



MEDIO AMBIENTE Y  
ENERGÍAS RENOVABLES  
19

## EXPERTO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

### PRESENTACIÓN.

En los últimos años, ha habido un creciente interés por el medio ambiente, acompañado de un amplio desarrollo tecnológico en la búsqueda por fomentar la explotación de las fuentes de recursos renovables energéticos. Este hecho se debe a la gran preocupación social por nuestro entorno, no sólo a nivel particular, sino gubernamental, e incluso, empresarial pues se ha comenzado a desarrollar una serie de acciones encaminadas a proteger el planeta. Éstas, junto con la legislación vigente de muchas naciones, ayudan, en la medida de lo posible, a incrementar el uso y desarrollo de las energías renovables con el objetivo de conseguir una calidad que garantice la salud del globo.

Asimismo, es muy habitual que las empresas energéticas inviertan cada día más en las diferentes energías renovables tratando de ser lo más responsables posibles. Las organizaciones ajenas al sector también se comprometen con las diferentes causas y aportan su granito de arena siendo conscientes de la traumática situación que atravesará el globo en los próximos años.

Por su parte, los Gobiernos llevan a cabo las correspondientes campañas de concienciación y las políticas referidas a este asunto, como lo fue el compromiso adquirido por las Naciones Unidas en 1992 con el programa Agenda 21. Ésta y otras muchas políticas comprometidas con la causa están sirviendo a la elaboración de leyes cada vez más restrictivas y exigentes con planes firmes en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa es la contribución empresarial al desarrollo sostenible con el objetivo de mejorar el aspecto social, económico y ambiental. Ello significa que cuando una empresa ha logrado una cuenta de resultados económicos positivos y, por ende, ha aumentado su valor, debe contribuir con el desarrollo sostenible en lo que se refiere al entorno y al planeta, mirando siempre de cerca el respeto a los derechos humanos.

Plantear una buena estrategia de Responsabilidad Social Corporativa significa, primeramente, incorporar a la cultura de empresa las nociones y conceptos más importantes que la definen y, además, se han de desarrollar nuevas habilidades de comunicación, tanto interna como externa. Todos los grupos de interés deben de estar informados de los proyectos de RSC, de manera que la contribución de los mismos sea óptima.



Conscientes de la necesidad que tiene la sociedad de contar con profesionales en esta área, se ha elaborado un programa especializado, dentro del sector del medio ambiente, en la Responsabilidad Social Corporativa y los correspondientes procesos de comunicación empresarial.

Todas las lecciones han sido desarrolladas por profesionales en la materia. Cada uno de los temarios están adaptados a la práctica de modo que resulten amenos, cercanos y, cuanto más, prácticos. La estructura común de éstos es de la siguiente manera: prólogo, módulos, anexos, casos prácticos, bibliografía y glosario. Además, cada tema va acompañado de cuestionarios que permitirán al alumno afianzar sus conocimientos y medir su ritmo de estudio.

El campus virtual es una herramienta muy útil en el estudio dado que funciona como un foro de encuentro y un espacio de comunicación favoreciendo así la motivación de los estudiantes. En él, el alumno tendrá a su disposición actividades de refuerzo, anexos de documentación, enlaces de apoyo y espacios de participación.

La lectura de la guía de estudios, que el alumno recibirá con el material de estudio o que puede encontrar en el campus virtual, le ofrece mucha más información sobre la organización del tiempo y la localización de recursos, además de aconsejarle sobre la metodología de estudio más adecuada.

## **DESTINATARIOS.**

El curso está dirigido a aquéllos que deseen orientar su labor profesional a todo lo que tenga que ver con el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas y, por ende, la Responsabilidad Social Corporativa relacionada con el cuidado del planeta.

## **OBJETIVOS.**

### **Objetivo general.**

Facilitar al estudiante los conocimientos y estrategias adecuados para la implantación de programas de RSC en su empresa.

### **Objetivos específicos.**

- Entender el marco conceptual de la RSC y su situación actual a nivel nacional e internacional.
- Analizar la cultura de empresa y sus características, en función a la implantación de estrategias de RSC.
- Conocer y adaptar la comunicación interna de la empresa en función a las necesidades que plantea una política de RSC.
- Conocer y adaptar la comunicación externa de la empresa en función a las necesidades que plantea una política de RSC.
- Comprender las políticas y estrategias principales que las empresas tienen a su disposición para incorporar la RSC a su gestión.
- Conocer las herramientas disponibles actualmente en el mercado para llevar a la práctica los principios de la RSC.
- Analizar el peso que, en la creación de valor en las empresas tiene la gestión de intangibles y el criterio de gestión financiera responsable. Objetivo General.

## **ACREDITACIONES.**

Al finalizar el curso, y una vez superados los exámenes, el alumno obtiene:

- Certificado / Diploma del centro colaborador que acredita su formación en la especialidad cursada.



- Certificación de CENPROEX con las calificaciones obtenidas y con el número de horas lectivas y de prácticas realizadas, así como el Diploma correspondiente.

- Ambos documentos, certificado y diploma, vendrán acreditados por ACFIDEMA (Asociación de Centros de Formación para la Investigación y Desarrollo de las Energías Alternativas y Fomento de la Protección del Medio Ambiente), por la que concede a CENPROEX la calificación de entidad reconocida para impartir enseñanzas profesionales sobre energías alternativas y el medio ambiente.

## **CONTENIDO / TEMARIO.**

### **MÓDULO UNICO..**

Tema 1. FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC). Características del Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Entorno de la Responsabilidad Social Corporativa. Situación en España. Evaluación General. Ejemplos de Buenas Prácticas. La Responsabilidad Social Corporativa a nivel internacional. Perfil jurídico de la Responsabilidad Social Corporativa.

Tema 2. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. La Formalización. Transparencia. Escrutinio. Casos de Estudio: El Reino Unido.

Tema 3. LA CULTURA DE EMPRESA. Concepto y significado de la cultura de empresa. Análisis de la cultura. Tipos de cultura de empresa. La gestión de la cultura de empresa. Influir en la cultura empresarial. El diagnóstico de la cultura de empresa. Cultura y Cambio Organizacional.

Tema 4. COMUNICACIÓN INTERNA. La comunicación como proceso. Acciones y funciones de la comunicación interna. Estilos de comunicación en la empresa. Liderazgo. El plan de comunicación. La comunicación como herramienta de gestión.

Tema 5. COMUNICACIÓN EXTERNA. Acciones y funciones de la comunicación externa. El director de comunicación. Identificación de la imagen corporativa. Identidad corporativa. El plan de comunicación. La comunicación corporativa en la estrategia empresarial.

Tema 6. GESTIÓN DE CLIENTES EXTERNOS. La relación con el cliente: política de comunicación y planificación de medios. La relación con los medios. El contenido de la información.

Tema 7. COMPONENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Componentes de la Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. Niveles de la Responsabilidad Social Corporativa. Información Corporativa y Verificación. Verificación de Informes.

Tema 8. LA MEDICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Auditoría Social de la Organización. Normalización y Certificación. Inversión Socialmente Responsable. Comunicación y Reconocimiento Externo.

Tema 9. IMPLEMENTACIÓN DE PAUTAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA PYMES. Autodiagnóstico. Definición de Objetivos. Planificación Estratégica. La Memoria.

Tema 10. INICIATIVAS Y EXPERIENCIAS. Informe Anual de RSC del Grupo ACS. Ejemplos de RSC en Empresas Europeas. Memoria RSC 2005 del Banco Santander (Santiago de Chile).