



## **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

RRERA: LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

### **I. IDENTIFICACION**

1. Código	:	01E
2. Horas Semanales de Clase	:	4
2.1. Teóricas	:	2
2.2. Prácticas	:	2
3. Crédito	:	3
4. Pre-Requisito	:	-

### **I. JUSTIFICACIÓN.**

A principios de Mayo del corriente, durante la disertación inaugural Segundo Foro de Pensamiento Social Estratégico, el Premio Nobel de Economía (2001) Joseph Stiglitz, afirmaba que las consecuencias sociales la actual crisis económica que azota al mundo serán graves, que se ha hablado poco de este tema sin tener en cuenta que sus efectos serán mucho más graves para las personas de bajos ingresos, que van a perder su hogar y con ello los ahorros de toda su vida. Stiglitz concluía entre otras, “Espero que no perdamos la oportunidad que esta crisis nos ofrece para hacer las reformas necesarias y así crear un mundo más próspero, equitativo y más sólido”. “Necesitamos un verdadero sistema regulatorio que no sólo se centre en la seguridad y solidez, sino que también mejore la competencia, la protección al consumidor, la innovación y que ayude a la sociedad y le sirva mejor”

Como producto de la actual crisis económica, el contexto global ha enfatizado el debate: por un lado, como en el resto del mundo, la mayoría del mercado en Paraguay está compuesto por unos 3,8 millones de personas (el 65% de la población) que viven con menos de \$300 dólares por mes, representan unos \$ 5.500 millones por año con una enorme demanda insatisfecha de bienes, servicios básicos, vivienda y empleo productivo que se presentan como grandes oportunidades de importantes beneficios y por el otro, la creciente inequidad social, un crecimiento demográfico explosivo, inequívocas muestras



de deterioro de la sustentabilidad del planeta, problemas de desarrollo humano han instalado un sentido de alerta extrema en las organizaciones en consideración a los riesgos que conllevan.

En respuestas a este escenario, las organizaciones han respondido transformando las oportunidades y preocupaciones en acciones focalizadas hacia la incorporación de conceptos y prácticas de responsabilidad social en sus modelos de gestión y que además han sido la base de iniciativas de carácter global como la preparación de la norma ISO 26.000, el Pacto Global y la Iniciativa de Crecimiento de Mercados Inclusivos de las Naciones Unidas.

La gestión empresarial en la actualidad está fuertemente condicionada por permanentes cambios producto de una sociedad dinámica, organizada y global, en la cual, el éxito depende en gran medida del nivel de interpretación de las crecientes oportunidades y exigencias sociales que tengan los clientes, proveedores, funcionarios y la opinión pública. En este punto, la gestión de las organizaciones está determinada por la capacidad de los directivos y gerentes para reconocer y administrar las nuevas fuerzas actuantes y elegir las estrategias adecuadas para resolverlas.

## **II. OBJETIVOS.**

Aportar los conocimientos teóricos y prácticos básicos de un Modelo de Gestión Social siguiendo los conceptos de la Responsabilidad Social, basados en la ética, apegados a la legalidad y al respeto por la dignidad humana, como factor preponderante para alcanzar el objetivo de un desarrollo sustentable tanto de las empresas como de los medios dentro de los cuales se desarrollan.

Capacitar en el uso y aplicación de herramientas de gestión que permiten planificar, implantar, monitorear y comunicar la gestión de la Responsabilidad Social.



Visualizar la Responsabilidad Social como un factor competitivo y diferencial para el desarrollo de las organizaciones.

Destacar la importancia de la incorporación de conceptos y prácticas de Responsabilidad Social en la gestión estratégica, en el día a día del quehacer empresario y específicamente en la triple generación de valor para la empresa y la sociedad en la cual está inmersa.

Promover la incorporación de nuevos aspectos de análisis de la política integral de la organización, tales como, actores de la cadena de valor (proveedores, distribuidores, etc.), comunidades del entorno, organizaciones no gubernamentales, público interno como un grupo de interés.

Individualizar las iniciativas internacionales relacionadas con la Responsabilidad Social, destacando sus aportes y estableciendo los vínculos entre las mismas

### **III. CONTENIDOS**

#### **A UNIDADES PROGRAMATICAS**

- 1- Introducción a la Responsabilidad Social.
- 2- Ética como Instrumento de Gestión en las Organizaciones.
- 3- Modelo de Gestión. Diagnóstico de la Responsabilidad Social.
- 4- Modelo de Gestión. Gestión Estratégica para la Sustentabilidad.
- 5- Comunicación socialmente Responsable. Memorias de Sustentabilidad.

#### **B DESARROLLO DE LAS UNIDADES PROGRAMÁTICAS**

- 1. Introducción a la Responsabilidad Social.**



- 1.1. Identificaciones de razones y propósitos de la Responsabilidad Social.
- 1.2. Planos de la Responsabilidad Social.
- 1.3. Función primordial y la finalidad esencial de las Organizaciones.
- 1.4. Implicancias de la Responsabilidad Social como modelo de Gestión.
- 1.5. Ejes esenciales de la Responsabilidad Social.
- 1.6. Iniciativas internacionales relacionadas con Responsabilidad Social.

