

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES			
1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD CURRICULAR			
<b>Institución:</b> UNIVERSIDAD DE LOS ANDES			
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN			
<b>Departamento:</b> CIENCIAS ADMINISTRATIVAS			
<b>Unidad Curricular:</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES			<b>Código:</b> 2445
<b>Prelación:</b> MARKETING AVANZADO			<b>Condición:</b> SEMINARIO OPTATIVO
<b>HT: 3</b>	<b>HP: 1</b>	<b>HL:</b>	<b>Créditos Académicos: 3</b>
<b>Ubicación:</b> SEXTO/SÉPTIMO SEMESTRE		<b>Componente:</b> INTEGRACIÓN	<b>Fecha de Aprobación:</b> SEMESTRE A-2016

## 2. JUSTIFICACIÓN O PROPÓSITO

Día tras día las organizaciones comienzan a preocuparse por utilizar prácticas empresariales que satisfagan las preocupaciones de la sociedad. En este devenir, han tomado conciencia de que la legitimidad para operar les viene otorgada por los grupos de interés con los que se relaciona, es decir, de sus accionistas, empleados, proveedores, clientes, entre otros. En general, su legitimidad dependerá de la sociedad sin dejar de lado el impacto que generen sus acciones en el medio ambiente.

Las organizaciones pueden asumir esta responsabilidad utilizando prácticas más honestas, demostrando transparencia en su gestión, incorporando los objetivos de los trabajadores en los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente, entre muchas otras formas.

Basados en este contexto, el estudio de esta asignatura ofrece al estudiante los conocimientos teóricos y metodológicos para comprender y analizar la diversa y compleja red de elementos que determinan la responsabilidad social y ambiental de las organizaciones.

En el desarrollo del Seminario el estudiante deberá asumir una actitud activa, dinámica, motivadora y creativa. Se emplearán diversos métodos de enseñanza para el desarrollo de la asignatura.

## 3. COMPETENCIAS DEL PERFIL QUE DESARROLLA

### 3.1. Competencias Genéricas:

- a) **Emprendimiento, innovación y creatividad:** Genera propuestas originales y novedosas para responder a las necesidades del entorno, mediante iniciativas propias y el emprendimiento de nuevos proyectos.
- b) **Comunicación eficaz oral y escrita:** Comunica de manera clara y correcta ideas y opiniones en el idioma castellano, mediante la expresión oral, la escritura y los apoyos gráficos para un adecuado desempeño en entornos sociales y culturales diversos.
- c) **Aprendizaje, desarrollo personal y profesional:** Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida, en función de sus objetivos y sobre la base de la formación adquirida, para adaptarse e impulsar nuevas situaciones y alcanzar la realización personal y profesional.
- d) **Ética, Responsabilidad Profesional y Compromiso Social:** Actúa con conciencia ética y cívica en el contexto local, nacional y global, sustentado en principios de valores y justicia en defensa de los derechos fundamentales del hombre para dar respuesta oportuna a las necesidades que la sociedad le demande, como persona, ciudadano y profesional, estimando el impacto económico y ambiental en las soluciones propuestas.
- a) **Investigación:** Aplica el pensamiento crítico, el conocimiento y los métodos de investigación para comprender la realidad, resolver problemas y generar nuevos conocimientos.
- b) **Liderazgo y Trabajo en Equipo:** Integra equipos de trabajo con adecuado desempeño en las relaciones interpersonales en los que fomenta valores como el respeto, la responsabilidad, la unidad y la cooperación, con el propósito de desarrollar proyectos que motiven y conduzcan hacia metas comunes.
- c) **Gestión Tecnológica:** Utiliza con idoneidad las tecnologías de la información y la comunicación requeridas para desempeñarse en el contexto académico y profesional.
- d) **Resolución de Problemas:** Identifica y plantea problemas para resolverlos con criterio y de forma efectiva utilizando la lógica, los saberes adquiridos y herramientas organizadas adecuadamente.
- e) **Compromiso con la Preservación del Ambiente:** Identifica el uso racional integral y equilibrado del ambiente, y en específico de los ecosistemas de su hábitat para su conservación en el tiempo.

