

# *Responsabilidad Social Corporativa: Una experiencia docente con estudiantes de Economía y de Administración y Dirección de Empresas\**

María Pilar García Alcober\*\*

## RESUMEN

En los últimos años hemos presenciado escándalos financieros que han hecho tambalear todo el sistema económico a nivel mundial; por un lado nos enfrentamos a la falta de ética empresarial de determinados grupos cuyo afán de lucro no mide posibles efectos económicos y sociales colaterales, por otro lado, nos encontramos con un proceso de globalización en el que las decisiones de unos cuantos afectan a personas de todas partes del mundo ajenas a esos procesos. El objeto del presente trabajo es mostrar una aplicación práctica sobre una experiencia docente para alumnos de Economía y de Administración y Dirección de Empresas en la que se intenta que tomen conciencia sobre la importancia de la responsabilidad social de cara a sus futuras tomas de decisiones en el mundo laboral.

**Palabras clave:** Responsabilidad social corporativa, docencia, dinámica de grupos

---

\* Una versión preliminar de este artículo fue presentada como comunicación en las II Jornadas de Docencia en Economía celebradas en Valencia, España, del 29 de abril al 2 de mayo de 2010.

\*\*Profesora de Economía. Universidad CEU Cardenal Herrera. Departamento de Economía y Empresa. Facultad de Derecho, Empresa y CC Políticas, Valencia (España). Correo electrónico: maria.garcia3@uch.ceu.es

# *Corporate Social Responsibility: A teaching experience with students of Economics and Business Administration\**

María Pilar García Alcober\*\*

## ABSTRACT

Last years we have seen financial scandals that have risk the economical global system. On one hand there is a lack of business ethics by some groups that have only the purpose of earning money and do not think in other social and economic consequences, on the other hand the globalization process has made a way in which decisions taken in any part of the world can affect people in other countries. The aim of this paper is to show a practical application of a teaching experience for Economics or Business Administration students. In this session students have to assume the importance of ethical actions and social responsibility in order to face future professional decisions.

**Key Words:** Corporate Social Responsibility, Teaching, Group Dynamics

---

\* Una versión preliminar de este artículo fue presentada como comunicación en las II Jornadas de Docencia en Economía celebradas en Valencia, España, del 29 de abril al 2 de mayo de 2010.

\*\*Profesora de Economía. Universidad CEU Cardenal Herrera. Departamento de Economía y Empresa. Facultad de Derecho, Empresa y CC Políticas, Valencia (España). Correo electrónico: maria.garcia3@uch.ceu.es

## INTRODUCCIÓN

Con la actual crisis económica nos encontramos de nuevo frente al planteamiento de que el crecimiento económico ha de ser sostenible; algo ha fallado en los últimos años y muchos lo achacan a un problema de “irresponsabilidad” por parte de determinados países y empresarios. Esta crisis de valores ha hecho que nos veamos ante la necesidad de adoctrinar a nuestros alumnos no sólo en términos de eficiencia y pragmatismo empresarial, sino, además, darles un enfoque de responsabilidad social, para poder tener el día de mañana dirigentes y empresarios concienciados éticamente. Para ello, en primer lugar, tendrán que entender bien el concepto de responsabilidad social y, en segundo lugar, deberán ser capaces de aplicar dicho concepto al tomar decisiones sobre la gestión de sus organizaciones. Con este aporte de innovación educativa se pretende que la enseñanza sobre esta materia no quede en unas clases magistrales, de las que el alumno absorberá algunos de los conceptos; el objetivo es que trabajen e interactúen entre ellos para poder afianzar los conocimientos.

El artículo se estructura de la siguiente forma: Tras esta primera parte introductoria se procede a contextualizar el módulo o experiencia educativa, es decir, centrarlo en el tipo de alumnos al que va dirigido, cronograma que se podría seguir y asignaturas donde cabe su aplicación; en tercer lugar, se proponen

una serie de las clases magistrales cuya meta es que los alumnos entiendan el concepto de responsabilidad social y cómo ha ido evolucionando a nivel mundial; posteriormente, se pasará del concepto global de la responsabilidad social corporativa a la responsabilidad social empresarial, es decir de un ámbito global a uno local y se señalará la propuesta de una práctica a realizar por los alumnos en supuestas pequeñas y medianas empresas gestionadas por ellos; al final, como quinto punto se hará un breve resumen del material que se ha utilizado para preparar y ejecutar el módulo.