## **2. Ética como Instrumento de Gestión en las Organizaciones.**

- 1.1. Diferencias entre sobornos y extorsiones. Moralidad del soborno y de la extorsión.
- 1.2. Causas de la corrupción. Identificación.
- 1.3. Estudios de Jong-Sung y Khagram.
- 1.4. Consecuencias de la corrupción en los negocios.
- 1.5. Acciones destinadas a modificar entornos corruptos.

## **3. Modelo de Gestión. Diagnóstico de la Responsabilidad Social.**

- 1.1. Metodología para construcción de un diagnóstico de Responsabilidad Social de las Organizaciones.
- 1.2. Indicadores de Responsabilidad Social. Usos y Aplicaciones.
- 1.3. Grupos de interés y su impacto en las Organizaciones

## **4. Modelo de Gestión. Gestión Estratégica para la Sustentabilidad.**



- 4.1. Análisis del contexto social-medioambiental y sus efectos en las organizaciones.
- 4.2. Conceptos claves en la estrategia de Responsabilidad Social.
- 4.3. Tipos de estrategias de Responsabilidad Social.
- 4.4. Planteamiento de cambios de Paradigmas.
  - 4.1.1. Gestión proactiva de los riesgos sociales.
  - 4.1.2. Identificar a los pobres como fuente de rentabilidad para las empresas.
    - i. Creación de impactos sociales y medioambientales positivos en toda la cadena de valor.
- 4.5. Pasos para construir la base de una gestión estratégica de Responsabilidad Social.

## **5. Comunicación socialmente Responsable. Memorias de Sustentabilidad.**

- 5.1. Premisa fundamental de una comunicación socialmente responsable.
- 5.2. Conceptos rectores vinculados a la percepción del público con relación al tema social.
- 5.3. Objetivos primarios de una comunicación socialmente responsable.
- 5.4. Dilema de toda comunicación. Detalle de las razones del porqué comunicar.
- 5.5. Criterios básicos de una comunicación eficaz.
- 5.6. Modelo de memorias de sustentabilidad. Criterios de selección aplicados.
- 5.7. Importancia de su presentación. Voluntaria, auditable o certificable.

## **V. METODOLOGIA**

- Exposición oral
- Análisis de situaciones prácticas



- Revisión o consulta bibliográfica
- Visita técnica a empresas

**VI. MEDIOS AUXILIARES**

- Textos, materiales de consulta
- Medios audiovisuales.

**VII. EVALUACIÓN**

- La evaluación se regirá conforme al reglamento de la FaCEN.

**VIII. BIBLIOGRAFIA.**

**Básica:**

BERNARDO KLIKSBERG. “Una agenda de Responsabilidad Social Empresarial para América Latina”.

JOSEPH STIGLITZ. “La crisis económica global y las perspectivas para América Latina”.

MARCELO PALADINO, “La responsabilidad de la empresa en la Sociedad”. Ed. Emece. Año 2007.

BERNARDO KLIKSBERG. Más ética, más desarrollo. Ed. AGZ. Año 2005.

MIGUEL ANGEL GARDETTI. Respuesta Ambiental Corporativa y el Crecimiento Económico. Ed. Dunken. Año 2002.

PNUD Paraguay. El Pacto Global en Paraguay. Diciembre 2006.



GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad. Año 2006.

ACCOUNTABILITY. El compromiso con los Stakeholders. Enero 2006.

INSTITUTO ETHOS. “Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria” (Grandes Empresas) 2007.

INSTITUTO ETHOS – “Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para PYMES” Herramienta de Auto Validación y Planeamiento. Edición 2007.

INSTITUTO ETHOS. “Crear valor: Argumentos empresariales en favor de la sostenibilidad en los mercados emergentes”. Año 2003.

**Complementaria:**

RED ETHOS DE PERIODISTAS. “Empresas y Prensa: Pauta de Responsabilidad”. San Pablo. Año 2006.

SNV. “Enfoque Empresarial sobre Negocios con el Mercado de la Mayoría”. Marzo 2008.

CORREA, FLYNN y AMIT. “Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial”. Santiago de Chile. Abril de 2004.

MIGUEL ANGEL GARDETTI. “Textos en Sustentabilidad Empresarial” Ediciones LA BELL – Argentina, 2005.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES  
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE PRODUCCION

---

PLAN 2009

FERNÁNDEZ GAGO, ROBERTO. Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Ed. Paraninfo. Año 2006.

PACTO GLOBAL. "Guía Práctica para la Comunicación del Progreso". Año 2008.

PNUD. "Las empresas frente al desafío de la Pobreza". New York. Año 2008.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES**  
**DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE PRODUCCION**

---

PLAN 2009