### 3.2. Competencias Específicas:

- a) Se desempeña en las organizaciones para garantizar un adecuado funcionamiento y operatividad de las mismas con visión prospectiva a través de las condiciones de eficiencia y eficacia organizacional.
- b) Emprende proyectos de carácter administrativo para ser más competitivos a través de innovaciones que generen condiciones de mayor rentabilidad y bienestar social.
- c) Detecta y desarrolla oportunidades de negocio para crear empresas con responsabilidad social y contribuir al desarrollo económico.
- d) Toma decisiones para solucionar problemas organizacionales mediante metodologías cuantitativas, cualitativas y heurísticas.

#### 4. PROBLEMA(S) DEL CONTEXTO:

¿Cómo utilizar la orientación hacia lo socialmente responsable para lograr un desempeño integral de las organizaciones dentro de sus mercados?

#### 5. CRITERIOS DE DESEMPEÑO

##### 5.1. Criterios de las Competencias Genéricas:

- g) Genera propuestas innovadoras para responder a las necesidades del entorno, agregando valor mediante la diferenciación.
- h) Expresa adecuadamente sus propuestas innovadoras, utilizando medios orales y escritos acordes con el contexto en el que se desempeñe.
- i) Presenta una actitud proactiva en su proceso de aprendizaje, en correspondencia a sus objetivos personales y profesionales.
- j) Propone soluciones a las necesidades que la sociedad demanda tomando en cuenta su impacto en el entorno, sustentados en valores y principios éticos.
- k) Interactúa en su equipo de trabajo, cooperando de manera respetuosa y responsable para el logro de las metas comunes.
- l) Genera conocimientos aplicando métodos de investigación pertinentes a las situaciones que pretende resolver.
- m) Selecciona la herramienta tecnológica apropiada a los objetivos de innovación y emprendimiento que aspire alcanzar.
- n) Conoce la importancia de emprender nuevos negocios y la importancia de aplicar la innovación y la creatividad para desarrollar su idea de negocio o impulsar la empresa ya constituida.
- o) Es capaz de identificar sus habilidades o cualidades emprendedoras
- p) Construye conceptos y desarrolla aprendizajes significativos y cambios de actitudes que lo lleven a emprender en forma exitosa y creativa.
- q) Formula y desarrolla un proceso básico de creación y desarrollo de su idea innovadora y creativa partiendo de una situación concreta, caso, experiencia o aprendizaje.

##### 5.2. Criterios de las Competencias específicas:

- a) Genera propuestas de negocio orientadas al mercado, considerando las necesidades de los diferentes actores sociales.
- b) Incorpora elementos de Responsabilidad Social en sus propuestas de negocio, en correspondencia con los principios éticos y ambientales.
- c) Proyecta su sentido de conciencia ciudadana en las diversas intervenciones y productos académicos generados, considerando el impacto de sus decisiones en el entorno.
- d) Plantea propuestas de valor diferenciadas y factibles desde lo económico, social y ambiental.
- e) Aplica los elementos operativos y estratégicos de la Responsabilidad Social como enfoque de gestión.
- f) Investiga e integra información de diferentes actores sociales para realizar propuestas de planes de acción social.

#### 6. CONTENIDOS (conceptuales, procedimentales y actitudinales):

### **UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA SUSTENTABILIDAD**

- Contexto histórico: Antecedentes históricos. Aparición de nuevas líneas de pensamiento. Evolución del término hasta nuestros días.
- Líneas de pensamiento: autores, escuelas de pensamiento, referentes.
- Conceptualización: ¿Qué es el desarrollo sustentable? Definiciones de desarrollo sustentable y sustentabilidad. ¿Sustentable o sostenible?
- Caracterización y componentes: Desarrollo económico. Medio Ambiente. Equidad Social. Cambio Individual. Análisis holístico de los componentes.
- Ejemplos modernos de desarrollo sustentable: ¿Cómo? ¿Quién? ¿Cuándo? y ¿Dónde se ha llevado a la práctica el desarrollo sustentable?

