

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO



Manuel Larrán Jorge
UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Cádiz, 20 de septiembre de 2019

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

OBJETIVOS:

Analizar las distintas formas de desarrollar la RSC en una organización, desde la filantropía más básica a las propuestas más relacionadas con la generación de valor compartido, su evolución histórica, sus motivaciones, sus dimensiones y relaciones con el valor de la empresa, así como los retos, oportunidades y barreras futuras.

¿Se trata de una utopía o de abandono del paradigma empresarial clásico?

¿Se trata de un modelo de aplicación exclusiva a las empresas?

¿Se trata de un abandono del modelo capitalista?

¿Una moda?

¿Cuáles son los retos futuros?

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

ECONOMÍA BASADA EN LOS RECURSOS

ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

ECONOMÍA CIRCULAR

ECONOMÍA COLABORATIVA

ECONOMÍA AZUL

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

CREACIÓN VALOR COMPARTIDO

ECONOMÍA DE LA FUNCIONALIDAD

ECOFEMINISMO

¿CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO?

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

RAZONES PARA CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO:

1. Crisis de Legitimidad y Confianza.
2. Prácticas No Socialmente Responsables por parte de muchas multinacionales.
3. Incertidumbre Económica y Laboral.
4. Competencia desleal (riesgo pymes).
5. Brecha Salarial, Techo de Cristal, Carrera profesional de los más jóvenes.
6. Desprotección fuerza del trabajo.
7. Agotamiento del modelo de Economía Lineal.
8. Degradación Ambiental y Cambio Climático.



NECESIDAD DE UNA ECONOMÍA DE MERCADO ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1919), Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1945), ISO (International Organization for Standardization, 1947), Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), la Unión Internacional para la conservación de la Naturaleza (1948)

AÑOS 50:

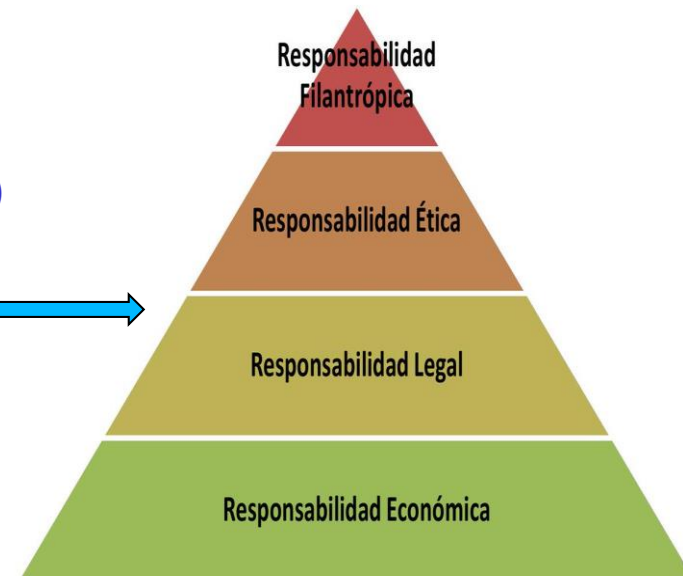
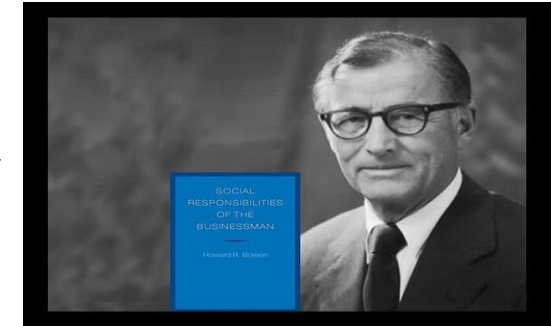
Escándalos Financieros.
Libro de Bowen (1953).

AÑOS 60:

Activismo Social.
“Licencia para operar”, Legitimidad.
Filantropía.

AÑOS 70:

RSC diferente a la filantropía.
Constitución Greenpeace (1971)
Friedman (1970)
Carroll (1979)
OCDE (1976)
OIT (1978)



