



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. DECECO Nº 604.15

Salta, 24 JUL 2015
EXPEDIENTE Nº 6.640/15

VISTO: La nota presentada por el **Dr. César MORENO**, profesor regular de la asignatura Contabilidad para Administradores - Módulo I, mediante la cual propone el dictado del Seminario de Actualización, cuyo tema es: **La Responsabilidad Social Empresaria en el proceso de Creación de Valor: ¿Nuevo paradigma de la gestión empresarial?**, para alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración, Plan de estudios 2.003, y;

CONSIDERANDO:

La Res. Nº 399/07 – Reglamento de Seminario de Actualización – Plan de Estudios 2.003, de ésta Facultad.

Que la Directora General Académica, Sra. Norma A. Vilca, informa a fs. 5 vuelta, que la propuesta reúne las condiciones exigidas por reglamento, para la aprobación del citado Seminario de Actualización.

El Dictamen de la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina de fs. 6 del expediente de referencia.

Que por Resolución Nº 420/00 y su modificatoria la Resolución Nº 718/02, el Consejo Directivo delega en el Señor Decano de la Facultad la aprobación de Programas Analíticos y de Examen, Bibliografía, Régimen de Promoción, trámites de equivalencias y Seminarios de Actualización que cuenten con dictamen favorable de la Comisión de Docencia.

POR ELLO: en uso de las atribuciones que le son propias;

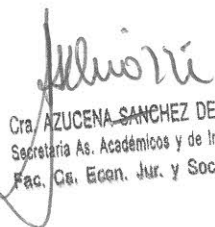
**EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES**

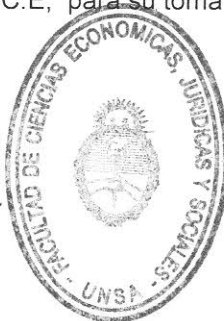
RESUELVE:

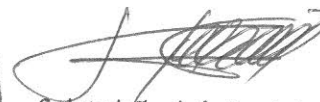
ARTICULO 1º- APROBAR la propuesta presentada por el **Dr. César MORENO**, profesor regular de la asignatura Contabilidad para Administradores - Módulo I, para el desarrollo del Seminario de Actualización, cuyo tema es: **La Responsabilidad Social Empresaria en el proceso de Creación de Valor: ¿Nuevo paradigma de la gestión empresarial?**, de acuerdo a las especificaciones que corren como Anexo I de la presente resolución, para alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración, Plan de Estudios 2.003, de ésta Unidad Académica.

ARTICULO 2º- HAGASE SABER al Dr. César MORENO, al Director del Departamento de Administración, Cr. Jorge C. PANUSIERI, a la Dirección General Académica, a las Direcciones de Alumnos e Informática y al C.E.U.C.E, para su toma de razón y demás efectos.

R
ahl
cc


Cra. AZUCENA SANCHEZ DE CHIOZZI
Secretaría As. Académicos y de Investigación
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNsa.




Cr Antonio Fernández Fernández
DECANO
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNsa



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

A N E X O I - RES. DECECO N° 604.15

SEMINARIO DE ACTUALIZACION:

La Responsabilidad Social Empresaria en el proceso de Creación de Valor: ¿Nuevo paradigma de la gestión empresarial?

Profesores responsables del dictado: Dr. César G. MORENO

Objetivos:

La RSE (Responsabilidad Social Empresaria) es el compromiso que una empresa adquiere, de forma voluntaria, con sus públicos o grupo de interés (stakeholders) para mejorar la situación del negocio y las condiciones de la sociedad en la cual se encuentra inmersa.

Es claro que una empresa no puede ser sustentable y subsistir en el tiempo, si convive en un contexto de pobreza y de miseria. Es por ello que debe buscar trabajar, en conjunto y de forma articulada con otras organizaciones, para lograr el desarrollo sustentable de la sociedad en el tiempo. Es fundamental la articulación entre los diversos sectores que conforman la sociedad: lo público, lo privado y el sector social, más conocido como el tercer sector.

- Brindar un acercamiento conceptual y metodológico a la formulación de un plan de responsabilidad social empresaria, entendiendo las variables, actores e intereses que intervienen en las diferentes etapas del armado del plan.
- Que el alumno conozca que la RSE va más allá de la idea de filantropía.
- Entender la dinámica de la sociedad y los nuevos códigos aplicados en la gestión empresarial actual.
- Comprender los impactos generados por la actividad empresarial y visualizar los beneficios de la RSE como modelo de gestión a la estrategia empresarial.
- Percibir las posibilidades que brinda la RSE como modelo de gestión para lograr beneficiar al propio negocio y a la sociedad en su conjunto.
- Desarrollar acciones concretas que permitan encadenar la RSE en el proceso productivo, aplicado a cada eslabón de la cadena de valor de la empresa.
- Comprender a la Responsabilidad Social Empresaria como fuente de Ventaja Competitiva.
- Integrar los principios de RSE en el proceso de Toma de Decisiones.
- Indagar sobre casos prácticos de RSE implementados en la Argentina y en otros países.
- Percibir las posibilidades que brinda la RSE como modelo de gestión para lograr beneficiar al propio negocio y a la sociedad en su conjunto.