### **UNIDAD 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES**

- Contexto histórico. Antecedentes históricos. Aparición de la RSO. Evolución del término hasta nuestros días.
- Líneas de pensamiento, autores, escuelas de pensamiento, referentes.
- Conceptualización. ¿Qué es la Responsabilidad Social de las Organizaciones? Definiciones de RSO.
- RSO y ética. Código ético.
- Responsabilidad Social Organizacional o Responsabilidad Ambiental Organizacional.
- Ejemplos modernos de RSO. ¿Cómo? ¿Quién? ¿Cuándo? Y ¿Dónde Se han desarrollado casos ejemplares de la RSO?
- RSO un nuevo horizonte en el mundo empresarial. Importancia y auge de la RSO en el mundo.

### **UNIDAD 3. LA EMPRESA DE VANGUARDIA: EMPRESA SUSTENTABLE**

- La empresa tradicional: repaso histórico de cómo se ha concebido y construido el “mundo”/empresa/civilización. Evolución histórica de la empresa desde sus componentes organizativos y de acción. Impactos del desarrollo de las empresas.
- RSO y sustentabilidad como fuente de innovación: la Innovación Social.
- RSO en el contexto de la innovación y el mercadeo.
- Contexto empresarial del siglo XXI: de la concepción tradicional a los nuevos paradigmas. De la sociedad de flujos lineales a la ciudad de flujos cíclicos. Proyección de la empresa sustentable.
- Casos prácticos modernos de empresas sustentables en el mundo: qué se está haciendo en distintas partes de la región y el mundo en términos de sustentabilidad e innovación empresarial.
- Herramientas para desarrollar la “empresa de vanguardia”:
  - a. Consumo responsable de recursos.
  - b. Indicadores empresariales modernos: huella de carbono, huella hídrica, huella ecológica y ciclo de vida de producto.
  - c. Calidad de vida: una nueva concepción.
  - d. Manejo sustentable de residuos
  - e. Institucionalidad para la sustentabilidad.
  - f. Cultura sustentable: educación y comunicación para la sustentabilidad.

#### UNIDAD 4. LA UNIVERSIDAD CONSTRUCTORA DE SABERES PARA LA SUSTENTABILIDAD

- Descripción del proyecto. Contexto del proyecto.
- Desarrollo de los siete pilares:
  - a. Consumo responsable de recursos.
  - b. Huella de carbono y carbono neutral.
  - c. Riqueza del paisaje.
  - d. Manejo sustentable de residuos.
  - e. Institucionalidad para la sustentabilidad.
  - f. Educación para la sustentabilidad.
  - g. Institucionalidad para la sustentabilidad.
- Descripción metodológica:
  - a. Línea base. Estado del arte.
  - b. Definición de universidad sustentable.
  - c. Estrategias de transformación.
  - d. Ejecución de las estrategias de transformación.
  - e. Análisis y valoración de los resultados.
  - f. Elaboración del manual para hacer sustentabilidad en la universidad: Aplicación en caso práctico.

#### 7. REQUERIMIENTOS

El seminario optativo de Responsabilidad Social en las Organizaciones, está prelado por las asignaturas que conforman la Cátedra de Mercadotecnia y Emprendimiento. En éstas unidades curriculares, el estudiante conoció los fundamentos conceptuales del marketing y obtuvo las habilidades para analizar y tomar decisiones operativas y estratégicas basadas en herramientas de marketing como la investigación de mercados, la segmentación y el posicionamiento del mismo. En este sentido:

- El estudiante debe poseer conocimientos básicos de economía de las organizaciones, innovación y emprendimiento, mercadotecnia básica e investigación de mercados.
- El estudiante debe ser capaz de trabajar en equipo.
- El estudiante debe ser capaz de realizar investigaciones de mercado.
- El estudiante debe ser participativo, reflexivo, proactivo, colaborador, respetuoso de las opiniones de los demás, dispuesto a equivocarse y rectificar.