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

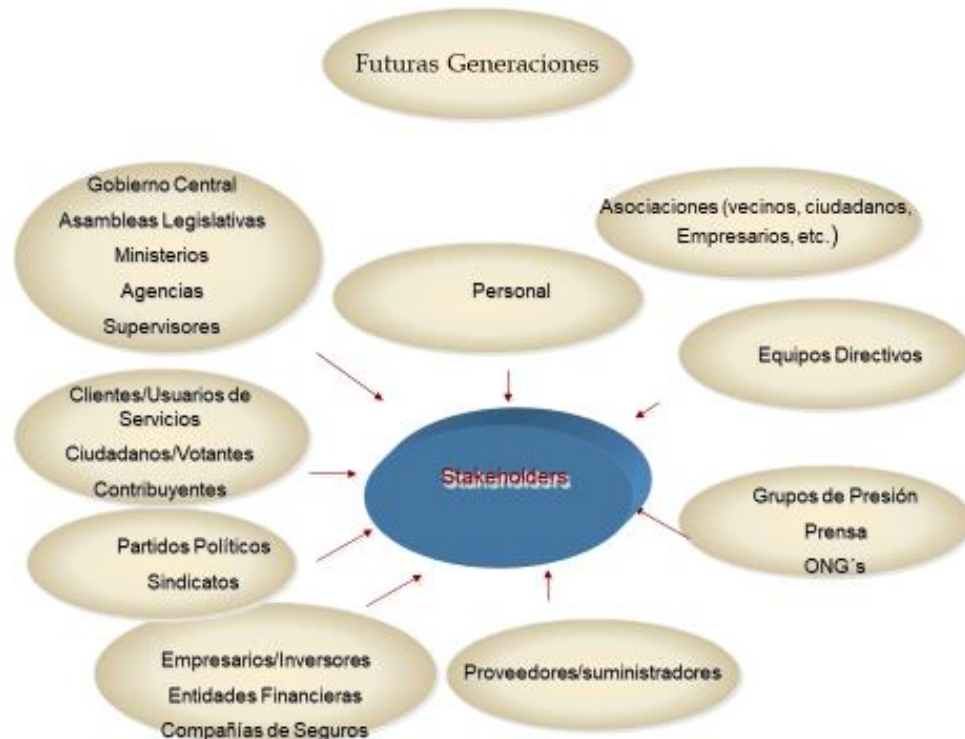
AÑOS 80:

Informe BRUNDTLAND

Desarrollo Sostenible: “El desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.”



TEORÍA DE LOS STAKEHOLDERS (Freeman, 1984)



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. **Evolución histórica de la RSC.**

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

AÑOS 90:

Cumbre de Río

ISO 9000, 1400, 26000

Global Reporting Initiative

Pacto Global de la ONU

SA8000

AA1000



International
Organization for
Standardization

AÑOS 2000:

Libro Verde de La RSE (UE)

Naciones Unidas (2007)

Motivaciones/Dimensiones

Beneficios RSC

Valor Compartido



**Global
Reporting
Initiative™**



**United Nations
Global Compact**



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

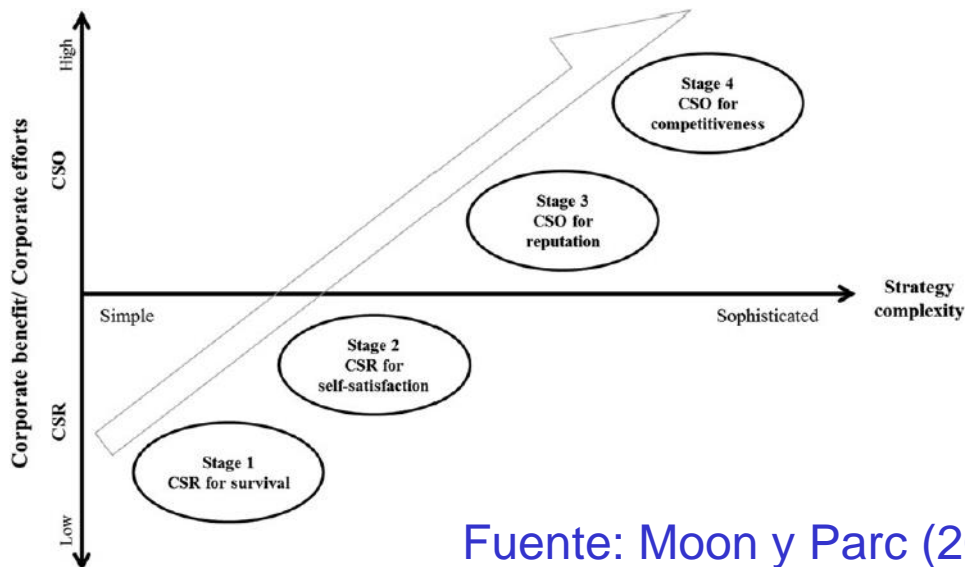
10. Conclusiones.

RSC DE SUPERVIVENCIA O REACTIVA

RSC FILANTRÓPICA

RSC PARA MEJORAR REPUTACIÓN

RSC PARA LA COMPETITIVIDAD



Fuente: Moon y Parc (2019)

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

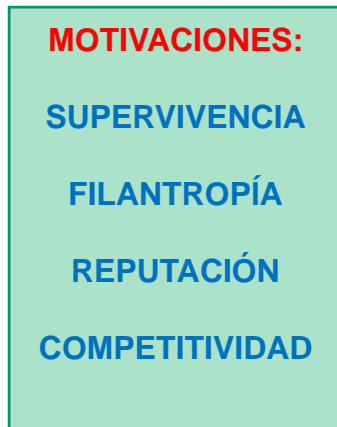
6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