## CONTEXTUALIZACIÓN

El objetivo de este módulo es introducir el concepto responsabilidad social corporativa entre los alumnos, tanto a nivel teórico como práctico. Dada la creciente importancia de esta temática, no sólo a nivel social, sino también desde determinadas instituciones públicas, se presentará un marco teórico bastante amplio; se encontrarán una serie de directrices y normas dirigidas a empresas que serán de mucha utilidad para los alumnos. Después se pasará a una parte práctica en la que los alumnos trabajarán en grupo para asimilar los conocimientos adquiridos.

Este módulo está pensado para asignaturas como “Introducción a la Economía de la Empresa”, en los que se proponen un análisis institucional de la empresa y se estudia el diseño de

las organizaciones. También se puede aplicar a materias como: “Dirección de empresas” (para poder formar directivos que, además del pragmatismo empresarial, sean capaces de aplicar ética empresarial), “Marketing Empresarial” y, por supuesto, si hay en cursos superiores, la propia asignatura de “Responsabilidad Social Empresarial”.

Aunque es un módulo que, en principio, está pensado para alumnos de Administración y Dirección de Empresas o alumnos de Economía, de los últimos cursos de carrera, no se descarta la posibilidad de impartirlo en otras titulaciones, ya que hay muchas disciplinas en las que la trayectoria profesional lleva a dirigir empresas, ya sean propias o ajenas, o a ejercer un cierto control de decisión sobre instituciones públicas.

**Metodología de trabajo:** Una primera parte de clase magistral (de 2 a 4 horas) y una segunda parte de una práctica a desarrollar por los alumnos que, a su vez, se subdividirá en dos fases, una primera fase más centrada en la organización empresarial y una segunda fase de comunicación.

Competencias que se persiguen adquirir por parte de los alumnos:

- Conocer y entender el concepto de *responsabilidad social corporativa* tanto a nivel global como a nivel individual.
- Aprender a trabajar en equipo, tanto a nivel intergrupo como intragrupo.

- Aprender a expresar y debatir sus ideas con los demás de forma clara y coherente.
- Saber comunicar los actos en materia de *responsabilidad social*.

En la clase magistral se explica cómo ha ido evolucionando el concepto de *responsabilidad social empresarial* a lo largo de los años desde los años 60; a continuación se informa a los alumnos sobre las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para las empresas multinacionales, los principios del Pacto Mundial y la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social” (1977) de la Organización Internacional del Trabajo, en último lugar, del LIBRO VERDE titulado “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” de la Comisión Europea. El objetivo de esta parte es que los alumnos tomen conciencia de la importancia que se da a la responsabilidad social desde las principales organizaciones a nivel internacional.

Por otro lado, en la clase práctica se utilizará una técnica de dinámica de grupos, en la que los alumnos tendrán un carácter más participativo como se verá más adelante en el apartado “actividad a realizar por los alumnos”.

### CLASES MAGISTRALES

En esta tercera parte se van a detallar los principales conocimientos teóricos

que han de adquirir los alumnos. Este apartado, a su vez, se subdivide en dos: en primer lugar, qué entendemos por responsabilidad social, en segundo lugar, cuáles son las principales instituciones que han emitido normas en materia de responsabilidad social.

#### ◆ ¿Qué se entiende por responsabilidad social?

Actualmente se entiende por responsabilidad social el grado de compromiso por parte de las empresas de responder a las expectativas que sobre su conducta tienen los diferentes grupos de interés (“stakeholders”), con el propósito de colaborar con un desarrollo ambiental y social sostenible, y, a su vez, económicamente viable.

Sin embargo, este concepto parte de otros más simples que han ido evolucionando a lo largo de los últimos 50 años. Para Manuel Guillén (2006) el concepto de responsabilidad social ha ido evolucionando a través del tiempo de la siguiente forma:

- Friedman (1962) consideraba que una empresa es socialmente responsable, únicamente si se centra, dentro de los límites legales, en aumentar los beneficios para satisfacer los intereses de sus dueños, cualquier otra actividad que la desvíe de ese interés será una “irresponsabilidad”.
- Un concepto más alto es el concepto de responsabilidad entendido como

“reacción social”, las empresas, no sólo persiguen obtener mayores beneficios, además reaccionarán ante las presiones de determinados grupos como las asociaciones de consumidores o los sindicatos (Bowen, 1953).

