



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

WA2: Comunicación y Marketing

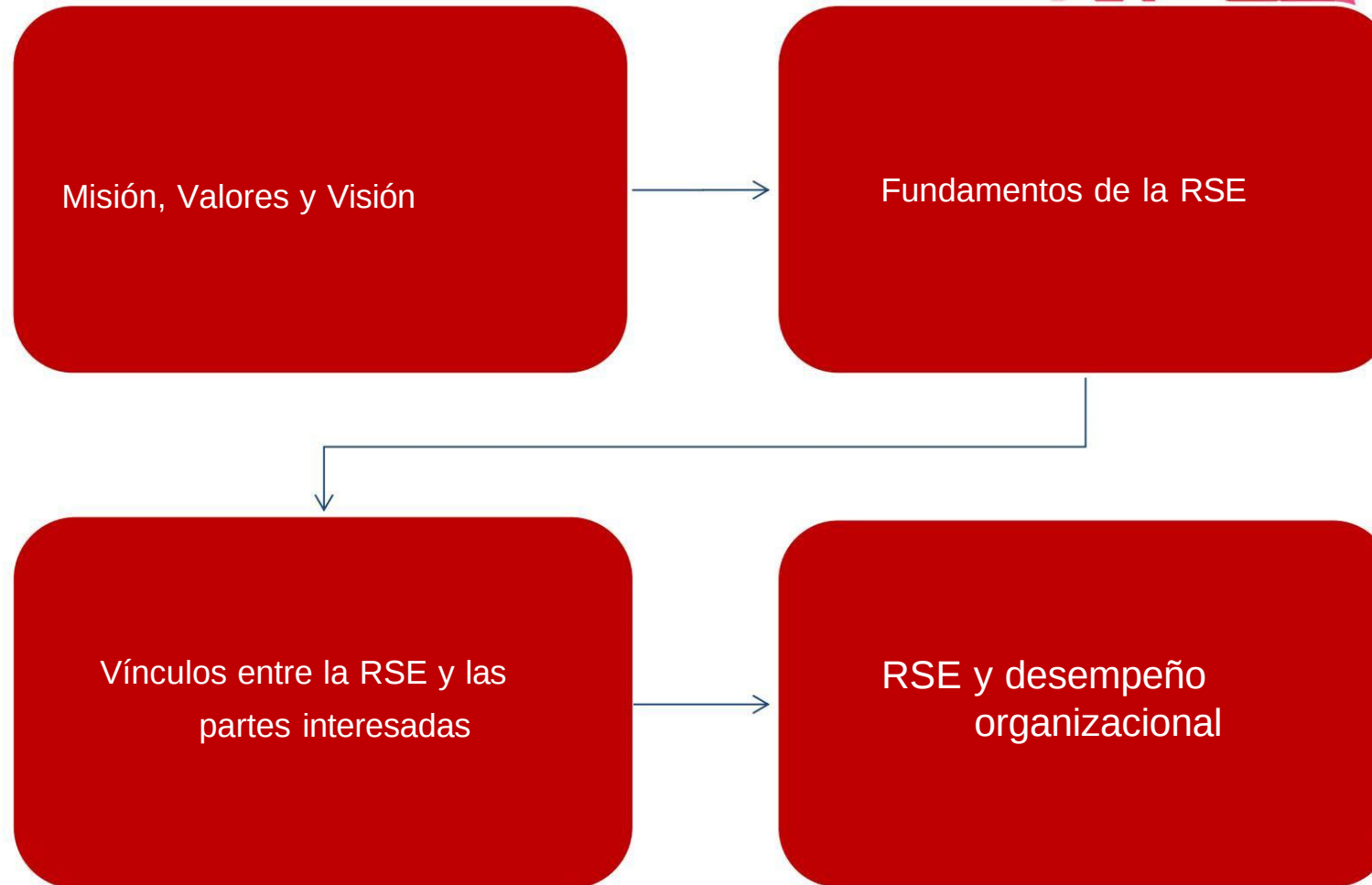
3.2 Código de conducta, RSE: Parte B, Las misiones, valores y visión de la organización y actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSE)

RA3.4: Demostrar capacidad para promover y alcanzar la Misión y objetivos de la organización, reflejando siempre los valores de la organización.