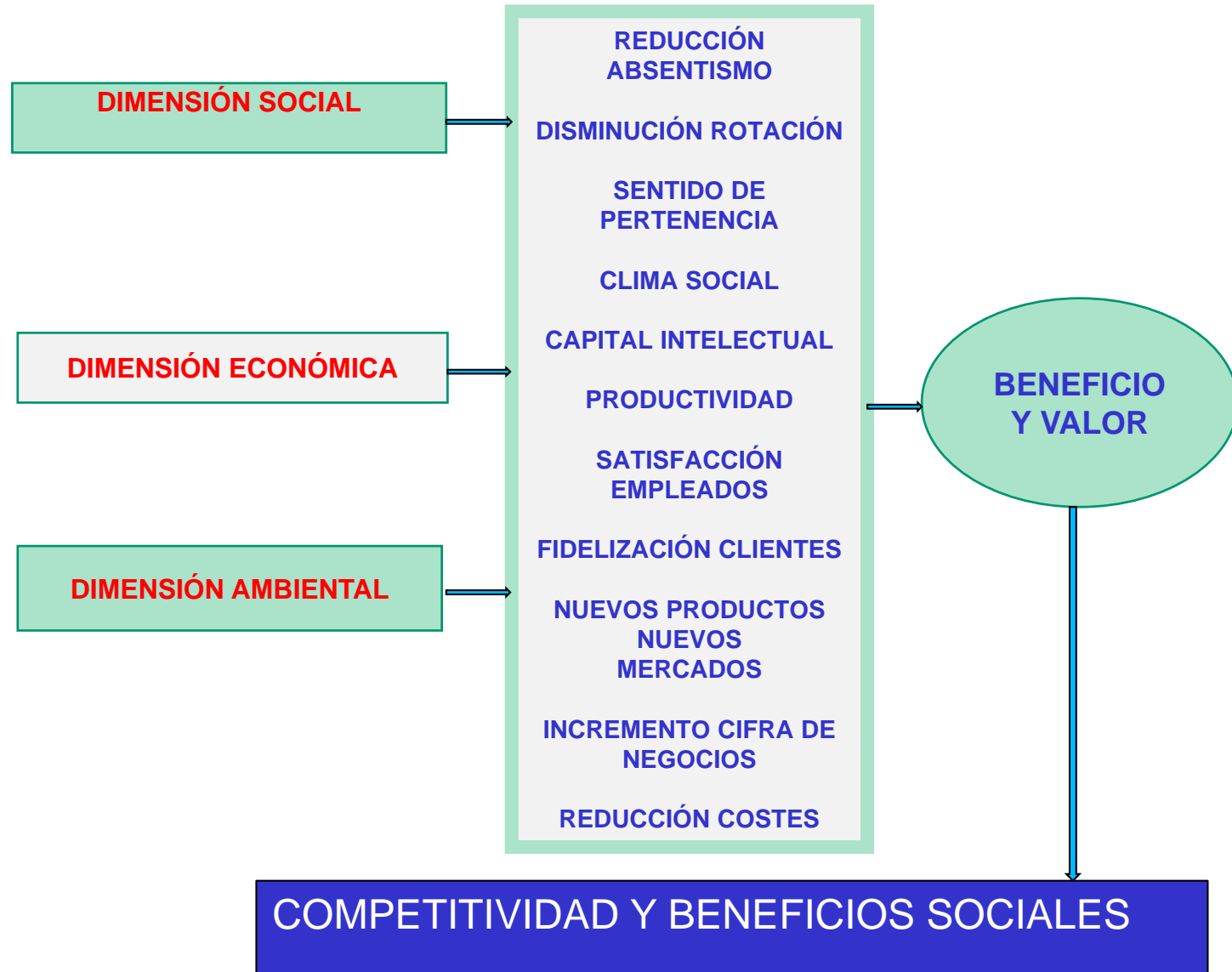
6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



ARTICLE
Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective²
Jesús Herrera Madueño^{1,2}, Manuel Larrán Jorge^{1,2}, Isabel Martínez Conesa^{1,2}, Domingo Martínez-Martínez^{1,2}

¹ Financial Economics and Accounting Department at University of Cádiz, Business and Administration College, Av. Duque de Nájera, 4, 11002 Cádiz, Spain
² Financial Economics and Accounting Department at University of Murcia, Business and Administration College, Facultad de Economía y Empresa, Campus de Espinardo, 30100 Murcia, Spain

Received 14 July 2014; accepted 14 June 2015
Available online 28 August 2015

JEL CLASSIFICATION: R14
KEYWORDS: CSR; Competitive performance; Relational capacity; Stakeholders; SMEs

Abstract In a financial economic scenario in which the corporate survival of small and medium enterprises (SMEs) is more conditioned than ever by competitive performance, this paper aims to show that the strategic incorporation of socially responsible actions, more concerned and engaged with stakeholders, contribute to improve the competitiveness of these organizations. Thus, the existence of a direct or mediated relationship between the development of Corporate Social Responsibility (CSR) practices and competitive performance has been analyzed from a multi-stakeholder perspective. To accomplish this task, data were collected from a sample of 481 Spanish SMEs and the technique of partial least squares (PLS) was used. Outcomes show that the development of CSR practices contributes to increase the competitive performance both directly and indirectly, through the ability of these organizations to manage their stakeholders. This study, therefore, supports the social impact hypothesis and offers evidence about some linkages such as the relational capacity mediate the causal effect between CSR and competitive performance.
© 2015 ACBE. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