- Posteriormente nace el concepto de responsabilidad como sensibilidad social (Sethi, 1975), las empresas han de anticiparse a esas expectativas sociales y prever lo que se espera de ellas.
- Finalmente nos encontramos con la responsabilidad social como actuación social (Word, 1991), la responsabilidad social es parte integrante de la ética de las organizaciones, debe estar integrada en todas las actuaciones empresariales.

¿Cuáles han sido los hechos más relevantes que han afectado a la evolución de este concepto?:

- El surgimiento en la década de los años 50, en EEUU, de los llamados “fondos éticos”, por la presión de determinados grupos religiosos que exigían que su dinero no fuera invertido en actividades de dudosa moralidad.
- El nuevo papel de las ONG, fundamentalmente presionando a las empresas multinacionales que invierten en terceros países, como, por ejemplo, la campaña “moda que aprieta” de Intermón- Oxfam. En dicha campaña se denuncian las malas condiciones de trabajo de los

empleados, generalmente mujeres, de subcontratas en países menos desarrollados por parte de grandes empresas transnacionales.

- Los escándalos financieros de la década de los noventa como: Enron, Wordcom, Arthur Andersen o Parmalat.
- La actual crisis financiera, también desencadenada por una políticas financieras arriesgadas, como la llamada “crisis Ninja”, a lo que hay que añadir el famoso caso Madoff.

◆ Una vez entendido el concepto de responsabilidad social, se determinarán **cuáles son las principales instituciones que han emitido normas o directrices en materia de responsabilidad social corporativa:**

- **OCDE:** “Directrices de la OCDE para empresas multinacionales”. Dichas directrices son recomendaciones que hace la OCDE a las empresas transnacionales sobre publicación de la información, empleo, relaciones laborales, medio ambiente, intereses de los consumidores, lucha contra la corrupción, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad. Hay que tener en cuenta su carácter no obligatorio, al ser sólo recomendaciones, cuestión criticada por algunos grupos de interés. Para controlar que las empresas efectivamente siguen esas directrices, la OCDE establece unos “Puntos Nacionales de Contacto” que se reúnen anualmente.

- **ONU** (Global Compact, 2000). Los principios del pacto mundial se dividen en tres grandes grupos: Derechos humanos, trabajo y medioambiente. El último principio, aunque se ha incluido en el grupo de medioambiente, es el más genérico ya que versa sobre la corrupción en todas sus formas y fue implementado, con posterioridad, a mediados de 2004. Detalladamente los diez principios son:

#### A. Derechos Humanos

Principio 1 Las empresas apoyarán y respetarán la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.

Principio 2 Las empresas se asegurarán de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.

#### B. Trabajo

Principio 3 Las empresas apoyarán la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4 Las empresas promoverán la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.

Principio 5 Las empresas promoverán la abolición efectiva del trabajo infantil.

Principio 6 Las empresas promoverán la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.

## C. Medio Ambiente

- |              |   |
|--------------|---|
| Principio 7  | Las empresas apoyarán el Principio de Precaución respecto de los problemas ambientales.                 |
| Principio 8  | Las empresas adoptarán iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.                   |
| Principio 9  | Las empresas fomentarán el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.           |
| Principio 10 | Las empresas trabajarán contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno. |

- **Organización Internacional del Trabajo (OIT):** “Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social” (1977, enmendada en los años 2000 y 2006). La OIT promueve e investiga la integración de los estándares internacionales laborales en otros instrumentos internacionales en materia de responsabilidad social Empresarial. Para su promoción y seguimiento, la OIT, crea un grupo de trabajo “Equipo de Empresas Multinacionales”, responsable de la coordinación de las iniciativas relacionadas con responsabilidad social empresarial y su participación en el Pacto Mundial.
- **La Comisión Europea** presenta en 2001 el LIBRO VERDE titulado “Fomentar un marco europeo

para la responsabilidad social de las empresas”. En dicho libro se define la responsabilidad social empresarial como “La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”. La misma comisión señala que su objetivo es convertir a la Unión Europea (UE) en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos, y con una mayor cohesión social”

### ACTIVIDAD A REALIZAR POR LOS ALUMNOS.

Una vez vistos los principales conocimientos teóricos, se presentarán a los alumnos ejemplos de actuaciones llevadas a cabo por empresas europeas que han sido declaradas “socialmente responsables”, y se analiza cómo ese cambio ha influido en la mejora de la situación económica de dichas empresas<sup>1</sup>.