RA3.5: Apreciar la importancia de la RSC y demostrar capacidad para la implementación de actividades organizacionales de RSC.



Mapa de ruta



Misión, Valores y Visión

La misión, visión y valores de una empresa u organización son conceptos que describen la razón de existencia de la empresa u organización y el ámbito de actividad.

La identificación de las declaraciones de misión, visión y valores generalmente se realiza durante la planificación estratégica.



VISIÓN::

- La visión de una empresa debe reflejar las creencias y los deseos reales del operador y reflejar los principios y valores de la organización.
- Una declaración de visión describe la organización tal como aparecería en un estado exitoso futuro.

Misión

MISIÓN:

- La misión o propósito de la empresa es una descripción precisa de lo que hace la empresa. Describe las actividades de la empresa en términos de productos o servicios, mercados y tecnología y es el compromiso del empresario con los objetivos generales del negocio.
- La declaración de misión respalda la visión y sirve para comunicar el propósito y la dirección a los empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas.

La misión puede cambiar para reflejar las prioridades y métodos de una empresa (o departamento) para lograr su visión.

VALORES:

- Los valores determinan el camino a seguir por la organización para alcanzar su misión y visión.
- Una declaración de valores describe las creencias de la organización y cómo se comportará. Los valores crean una brújula moral para la empresa y sus empleados.



Misión, Valores y Visión

- Una declaración de visión debe desafiar e inspirar a los empleados. La declaración de misión respalda la visión y la declaración de valores define las creencias y principios profundamente arraigados de la cultura organizacional.
- Desarrollar una organización basada en valores puede ser un proceso difícil y lento. Las empresas deben estar preparadas para asumir un compromiso a largo plazo con los valores establecidos de la empresa.

Misión, Valores y Visión II

- 
- Los empleados deben promover la misión y los objetivos, y reflejar los valores de la organización.
 - Cuando los empleados creen y comunican los valores empresariales y se comprometen con el logro de la misión y los objetivos empresariales, esto se transfiere a todos los que interfieren con la empresa a través de transacciones e interacciones y pueden construir relaciones a largo plazo y clientes leales.

Misión, Valores y Visión III

- Las declaraciones de visión y misión están relacionadas con el desempeño de la empresa, y esto se correlaciona con si la visión y la misión son adoptadas por los empleados y si los valores están de acuerdo con sus creencias.

