

PROGRAMA 2019	
UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY	
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	
ASIGNATURA	GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE
CÓDIGO	CE06
PLAN DE ESTUDIOS	2019
CARRERA	CONTADOR PÚBLICO
CURSO	QUINTO
CUATRIMESTRE	SEGUNDO - ELECTIVA
TIPO DE MATERIA (TEÓRICA/ TEÓRICO PRÁCTICA)	TEÓRICO-PRÁCTICA
CONTENIDOS MÍNIMOS	<p>La Contabilidad y la auditoría dentro de un marco de Sustentabilidad. Marco Normativo. Informes y Auditoría referidos a la sustentabilidad e impactos sociales y ambientales</p>

ÁREA ACADÉMICA FCE UNJU	
CONTABLE	SI
JURÍDICA	
ADMINISTRACIÓN	
ECONOMÍA	
HUMANÍSTICA Y SOCIAL	
MATEMÁTICA	

ÁREA TEMÁTICA RES ME 3400	
CONTABILIDAD E IMPUESTOS	SI
ECONOMÍA	
JURÍDICA	
ADMINISTRACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	
MATEMÁTICA	
HUMANÍSTICA	
OTROS	

CARGA HORARIA	HS
TOTAL	70
PRÁCTICA	0
PPS	0



PROGRAMA 2019

Módulo 1 - Introducción a la Sustentabilidad

La Responsabilidad Social Empresaria (RSE): definición e historia de un concepto en evolución. La RSE y las teorías de la administración. El desarrollo sustentable. Drivers, motivaciones y beneficios de una gestión organizacional orientada a la sustentabilidad. La RSE y la Sustentabilidad en la Argentina y en el mundo. Visión 2050: una nueva agenda para las empresas. Principales Desafíos Ambientales: Cambio Climático; Pérdida de Biodiversidad; Desertificación; Escasez de Agua. Contaminación. Energía. Generación de residuos.

Módulo 2 – Marco Institucional, Legal y Contable

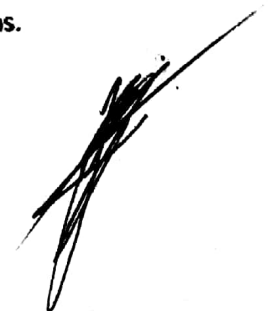
Respuestas políticas e institucionales a los desafíos de la sustentabilidad. Premios, ferias e incentivos. Iniciativas Intergubernamentales: Convenciones Marco de Naciones Unidas; Directrices OCDE; Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM); Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Pacto Global de Naciones Unidas. UNFCCC y el Protocolo de Kyoto, avances y retrocesos en las negociaciones climáticas. Legislación Argentina. La Resolución Técnica N°36 sobre Balance Social. Modelos Metodológicos para la Elaboración del Balance Social. Metodología elegida por la RT. Dimensiones Económica, Ambiental y Social. La Memoria de Sustentabilidad. El Estado de Valor Económico Generado y Distribuido.

Módulo 3 - Creación de Valor Sustentable

La creación de valor para los accionistas como principio de gestión capitalista. Creación de valor para los accionistas vs. creación de valor para stakeholders. Valor compartido. Modelo de las Cuatro dimensiones de valor para el accionista (HART y Milstein). Externalidades, costos y beneficios de la sustentabilidad. Vínculo entre sustentabilidad y rentabilidad. La incorporación de la sustentabilidad al modelo de negocios. Management responsable. Ética en las finanzas. Las inversiones socialmente responsables. Fondos éticos de inversión. Microfinanzas. Características del Microcrédito. Banca Ética: la contribución del sector financiero. Los principios del Ecuador. El Multi Stakeholder Approach. Contabilidad sustentable: el Triple Bottom Line.

Módulo 4 – Gestión del Impacto Social y Ambiental

La estrategia de sustentabilidad y la estrategia de negocios. La triple línea de resultados. ISO 26000. La identificación y gestión de impactos económicos, sociales y ambientales. El Índice de Progreso Social Mecanismos para integrar la sustentabilidad en toda la organización. Relación de las características de la organización y su responsabilidad social. Mapeo de Grupos de Interés, matriz de riesgos y plan de relacionamiento con stakeholders. La RSE en el organigrama. La comunicación de la RSE. Reportes de sustentabilidad: Global Reporting Initiative. La RSE en las PYMES. Evaluación de Impacto Ambiental. Sistema Integrado de gestión Ambiental: Análisis del ciclo de vida de los productos. Huella de carbono. Huella de Agua. Huella ecológica. Gestión de residuos. Estrategias para la reducción y compensación de carbono. Energías alternativas.