A continuación los alumnos deberán realizar una práctica para asimilar los conocimientos adquiridos; para ello se utilizará una técnica de dinámica de grupos: En grupos de cuatro alumnos han de inventarse una empresa (objeto

<sup>1</sup> Dichos ejemplos se pueden extraer de la “Guía de RSC para las PYMES” del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa

social, número de empleados, ubicación) y decidir qué acciones harían para que fuera socialmente responsable; como ayuda pueden utilizar la guía para responsabilidad social para Pymes de la Comisión Europea y también pueden apoyarse en la guía de responsabilidad social para Pymes del Observatorio de responsabilidad social. Los alumnos deberán establecer las actuaciones a seguir frente a los grupos de interés relacionados con la empresa: trabajadores, comunidad, autoridades locales, clientes, proveedores, medioambiente, competidores. Es importante dejar que los grupos de trabajo sean autosuficientes, es decir, que no intervenga el docente en la ficticia organización de sus empresas, puesto que ya han recibido material y formación suficiente y, ahora han de saber sacar sus propias conclusiones.

Tras esa primera sesión de trabajo, empieza la segunda fase de la práctica, en esta parte se establece una comunicación intergrupala, para ello un representante de cada grupo explica al resto de los alumnos cuáles son las actuaciones que su empresa va a llevar a cabo y, los compañeros de los otros grupos han de debatir y discutir con el expositor su iniciativa para aportar posibles mejoras, el objeto es mejorar la gestión planteada. La experiencia nos ha hecho ver que esta segunda parte de debate y diálogo es importante para completar el proceso, ya que algunos alumnos se centran, por ejemplo, en la temática de mejoras

laborales (como puede ser la integración de discapacitados) y descuidar otros temas como el del medioambiente; es decir, puede haber sesgos según sus preferencias, por ello es necesaria la interacción, no sólo intragrupos sino intergrupos, para tener una conciencia global sobre el tema desarrollado.

Una vez diseñado y mejorado el proyecto de empresa de cada grupo, ha de saber comunicar a los “stakeholders” (grupos de interés) sus iniciativas. Cada grupo se tiene que volver a reunir para desarrollar su estrategia de comunicación. La Comisión Europea considera que esta labor de comunicación está muchas veces descuidada por las pymes y es importante transmitir una buena imagen a los grupos de alrededor. Como material de apoyo los alumnos pueden seguir la “guía para una comunicación eficaz” de la Comisión Europea. Esta será una segunda práctica en la que los alumnos han de elaborar una estrategia para que los grupos de interés (trabajadores, comunidad, autoridades locales, clientes, proveedores y competidores) conozcan sus iniciativas en materia de responsabilidad social. No sólo hay que ser responsable, sino que, además, hay que saber comunicarlo.

#### ◆ PRIMERA SESIÓN DE TRABAJO

Los alumnos se han dividido en cuatro grupos distintos, van a exponer primero su proyecto de empresa, teniendo en cuenta el objeto social, el número de

trabajadores; posteriormente, contarán cómo su proyecto empresarial se va a posicionar como socialmente responsable.

**Grupo 1: Su objetivo es crear una fábrica de mermeladas,** “Mermeladas Caseras”, para ello, contratan cuatro personas con minusvalía y dos mujeres con desempleo prolongado, por tanto, tendrán a seis trabajadores empleados, de momento; la empresa no es muy grande, pero se irá ampliando el negocio en función de cómo vayan las ventas, esta medida de cautela se podría considerar como ser “económicamente responsables”. En la elaboración del producto utilizan frutas ecológicas. Quieren posicionar su producto ante los clientes como natural y de buena calidad.

Es así como, centran sus acciones de responsabilidad social en dos tipos de actividades: En primer lugar, de cara a los trabajadores hacen un esfuerzo por contratar a colectivos desfavorecidos socialmente, con el objeto de integrar en la sociedad a grupos que tienen un acceso más difícil al mercado de trabajo. En segundo lugar, de cara a los clientes, venden productos ecológicos, por tanto, más saludables.

