%).</div> <div>• Presentación y discusión del Plan de Acción Inicial (5 %).</div>			

BIBLIOGRAFÍA

Carneiro Manuel. **La Responsabilidad Social Corporativa Interna**. ESIC Editorial. Madrid. España. 2.004.

Fernández Roberto. **Administración de la Responsabilidad Social Corporativa**. Editorial Paraninfo - Thomson Learning. México. 2.005.

Gómez Henry y Bassa C. **Iniciativa Social como Estrategia Competitiva. – Una Guía Práctica**. Ediciones IESA. Caracas. 2.005.

Mendez C. Responsabilidad **Social de Empresarios y Empresas en Venezuela, durante el Siglo XX**. Editoriales (varias). 2.004.