² This research has been developed as part of the project titled "Corporate Social Responsibility, SMEs, Region of Murcia", ref.: 10039/PGC2/07, funded by the Science Foundation, the Regional Agency for Science and Technology, through the call for "Aid for the Completion of Research Projects in Humanities and Social Sciences" Science Program 2007.
³ Corresponding author. Tel.: +34 95015443.
E-mail address: jesus.herrera@uca.es (J. Herrera Madueño), manuel.larran@uca.es (M. Larrán Jorge), isabel.martinez@uca.es (I. Martínez Conesa), domingo.martinez@uca.es (D. Martínez-Martínez).
⁴ Author whose e-mail address is concealed.
E-mail addresses: j.m.l@95015431, m.l@95015443, i.m@95015443, d.m@95015443.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bdq.2015.06.002>
2349-1000/© 2015 ACBE. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Herrera Madueño, Jesús; Larrán Jorge, Manuel; Martínez-Martínez, Domingo
Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Evidencia bibliográfica
Cuadernos de Gestión, vol. 13, núm. 2, 2013, pp. 39-65
Universidad del País Vasco/Euskal Herria Unibertsitatea
Vizcaya, España

Disponibile en: <http://www.redalyc.org/html/doi.org/10.1016/j.bdq.2015.06.002>



Competitiveness and environmental performance in Spanish small and medium enterprises: is there a direct link?²

Manuel Larrán Jorge, Jesús Herrera Madueño, Domingo Martínez-Martínez, María Paula Lechuga Sancho

Finance and Accounting Department, University of Cádiz, Duque de Nájera Avenue, Number 4, Cádiz, 11002 Spain

ARTICLE INFO

Article history:
Received 1 October 2014
Received in revised form 6 April 2015
Accepted 6 April 2015
Available online 17 April 2015

ABSTRACT

The increasing social concern about the protection and improvement of the environment has transformed environmental commitment into a new strategic via channel through which to achieve competitiveness in firms. Nevertheless, to date, limited research on this subject has focused on small and medium enterprises. This study addresses this gap by shedding light on the relationship between environmental commitment and business performance as well as their relationship with two other strategic variables: relational marketing and image. From a sample of 481 small and medium firms in Southern Spain and using structural equation modelling, different cause-effect relations were analyzed. The results suggest that environmental performance has a positive, direct and significant influence on competitive performance as well as the mediating effects of image and relational marketing. In this regard, this paper offers new empirical evidence of how firms that improve their environmental engagement generate a positive relationship with their stakeholders. An improved environmental performance encourages the appearance of positive reactions for any company's image and its competitiveness. Some of these environmental practices are provided according to their strategic relevance.
© 2015 Elsevier Ltd. All rights reserved.

1. Introduction

Continuing industrial progress and development of the social environment have negatively affected ecological equilibrium, thereby causing a continual deterioration of the environment. This deterioration may be irreversible if an adequate course of action is not taken. Thus, pollution such as emissions, discharges, and noise emissions carry a number of consequences for the environment that must be known and observed to minimize their negative effects (Anagan-Correa et al., 2008). Today, the protection and improvement of the environment is a social concern and a new strategic key factor for corporate competitiveness; the relevance of

which increases space with the social concern for the environment (Galdames-Gómez et al., 2008). Recent growing interest in transparency and accountability-related issues is proof of this greater concern for both the overall effect of corporations and the increasing visibility corporations' actions are gaining.
In this new scenario, companies have begun to consider a change in communication (Fernández-Fernández et al., 2014) in which publishing information that goes beyond simple financial indicators or productivity evaluations is becoming increasingly necessary. Examples of such additional information include the volume of waste generated, the number of customer complaints received by management, and many other aspects related to the social and environmental context in which companies operate. Additionally, growing academic interest in the analysis of certain environmental, social and economic goals is added to this concern (Gallardo-Vázquez and Sánchez-Hernández, 2014). This greater concern about knowing what effects companies have on the environment goes beyond the legal background (Jones, 1995) in terms of the requirement to comply with regulatory provisions. There is also an increasing awareness of the effects of environmental conflict on corporate image and of customers' purchase of products, goods or services that cause environmental degradation. Along

² This research has been developed as part of the project titled "Corporate Social Responsibility, SMEs, Region of Murcia" (ref.: 12003/PGC2/08) funded by the Science Foundation, the Regional Agency for Science and Technology, through the call for "Aid for the Completion of Research Projects in Humanities and Social Sciences" Science Program 2008.

* Corresponding author. Tel.: +34 950685443.
E-mail addresses: manuel.larran@uca.es (M. Larrán Jorge), jesus.herrera@uca.es (J. Herrera Madueño), domingo.martinez@uca.es (D. Martínez-Martínez), mpaula@uca.es (M.P. Lechuga Sancho).

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.016>
0959-6526/© 2015 Elsevier Ltd. All rights reserved.