**Grupo 2: Tienen por objeto establecer una empresa de reparto de comidas a domicilio.**

A través de una página web ofrecen menús caseros que reparten a domicilio; Para esta empresa contratan el siguiente personal: en la cocina a dos mujeres mayores de 45 años y para el reparto, a tres jóvenes sin experiencia, además

habrá una persona encargada del mantenimiento de la página web y de la gestión de los pedidos; el número de empleados en total es de seis; al menos la mitad de la plantilla es gente joven, teniendo en cuenta que la tasa de desempleo juvenil en España roza ya el 40%, es una buena oportunidad para estas personas.

En función del volumen de negocio que vayan adquiriendo se comprometen a llevar comidas a ancianos necesitados, que, por ser personas dependientes, es decir, que no se valen por sí mismas necesitan que alguien les alimente. Previamente tienen que contactar con el servicio de bienestar social de la ciudad para comunicar su acción y coordinarse con ellos, sería una forma de colaborar para que esos ancianos estén mejor atendidos.

Centran sus acciones de responsabilidad social en dos tipos de actividades: contratar a empleados con difícil acceso al mercado laboral; y, frente a las autoridades locales, colaborar en mejorar la calidad de vida de ancianos dependientes.

**Grupo 3: Clases particulares a domicilio**

Contratan a estudiantes que quieran obtener un dinero extra para dar clases de repaso a niños de primaria. No tienen una plantilla fija de trabajadores, ya que tienen una bolsa de estudiantes que quieran impartir docencia según materias y los llaman en función de las necesidades, sólo hay una persona contratada en administración, que se

intentará tener alguna minusvalía física o que sea una persona con desempleo prolongado.

Se posicionarán como socialmente responsables contratando la persona de administración con problemas de integración en el mercado laboral, pero, además establecerán un convenio de colaboración con una escuela de un país en vías de desarrollo. Dicho convenio consistirá en mandarles el 0.7% de los beneficios recaudados como ayuda económica para esa escuela y enviarles material escolar, dicho material lo irán recogiendo entre los clientes (que son alumnos de primaria) que quieran cederlo voluntariamente porque ya no lo utilizan.

#### **Grupo 4: Eventos deportivos**

Empresa de servicios que organiza torneos competitivos, el público al que se dirige son otras empresas para organizar campeonatos entre los empleados (fútbol, tenis y padel), colegios de profesionales y universitarios. En la oficina contratan a una persona que ha estado desempleada por largo tiempo y una vez al año realizan un campeonato benéfico, la recaudación de este campeonato irá a parar a una asociación que atiende a personas con minusvalías físicas.

#### **◆ SEGUNDA SESIÓN DE TRABAJO**

En esta segunda sesión hay un debate intergrupar, los cuatro grupos exponen sus ideas y proyectos a los demás y hay un debate para mejorar los distintos proyectos.

**El primer grupo “Mermeladas Caseras”** observa que no ha tenido en cuenta el tema de los residuos generados por la fábrica; no se puede posicionar como producto ecológico si, por otro lado, no se está contribuyendo a una mejora del medioambiente.

**Al segundo grupo, el de comidas a domicilio,** le plantean sus compañeros la posibilidad de utilizar un medio transporte ecológico para el reparto, como podría ser el uso de bicicletas en lugar de las convencionales motocicletas; sin embargo, tras debatirlo durante un rato deciden que lo más sensato es utilizar las motocicletas, ya que de la otra forma las entregas se demorarían mucho y no podrían garantizar un buen servicio, a no ser que estuviéramos hablando de una ciudad pequeña. Por otro lado, se les plantea el problema de cómo gestionar bien el stock, ya que no sería responsable tener que tirar comida a la basura, por eso, van a ofrecer descuentos a los clientes que hagan sus pedidos con antelación, de esta forma, saben la cantidad de platos que han de cocinar por anticipado y así reducen en mayor medida el riesgo de quedarse con comida sin vender.

**Los grupos 3 y 4** son los que más éxito han tenido entre los alumnos. El grupo de las clases a domicilio, probablemente, porque lo ven más cercano a su vida cotidiana. A los proyectos de estos dos grupos no se les realizan aportaciones sustanciales porque su estructura es menos compleja; sólo hay matizaciones para el grupo de eventos deportivos sobre a qué colectivo destinarán los beneficios

de su campaña benéfica (personas con parálisis cerebral les parece una buena opción) y las fechas de la realización de ésta, sería mejor en una estación del año en la que el clima fuera suave, pero sin que hiciera calor, ya que el buen clima anima a participar en actividades al aire libre.