Módulo 5 – Gobernanza, Gobierno Corporativo y Auditorías de Gestión

La Contabilidad y la auditoría dentro de un marco de Sustentabilidad. Marco Normativo. Informes y Auditoría referidos a la sustentabilidad e impactos sociales y ambientales

La organización societaria bajo un paradigma de sustentabilidad. Indicadores GRI y directivas de la ISO 26.000. El rol del gobierno corporativo en la gestión sustentable: ¿cómo alinear el management con este nuevo paradigma? Valores y transparencia. Rendición de cuentas. Códigos de conducta. Organizaciones tradicionales vs organizaciones tipo B.

Módulo 6 – Público Interno

Desafíos en la agenda de Recursos Humanos para una gestión responsable de personas. Organización y Derechos Humanos. Trabajo y Relaciones Laborales. Salud y seguridad ocupacional. Capacitación y Desarrollo. Trabajo decente. Conciliación, Diversidad e Inclusión. Gestión de la cultura organizacional orientada a la sustentabilidad. Marca Empleador. Canales de Comunicación interna.

Módulo 7 – Cadena de Valor

Concepto de responsabilidad extendida. Esfera de influencia. Gestión responsable de proveedores: impactos negativos y positivos. Selección, seguimiento y desarrollo de proveedores. Competencia Justa. Promoción de la RSE en la cadena de valor; Prevención de riesgos sociales (trabajo infantil, trabajo esclavo) y ambientales. Promoción del desarrollo local, las PYMES y los negocios inclusivos.

Módulo 8 – Prácticas Responsables de la Comunicación y del Marketing

Cuándo, cómo, qué y por qué comunicar. La comunicación interna y las características organizacionales. Importancia de llegar con el mensaje de la sustentabilidad hacia el interior y el exterior de la compañía. Generación de confianza y el tejido de alianzas. Buenas Prácticas. Los desafíos de la comunicación 2.0 y las redes sociales. Responsabilidad por el producto: Uso, calidad y seguridad, información al consumidor, disposición final. Packaging y etiquetado. Excelencia en la atención pos venta, canales de comunicación con clientes y consumidores. Privacidad del Cliente. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Consumo responsable. Accesibilidad de productos y servicios esenciales. Negocios con la base de la pirámide.

BIBLIOGRAFÍA

- Ancos H. (2011), "Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide", Editorial Complutense
- Hart S. y Milstein B. (2003). "Creating sustainable value". Academy of Management Executive, Vol. 17, No. 2.
- Freeman, R. Edward, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Bidhan L. Parmar y Simone De Colle. (2010). "Stakeholder Theory: The State of the Art". Cambridge: Cambridge University Press.



- Jäger, U., Sathe, V. (2015) "Strategy and Competitiveness in Latin American Markets", Edward Elgar Pub; UNK edition
- Jäger, U. (2010). *Managing Social Business. Mission, Governance, Strategy, Accountability*. Palgrave-Macmillan.
- Rehli, F., & Jäger, U. (2011). *The Governance of International Nongovernmental Organizations: How Funding and Volunteer Involvement Affect Board Nomination Modes and Stakeholder Representation in International Nongovernmental Organizations*. *Voluntas*, 22(4), 587–612. doi:10.1007/s11266-011-9197-1
- Jäger, U., & Sathe, V. (2015). *The Importance of Vision and Purpose of BoP Business Development*. In *Base of the Pyramid 3.0*. Greenleaf.
- Yunus, Muhammad, 2010 - *Un mundo sin pobreza. Las empresas sociales y el futuro del capitalismo* - Paídos - Madrid - 2010.
- Pinto, S. J. (2006). *Los objetivos del milenio y la responsabilidad social de las Pyme, una metodología de evaluación*. Bogotá: Konrad-Adenauer-Stiftung
 - o metodología de evaluación. Bogotá: Konrad-Adenauer-Stiftung
- Norma ISO 26000:2010 – Guía de Responsabilidad Social
- Norma ISO 14000:2015 – Gestión Ambiental
- GRI. (n. d.). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad –sobre actuaciones económicas, medioambientales y sociales en la empresa*. Extraído de www.globalreporting.org
- Lorenzo, M.M. (2002); "Marketing Ecológico y Sistemas de Gestión Ambiental: conceptos y estrategias empresariales". Departamento de Organización de Empresas y Marketing Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense. Universidad de Vigo
- Social Progress Imperative (2018) www.socialprogressimperative.org
- OECD (2016), «Extended Producer Responsibility: Updated guidance for Efficient Waste Management», OECD Publishing, Paris. Disponible en http://www.keepeek.com/Digital-Asset-management/oecd/environment/extended-produce-responsibility_9789264256385-en#page_10 al 25 de noviembre de 2017.
- Conley, C; Friedenwald, E (2007) "Por un marketing responsable: ideas para mejorar su negocio y cambiar el mundo" Editorial Deusto
- FACPCE (2012) Resolución Técnica N°36 – Balance Social



 JAUIGR
 MARTINEZ