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

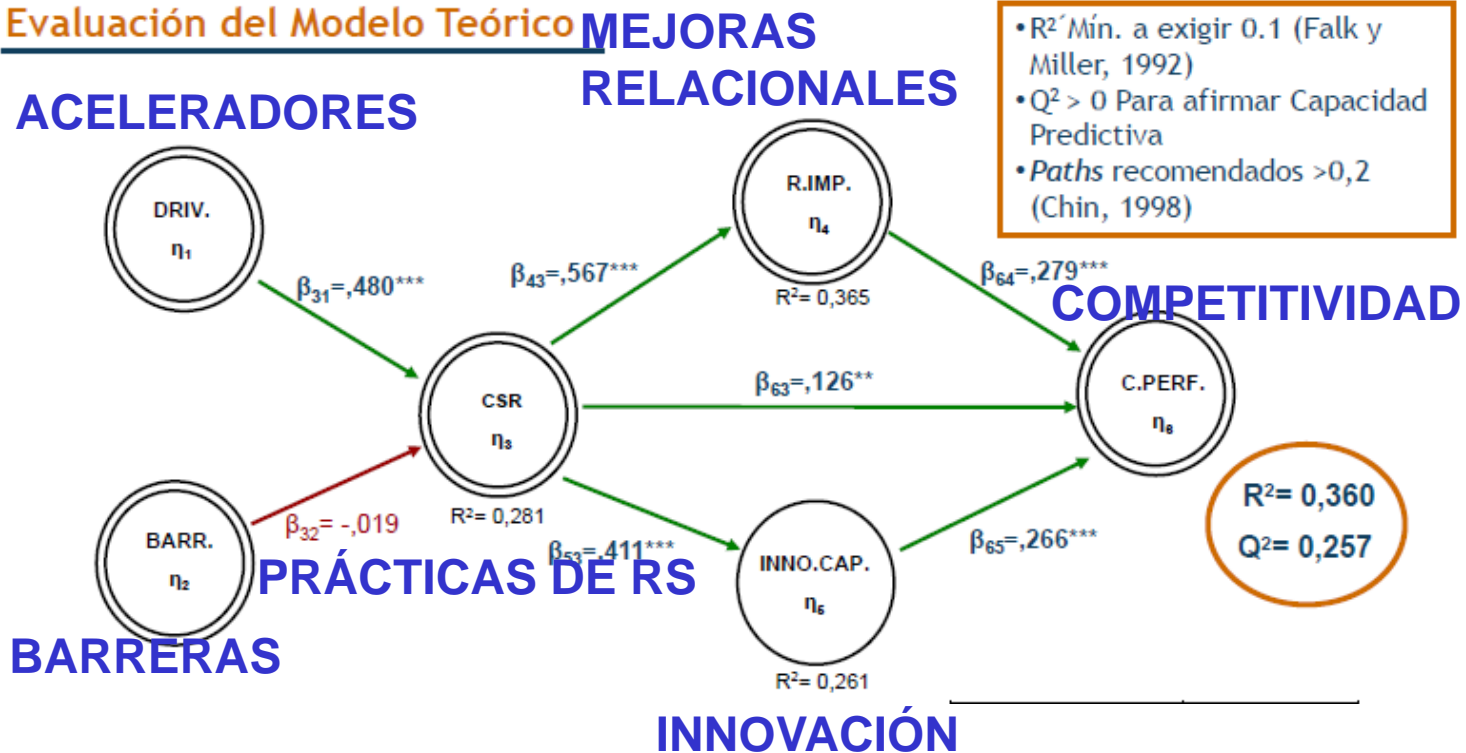
7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

Evaluación del Modelo Teórico



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE RSE (2014/2020)



EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



Michael E. Porter
Professor, Harvard Business School



Mark Kramer
Co-fundador de FSG
Harvard Business School

DEFINEN LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO COMO:

“LAS POLÍTICAS Y PRÁCTICAS OPERACIONALES QUE AUMENTAN LA COMPETITIVIDAD DE UNA EMPRESA, MIENTRAS SIMULTÁNEAMENTE MEJORAN LAS CONDICIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LAS COMUNIDADES EN LAS CUALES OPERA”

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

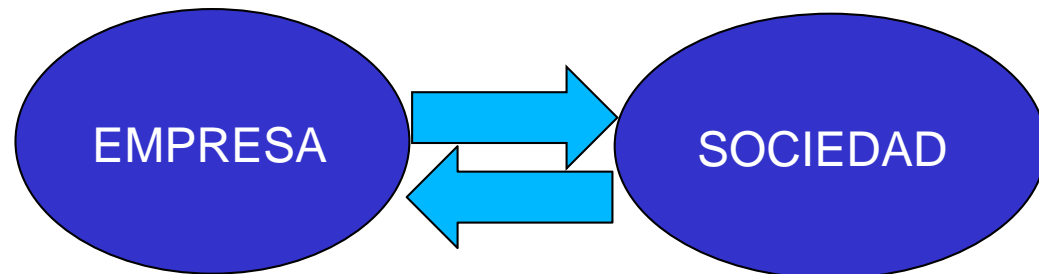
10. Conclusiones.

VALOR COMPARTIDO

RECONCEBIR PRODUCTOS, SERVICIOS Y MERCADOS.

REDEFINIR LA PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE VALOR.

PROMOVER LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE CLUSTERS LOCALES.