Contenido:

El Paradigma de la Responsabilidad Social Empresaria. Concepto de Responsabilidad Social. Entorno. Enfoque histórico. Filantropía vs Responsabilidad Social. Razones para la existencia de la RSE. Componentes conceptuales. Grupos de Interés (Stakeholders). La RSE en la Argentina. Iniciativas internacionales de la RSE. El Pacto Mundial de Naciones Unidas. Iniciativa de Reporte Global. ISO 26000 en Responsabilidad Social Aplicaciones en las Empresas. La RSE en los distintos procesos de la Organización. Niveles de responsabilidad, dimensiones y alcances de la RSE. La Responsabilidad Social empresaria como Ventaja Competitiva y fuente de Creación de Valor. La Maximización de Valor para el accionista contrapuesto a la RSE o complementaria?. La RSE como estrategia social. Las Rutas hacia la Responsabilidad Social Empresarial. Características en la aplicación en empresas de Salta.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

Duración Horaria:

6 (ocho) horas divididas en 2 (dos) reuniones de igual duración.

Requisitos para realizar dicho Seminario:

Tener regularizada las siguientes asignaturas: Contabilidad I - Principios de Administración – y aprobada la asignatura Contabilidad para Administradores (Modulo I).

Evaluación:

A través de un cuestionario escrito

Fecha de Realización:

23 y 30 de Octubre de 2015

Cupo: 70 (sesenta) alumnos

Bibliografía:

- Agüero, F. (2002). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Miami: Grupo RSE-CHILE.
- Correa, María (2004). Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial, Serie Medio Ambiente y Desarrollo N° 85, ILPES – CEPAL.
- De la Cruz, Cristina y Sasía, Perú (2008). La responsabilidad de la universidad en el proyecto de construcción de una sociedad, Revista Educación Superior y Sociedad, 13(2):17-52. [Acceso: 15 de julio de 2009] <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001820/182067s.pdf>
- De la Cuesta, Marta y Valor, Carmen (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España, Boletín Económico de ICE, N°2755, pp.7-19.
- Díez de Castro, José (2009). Buen Gobierno, organización empresarial y responsabilidad social, pp. 79-90. En Pérez, Elena (Coord.) Gobierno Corporativo y la Responsabilidad Social de las Empresas, Madrid: Marcial Pons.
- Domínguez, Rafael (2008). La responsabilidad social global empresarial (RSGE): el sector privado y la lucha contra la pobreza, Revista del Ministerio del Trabajo e Inmigración N°76, pp. 59-93. [Acceso: 22 de Agosto 2009] <http://www.mtas.es/es/publica/revista/numeros/76/est03.pdf>
- Drucker, Peter (1984). The new meaning of corporate social responsibility, California Management Review, 26(2):53-63.
- Durán, Juan José (2006). Economic and social responsibility of the multinational enterprise, pp. 379-392. En Del Val, M., Sánchez, Y. & García, C. (Eds.) Economy, entrepreneurship, science and society in the XXI century, Alcalá de Henares: Publicaciones Universidad de Alcalá.
- Ferrary, Michel (2005). A stakeholder perspective of human resource management, pp. 104-124. En Bonnafous-Boucher, M. & Pesqueux, Y. Stakeholder Theory. A European perspective, New York: Palgrave-Macmillan.
- Frederick, William (2005). Business and society, pp. 54-56. En Werhane, P. y Freeman, R.E. (Ed.) The Blackwell encyclopedia of management vol. II, Oxford: Blackwell.
- Freeman, R. Edward (2005). Stakeholder Theory, pp.496-500. En Werhane, P. y Freeman, R.E. (Ed.) The Blackwell encyclopedia of management, vol. II Business Ethics, Oxford: Blackwell Publishing
- Friedman, Milton (1970). The social responsibility of the business is to increase its profits, The New York Times Magazine, September 13, pp. 32-33,122,126. [Acceso: 5 de mayo de 2015] <http://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/business/miltonfriedman1970.pdf>





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

- Martínez, Roberto (1995). Redes Sociales. Más allá del individualismo y del comunitarismo. En Dabas, E. y Najmanovich, D. (Comp.) Redes. El lenguaje de los vínculos: Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil, Buenos Aires: Paidós.
- Porter, Michael & Kramer, Mark (2003). La filantropía empresarial como ventaja competitiva, Harvard Deusto Business Review, N°112, pp. 7-20.
- Porter, Michael & Kramer, Mark (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility, Harvard Business Review, 84(12):78-92.
- Rappaport, A. (1998). Creating shareholder value, a guide for managers and investors. New York: The Free Press.
- Rigou, M., & Dabusti, R. (2012). La Responsabilidad Social Empresaria como herramienta de gestión de la PYME. Buenos Aires: Colección Came Educativa.
- Vera Colina, M. (2000). Gerencia Basada en el Valor y Gerencia Financiera. Tendencias - Revista de la Facultad de Cs Económicas Universidad de Nariño (Colombia) Vol. I N° 2, 109-132.
- Vivaz Márquez, G. (2012). Fundamento e Historia de la RSE. Buenos Aires : Facultad Cs Económicas - Universidad de Belgrano.



Lic. César Moreno