- **La gerencia debe:**

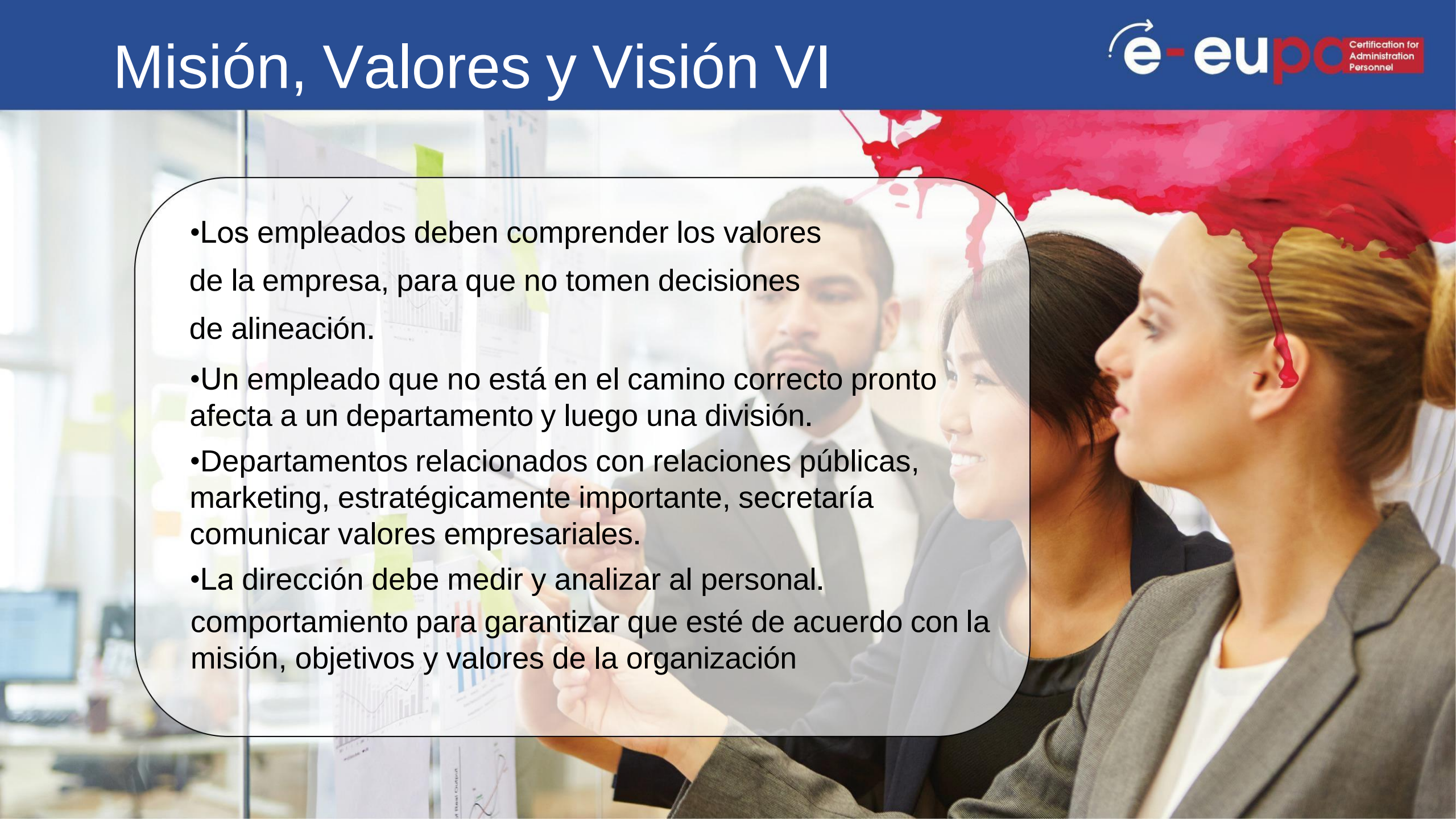
- Tenerlo siempre presente.
- Alinear a los empleados con la Visión, Misión y Valores de la empresa.
- Mantenga a los empleados interesados compartiendo noticias sobre cómo la empresa se esfuerza por alcanzar la misión y la visión y brindándoles comentarios sobre los resultados.

Misión, Valores y Visión V

Marcar la forma en que el cliente entiende el producto o servicio proporcionado

- La marca tiene como objetivo establecer una presencia significativa y presencia diferenciada en el mercado que atrae y retiene clientes leales. El proceso involucrado en la creación de un nombre e imagen únicos de un producto en la mente de los consumidores.

Misión, Valores y Visión VI

- 
- Los empleados deben comprender los valores de la empresa, para que no tomen decisiones de alineación.
 - Un empleado que no está en el camino correcto pronto afecta a un departamento y luego una división.
 - Departamentos relacionados con relaciones públicas, marketing, estratégicamente importante, secretaría comunicar valores empresariales.
 - La dirección debe medir y analizar al personal. comportamiento para garantizar que esté de acuerdo con la misión, objetivos y valores de la organización

Misión, Valores y Visión VII

- Si los resultados no son los esperados y los objetivos comerciales no son cumplidos, en reestructuración se deben considerar principios fundamentales:
- El establecimiento de una nueva misión, visión y valores. La declaración proporciona una nueva hoja de ruta estratégica.
- Desagrupa estos tres principios y date cuenta de cómo cada uno se puede contribuir a alcanzar un objetivo claro, mensurable, resultado aceptable, para la dirección, los empleados, los stakeholders y la sociedad.