1. Objetivos y razones elección tema.
2. ¿Cambio de modelo económico?
3. Evolución histórica de la RSC.
4. Motivaciones y Dimensiones RSC
5. RSC y Beneficios.
6. Valor Compartido.
7. RS en las Administraciones Públicas.
8. Oportunidades.
9. Barreras.
10. Conclusiones.

documentos aeca

11 Responsabilidad Social Corporativa

12 Contabilidad y Administración del Sector Público

Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa en las administraciones públicas

aeca

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

DOCUMENTOS AECA

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Documento n.º 11

CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

Documento n.º 12

Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa en las administraciones públicas

Ponentes del documento:

Antonio M. López Hernández

Cámara de Cuentas de Andalucía - Universidad de Granada

Manuel Larrán Jorge

Universidad de Cádiz

Raquel Garde Sánchez

Universidad de Granada

Francisco J. Andrades Peña

Universidad de Cádiz

Grupo de trabajo para la elaboración del documento:

Maria Eugenia Bailach i Aspa
Auren

José Luis Lizcano Álvarez
AECA

Isabel Brusca Alijarde
Universidad de Zaragoza

Vicente Montesinos Julve
AECA

Carlos Cueto Cedillo
Ayuntamiento de Alcobendas

Pedro Rivero Torre
AECA

Jesús de la Morena
Garrigues

Fernando Miguel Seabra
Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL)

Antonio Gómez Ciria
Red Eléctrica Española

John C. Scade
Max Business

aeca

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

1. Objetivos y razones elección tema.
2. ¿Cambio de modelo económico?
3. Evolución histórica de la RSC.
4. Motivaciones y Dimensiones RSC.
5. RSC y Beneficios.
6. Valor Compartido.
7. RS en las Administraciones Públicas.
8. Oportunidades.
9. Barreras.
10. Conclusiones.

“Una Administración Pública Socialmente Responsable, más allá de la acción social, buscará la eficacia, la eficiencia y la mejora de la calidad constante de los servicios prestados al ciudadano a través de la innovación, colaboración y la generación de valor compartido, así como el progreso profesional de los empleados públicos, en el marco de un desarrollo sostenible. La RSC se llevará a cabo a través de la aplicación voluntaria de un modelo integral de dirección, gestión y buen gobierno basado en principios de igualdad, ética, respeto a los derechos humanos, transparencia y deber de ejemplaridad, para lo cual se evalúan tanto las expectativas de los diferentes grupos de interés, a través del diálogo permanente, como los impactos sociales, económicos y ambientales que generen sus actuaciones, con un especial y obligado énfasis en el interés común.

Los principios anteriores de manera directa e indirecta, a través de la promoción y regulación de estas conductas, contribuirán a multiplicar el progreso social.”

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

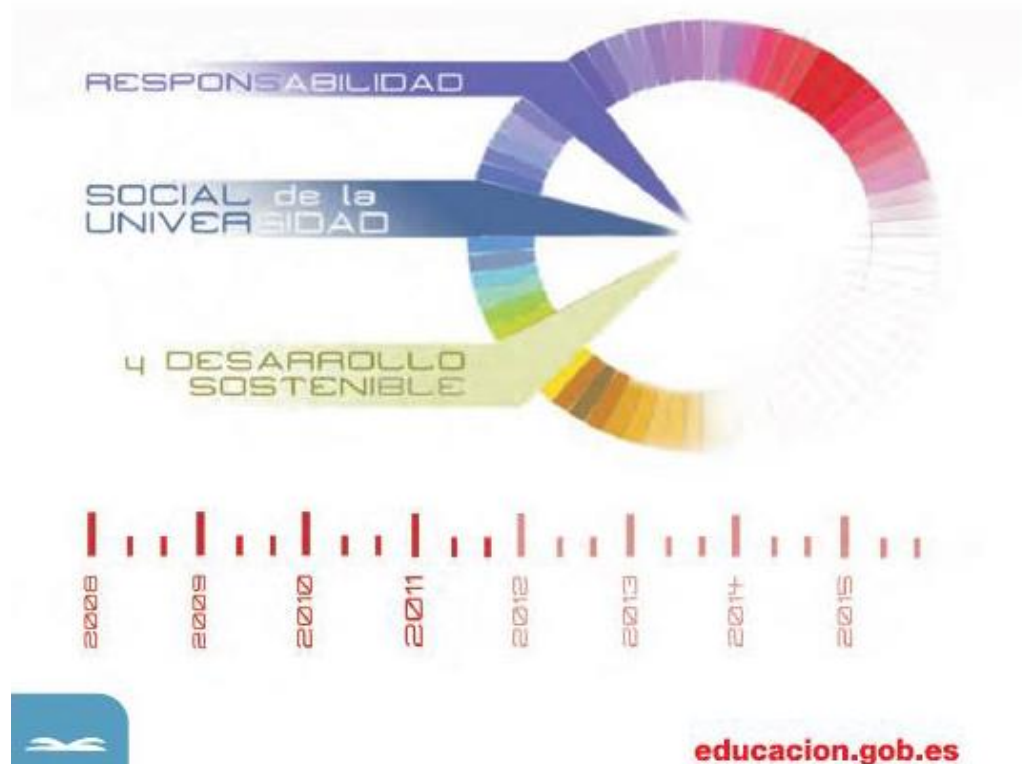
8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