### ◆ CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN (TALLER 2)

Los cuatro grupos ya han diseñado sus proyectos empresariales y han realizado las mejoras oportunas con la ayuda del resto de sus compañeros. Por último, sólo les queda diseñar una campaña de comunicación para que los stakeholders los consideren “socialmente responsables”. Se les da el apoyo de la “Guía para una comunicación eficaz de la Comisión Europea” para que puedan obtener ideas.

**Grupo 1:** La campaña de comunicación que quieren realizar está centrada en el envasado de los productos, en las etiquetas de los botes de mermelada, habrá un icono de productos ecológicos y otro de la Fundación ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles)<sup>2</sup>. Para ello previamente tendrán que negociar con la ONCE el uso de su logo.

**Grupo 2:** Ya que los pedidos se realizan on-line, en la página web

habrá información sobre la actividad de ayuda a los mayores que lleva a cabo la empresa, además al entregar los pedidos el mensajero dejará un folleto al cliente con el lema “invítale a comer” en el que se vuelve a explicar esta idea.

**Grupo 3:** A principios de curso, uno o dos meses más tarde de comenzar el curso, se realiza una campaña “in situ” en las escuelas para recoger material escolar para niños de otros países en vías de desarrollo; además, por las mismas fechas, se reparte publicidad a la puerta de los colegios para los padres, bajo el lema “Si tú estudias, ellos también pueden hacerlo”, se explica el proyecto empresarial y la iniciativa de ayudar a escuelas de otros países donde los niños tienen más difícil el acceso a la educación, incluyendo el compromiso de donar el 0.7% de los beneficios a esas escuelas.

**Grupo 4:** La campaña de comunicación de este grupo, a diferencia de los otros grupos, va dirigida a colectivos; por ello, hay que identificar primero a los responsables de cada grupo (departamento de Recursos Humanos, departamento de comunicación, delegado de aula), para vender la idea. En primer lugar, quieren reflejar la iniciativa de que un grupo trabaja mejor si tiene sentimiento de grupo, no de individuos aislados, para ello el deporte es una buena vía; en segundo lugar, el campeonato benéfico en el que todos los participantes de los torneos que ha habido a lo largo del año pueden aportar su grano de arena, además de

<sup>2</sup> Nótese que el objetivo de la Fundación ONCE, que pertenece al grupo ONCE, es “integrar en la sociedad a personas con discapacidades, distintas de la ceguera, a través del empleo y la formación, eliminando todas las barreras.”

divertirse. Habrá que establecer una cuña publicitaria en la prensa local con el nombre de los ganadores del campeonato y de esta forma dar a conocer la empresa y su aportación benéfica.

### **Materiales utilizados a lo largo del módulo**

1. **Clase magistral:** Presentaciones PowerPoint preparadas por el profesor de la materia con los resúmenes de los principales conocimientos teóricos que han de adquirir los alumnos.
2. **Estudio de casos:** Presentaciones PowerPoint que también elaborará el tutor de la asignatura y la “Guía de la RSC para las PYMES” del Observatorio de RSC.
3. **Taller 1:** Guía de la RSC para las PYMES del Observatorio de RSC
4. **Exposiciones:** que prepararán los alumnos
5. **Taller 2:** “Guía para una comunicación eficaz de la Comisión Europea”

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

- Comisión Europea. (2001) *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas
- Comisión Europea. (2003). *Introducción a la responsabilidad social empresarial para pymes*. Dirección General de Empresa: Autor
- Finkel, D. (2008). *Dar clase con la boca cerrada*. Valencia: Publicaciones de la UV.
- Guillén Parra, M. (2006). *Ética en las organizaciones. Construyendo confianza*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Observatorio De Responsabilidad social Corporativa. (2007). *Guía de la Responsabilidad social Corporativa para las PYMES*. Disponible en: <http://pymesostenible.es/wp-content/uploads/2007/07/observatoriorsc-guiapymes1.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2000). *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*
- Organización Internacional del Trabajo (2006). *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social* Disponible en: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_124924.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_124924.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas (2000). *El Pacto Mundial*. Disponible en: <http://www.onu.org/sc/globalcompact.pdf>