Misiones, Valores y Visión

Las estrategias y los objetivos cambian y se adaptan al mercado. ¿ Puede una empresa modificar su misión, visión o valores con el tiempo?





Planificación Estratégica: Visión,
Misión y Valores

E-EUPA_LO_3.4_M_001

- ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?
¿Por qué es importante hoy?

Responsabilidad social corporativa (RSC)

- Business Dictionary define la RSE como "el sentido de responsabilidad de una empresa hacia la comunidad y el medio ambiente (tanto ecológico como social) en el que opera". Las empresas expresan esta ciudadanía a través de sus procesos de reducción de residuos y contaminación, contribuyendo con programas educativos y sociales y obteniendo retornos adecuados sobre los recursos empleados".
- Una definición más amplia se expande desde un enfoque en las partes interesadas incluir la filantropía y el voluntariado

Enfoques

- Diferencia entre los enfoques de la RSE canadiense (escuela de Montreal de RSE), europeo continental y anglosajón .
- Para los consumidores chinos, una empresa socialmente responsable fabrica productos seguros y de alta calidad, para los alemanes proporciona empleo seguro, en Sudáfrica contribuye positivamente a necesidades sociales como la atención sanitaria y educación. E incluso dentro de Europa el debate sobre la RSE es muy heterogéneo.

Fundamentos de la RSE III

Alcance

Inicialmente, la RSE hacía hincapié en el comportamiento oficial de las empresas individuales. Posteriormente, se amplió para incluir el comportamiento de los proveedores y los usos que se les daba a los productos y cómo se eliminaban después de que perdían valor.

La implementación

de la RSE puede basarse en los departamentos de recursos humanos, desarrollo empresarial o relaciones públicas de una organización, o puede ser una unidad separada que reporte al director ejecutivo o a la junta directiva.

Aplicabilidad – tipos de RSE

Medio ambiente

- Huella de carbono formas en
- que esto se puede reducir.
- formas en que las operaciones pueden ser más sostenibles

Filantrópico

- Donar dinero a organizaciones benéficas
- Fundar organizaciones/organizaciones benéficas
- Voluntariado

Ético

- asegurarse de que las personas en los países menos desarrollados sean tratados de manera justa
- asegurarse de que todas las partes interesadas reciban un trato justo o Empleados (internos) o clientes, o accionistas u otras partes interesadas

Desafíos ambientales de la RSE

- Impacto medioambiental. Respetar la RSE en términos de aspectos ambientales, las corporaciones pueden tomar las siguientes medidas:
 1. Medición del Impacto Ambiental.
 2. Gestión Ambiental.

El beneficio mutuo de la responsabilidad ambiental

1. Varias empresas individuales han descubierto que mejorar el desempeño ambiental también puede tener efectos beneficiosos para la propia empresa.
2. Generar menos desechos puede reducir los costos de operación.
3. Una imagen pública responsable también puede atraer más clientes.

Desafíos económicos de la RSE

Los aspectos económicos de la RSE consisten en comprender los impactos económicos de las operaciones de la empresa.

- Considerar los impactos económicos directos e indirectos que las operaciones de la organización tienen en la comunidad circundante y en los grupos de interés de la empresa.
- El efecto multiplicador.
- Contribuir a través de impuestos.
- Evitar acciones que dañen la confianza.

Retos sociales de la RSE

Se refieren a la obligación de la dirección de tomar decisiones y emprender acciones que contribuyan al bienestar y los intereses de la sociedad y de la organización.

Se ha encontrado que los siguientes aspectos son claves para los aspectos sociales de la RSC de una organización:

- Responsabilidad hacia los Clientes.
- Responsabilidad hacia los Empleados.
- Responsabilidad hacia la Comunidad.