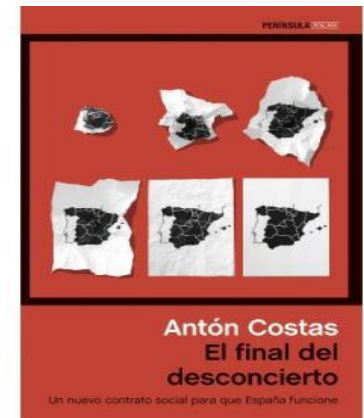


La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible

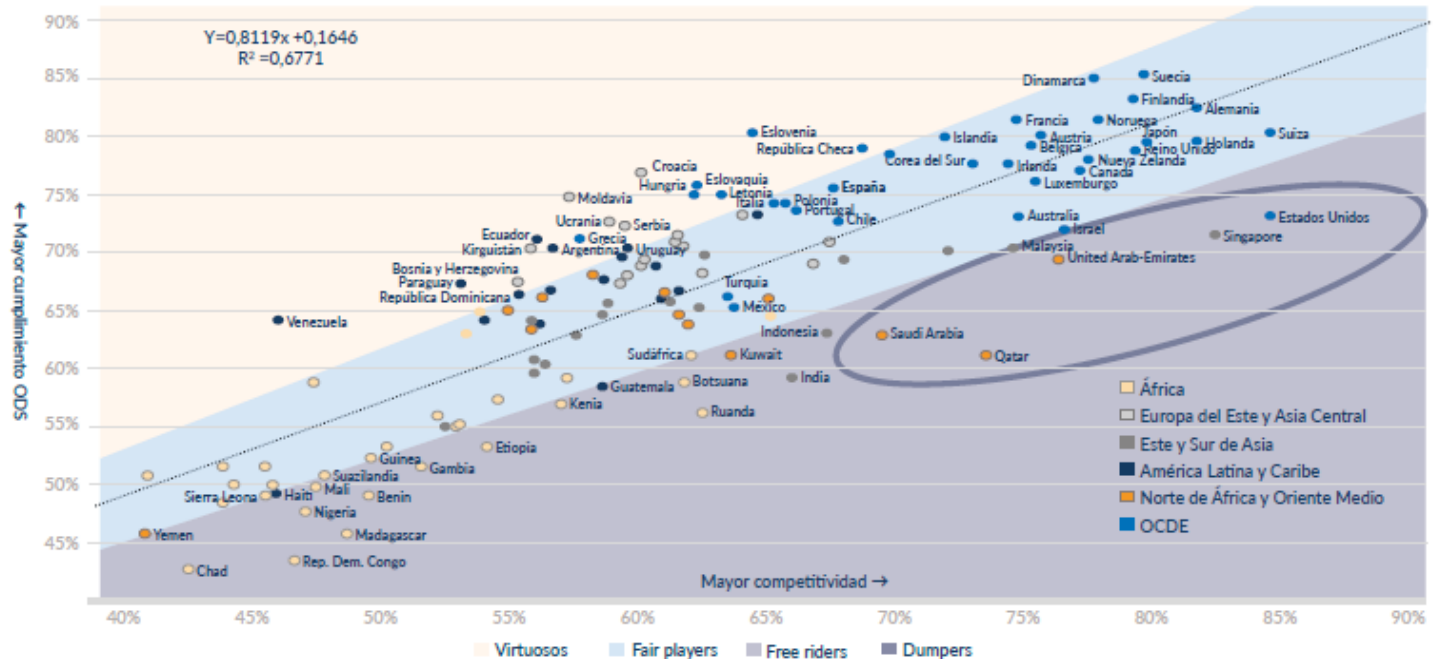


1. Objetivos y razones elección tema.
2. ¿Cambio de modelo económico?
3. Evolución histórica de la RSC.
4. Motivaciones y Dimensiones RSC.
5. RSC y Beneficios.
6. Valor Compartido.
7. RS en las Administraciones Públicas.
8. Oportunidades.
9. Barreras.
10. Conclusiones.

NO HAY PROGRESO ECONÓMICO SIN PROGRESO SOCIAL



Vinculo entre competitividad y cumplimiento ODS



EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

SEVILLA PROVINCIA ANDALUCIA PANORAMA SEVILLA FC BETIS CULTURA COFRADIAS FOTOHISTORIAS
ESPAÑA MUNDO ECONOMIA SOCIEDAD

LA GESTIÓN DE FONDOS EN EL SIGLO XXI

La Inversión Socialmente Responsable, la más resistente frente a las crisis

- En el marco de la Semana de la ISR 2019, los expertos afirmaron que la ISR ha sobrepasado los 185.000 millones de euros en activos bajo gestión ASG



Compañías

ANÁLISIS >

La reinención del capitalismo y los CEO de la mesa redonda

5D

RAMON
CASILDA
BETAR

La influyente organización estadounidense 'Business Round Table' sienta las bases de una nueva visión empresarial

BBC News Mundo

Qué es la poderosa organización Business Roundtable y por qué (ahora) quiere redefinir las reglas del capitalismo

Alberga a la crema y nata del capitalismo estadounidense y ahora quiere cambiar la forma de hacer negocios en ese país.