#### 8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS (Actividades)

Se utilizará a la empresa generadora de bienes y servicios como objeto fundamental de análisis para desarrollar el curso académico. La enseñanza de esta unidad curricular debe seguir los enfoques del Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y Aprender Haciendo (AH). A su vez la experiencia de aprendizaje se afianzará en el uso de las TIC y en la cooperación para alcanzar en el estudiante las competencias definidas previamente. Por otra parte:

- Método de aprendizaje cooperativo que implica el compromiso de los estudiantes a trabajar en colaboración para alcanzar los objetivos comunes, unido a la exposición de todos los participantes.

- Lecturas específicas de temas que incluyen reflexiones, explicaciones y ejemplos para ser discutidas en clase, así como debates.
- Exposiciones magistrales de los contenidos conceptuales por parte de los grupos de estudiantes. Los estudiantes escuchas formularán interrogantes ante dudas que puedan existir.
- Los estudiantes conformarán equipos de trabajo para desarrollar un plan de negocios orientado hacia la Responsabilidad Social para una organización elegida por el grupo.
- Casos prácticos de análisis individuales y en equipo.
- Evaluaciones cortas de carácter individual que permitan medir el nivel de aprendizaje a nivel conceptual de los temas abordados, cartografías, mapas conceptuales y mentales.
- Investigaciones exploratorias y descriptivas documentales y de campo.

## 9. EVALUACIÓN (Evidencias)

Pruebas escritas dentro del aula de clase	X
Pruebas escritas fuera del aula de clase	X
Pruebas orales	X
Presentación y defensa de problemas y casos de estudio	X
Ensayos	X
Audios y videos	X
Testimonios	X
Registro de observaciones	
Registro de actitudes	
Pruebas de actitudes	
Autovaloración	
Sociodramas	
Mapa conceptual	X
Mapa Mental	
Proyectos	X
Modelo	X
Prototipos	X
Informes finales	X
Servicios prestados	X

## 10. RECURSOS

1. Borrador Normas ISO 26000 (Fecha 27/03/2007)
2. Cuesta González (de la), Martha. Apuntes de Responsabilidad Social Corporativa: Una nueva forma de gestión. Universidad Nacional de Estudios a Distancia de España.

3. León, María de Fátima; Baptista, María Virginia & Contreras, Hernán (2012): La innovación en el contexto de la Responsabilidad Social. Forum Empresarial, Vol. 17, Núm. 1, mayo, pp. 31-63
4. Mora Contreras, César (2006) La Responsabilidad Social Empresarial: Razón de ser del marketing como Sistema de Pensamiento Organizacional. Revista Visión Gerencial. Año 4, Número 2, julio-diciembre, pp. 171-179
5. Mora Contreras, César (2007) La Orientación al Marketing: Desde el principio de soberanía del consumidor a la verdadera responsabilidad social empresarial. Revista Visión Gerencial. Año 6, Número Especial (Marzo), pp. 81-90
6. Mora Contreras, César (2010) Desarrollo Sustentable: Una vía hacia la Innovación Social (White paper, presentado en el 13th World Congress for Social Economics (Montreal, 2010)
7. Novo, María: Apuntes de Introducción a la Sostenibilidad. Universidad Nacional de Estudios a Distancia de España.
8. OCDE Guidelines for Multinational Enterprises (Edición 2011)
9. Rodríguez Fernández, José Miguel (2007) Responsabilidad Social Corporativa y análisis económico: Práctica frente a teoría. Ekonomiaz, Nº 65, 2º cuatrimestre.
10. United Nations Environment Programme (2006) De las palabras a la acción. Compromiso con los stakeholders. Manual para la práctica de las Relaciones de los Grupos de Interés.