Retos éticos

- El aumento de la formación en ética dentro de las corporaciones ha contribuido a la difusión de la RSE. El objetivo de dicha formación es ayudar a los empleados a tomar decisiones éticas cuando las respuestas no están claras.
- El beneficio más directo es la reducción de la probabilidad de "manos sucias", multas y daños a la reputación por violar las leyes o la moral.
- Las organizaciones ven una mayor lealtad y orgullo de los empleados en la organización.
- Los consumidores son cada vez más conscientes de las implicaciones ambientales y sociales de sus decisiones de consumo diarias y, en algunos casos, toman decisiones de compra relacionadas con sus preocupaciones ambientales y éticas.

Clasificación de partes interesadas

Empleados (internos)

- Calidad de su vida laboral.
- El bienestar y seguridad del personal en el trabajo y el mantenimiento de sus capacidades y motivación para el trabajo.
- Trato e igualdad de oportunidades para todos sus empleados, independientemente de su sexo, edad, raza o religión.

Clasificación de stakeholders

Clientes (externos)

- Efecto en los beneficios de la empresa.
- Buena relación calidadprecio, seguridad y durabilidad de los productos o servicios.
- Servicio estándar o postventa.
- Atención de consultas y reclamos.
- Oferta adecuada de productos o servicios.
- Estándares justos de publicidad y comercialización.

Clasificación de partes interesadas

La comunidad (externa)

- La reputación de una empresa en su ubicación influye en su competitividad.
- Plazas adicionales de formación profesional, contratación personas socialmente excluidas, patrocinio de eventos deportivos y culturales locales, y alianzas con comunidades o donaciones a actividades benéficas.

Clasificación de partes interesadas

Accionistas (internos)

- Los accionistas e inversores, a través de la inversión socialmente responsable, están utilizando su capital para fomentar comportamientos que consideran responsables. Sin embargo, las definiciones de lo que constituye un comportamiento ético varía.

Gestión sistemática de grupos de interés.

- Garantizar que el compromiso de la alta dirección, y en particular del director general, se comunique en toda la organización.
- Designar un puesto de RSC en el nivel de toma de decisiones estratégicas para gestionar el desarrollo de políticas y su implementación.
- Desarrollar interés y relaciones con todos los grupos de partes interesadas.
- Incorporar una auditoría social o de RSC dentro de la memoria anual de la empresa.
- Asegurar que el sistema de compensación dentro de la organización refuerce las políticas de RSE que se han creado, en lugar de simplemente el resultado final.

- Las partes interesadas tienen intereses creados en cómo se desempeña la organización y las acciones que emprende para realizar negocios.
- Las partes interesadas afectan a la organización impidiendo que tenga éxito o apoyando sus esfuerzos.
- La RSE es un mecanismo de autorregulación mediante el cual una organización monitorea activamente la sociedad, el medio ambiente, las tendencias globales, los principios éticos y los estándares legales para su cumplimiento.

Las empresas deben alcanzar cuatro niveles de responsabilidades para lograr una gestión corporativa de excelencia:

1. responsabilidad económica: una empresa debe seguir siendo rentable;
2. responsabilidad legal: una empresa está obligada a obedecer la ley;
3. responsabilidad ética: no sólo cumplir la ley, sino también hacer lo que es ética y moralmente correcto;
4. responsabilidad discrecional: el nivel más alto de RSE; un negocio voluntariamente dona a organizaciones filantrópicas.

Las organizaciones que actúan socialmente responsablemente experimentan altos niveles de desempeño.



Cuestionario sobre RSE

E-EUPA_LO_3.5_M_001

Puntos clave de la unidad

Punto clave 1

Misión, Valores y Visión son tres conceptos interrelacionados.

Punto clave 2

La aplicabilidad de la RSE puede ser ambiental, filantrópica y ética.

Punto clave 3

Los desafíos de la RSE son ambientales, económicos, sociales y éticos.

Punto clave 4

Los stakeholders relevantes para la RSE son los empleados (internos), los clientes (externos), la comunidad (externos) y los accionistas (internos).

¡BIEN HECHO!



Ha completado la Unidad 3.2 Parte B



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