Por BBC News Mundo
22 de agosto de 2019 a las 23:08h



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

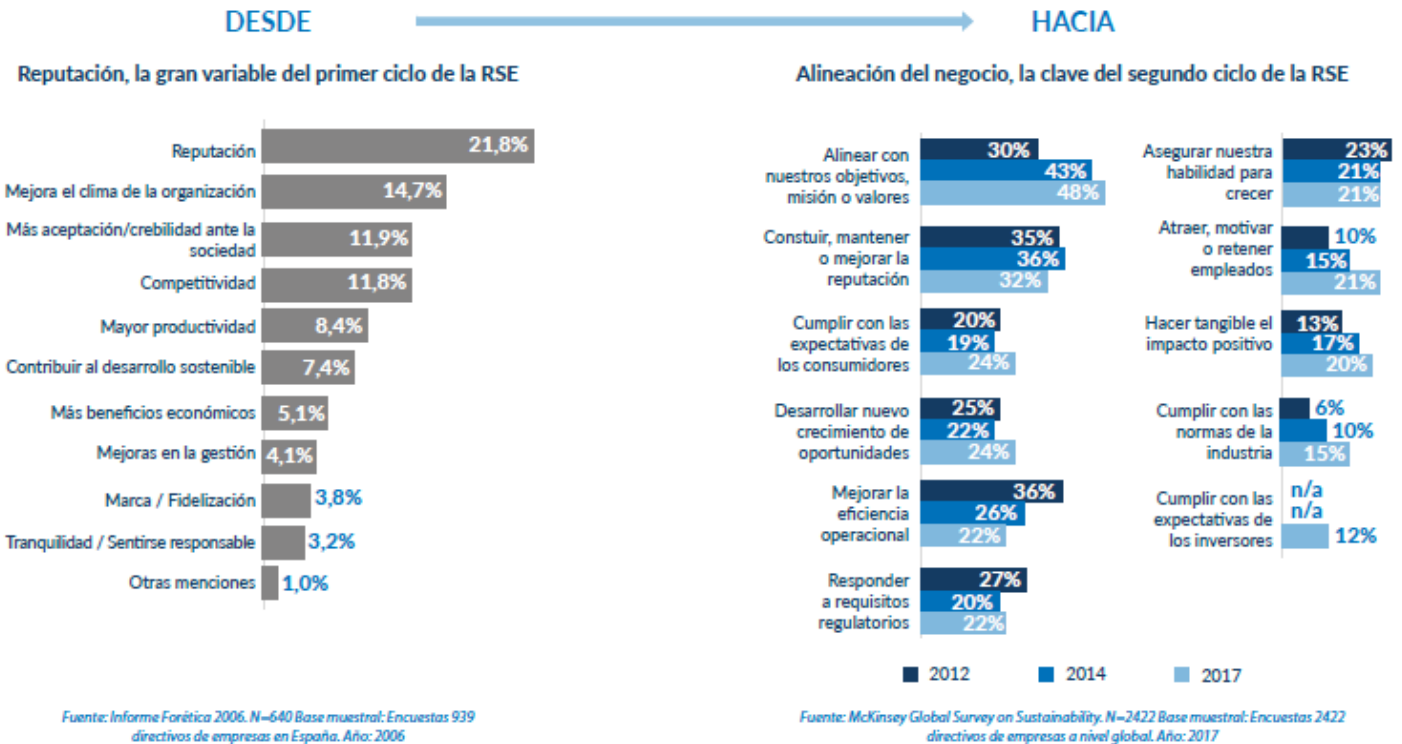
6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

La normativa de referencia



MARCO NORMATIVO:

Leyes de igualdad, dependencia, conciliación, economía sostenible, contratación pública, transparencia y publicación de información no financiera.

Estrategia Española de RSE 2014-2020 publicada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Leyes que promueven la RSC en las comunidades de Valencia y Extremadura.

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.



The image shows a screenshot of a website article. The top navigation bar includes links for 'Ecommerce', 'Digital', 'Innovación', 'Management', 'Marketing', 'Pymes', 'Fintech', and 'Conoce D'. Below the navigation, there are two tabs: 'ECOMMERCE' and 'NOTICIAS'. The main title of the article is 'Automatización, big data y robotización: el futuro de los espacios logísticos', dated '12 de marzo de 2019'. The article features a large image of an orange robotic arm in a factory setting, with a white box containing the text 'robotización logística' overlaid on it. To the right of the main image is a 'Contenidos Top' section with four video thumbnails and their titles: 'El feedback: optimización fidelización' (5 de marzo de), 'Keynote Rar Customer & Intelligence' (9 de octubre de), 'Javier Zurita de Cabify. TI transformac' (17 de julio de), and 'Inés Baiges, en Paga+Tar edición Sma' (8 de mayo de). At the bottom right, there is a logo for 'secartys 1968' and a section titled 'Artículos destacados'.

12 de marzo de 2019

robotización logística

El mercado logístico registrará un aumento de la demanda de instalaciones descentralizadas y camina hacia una mayor automatización y robotización del trabajo.

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

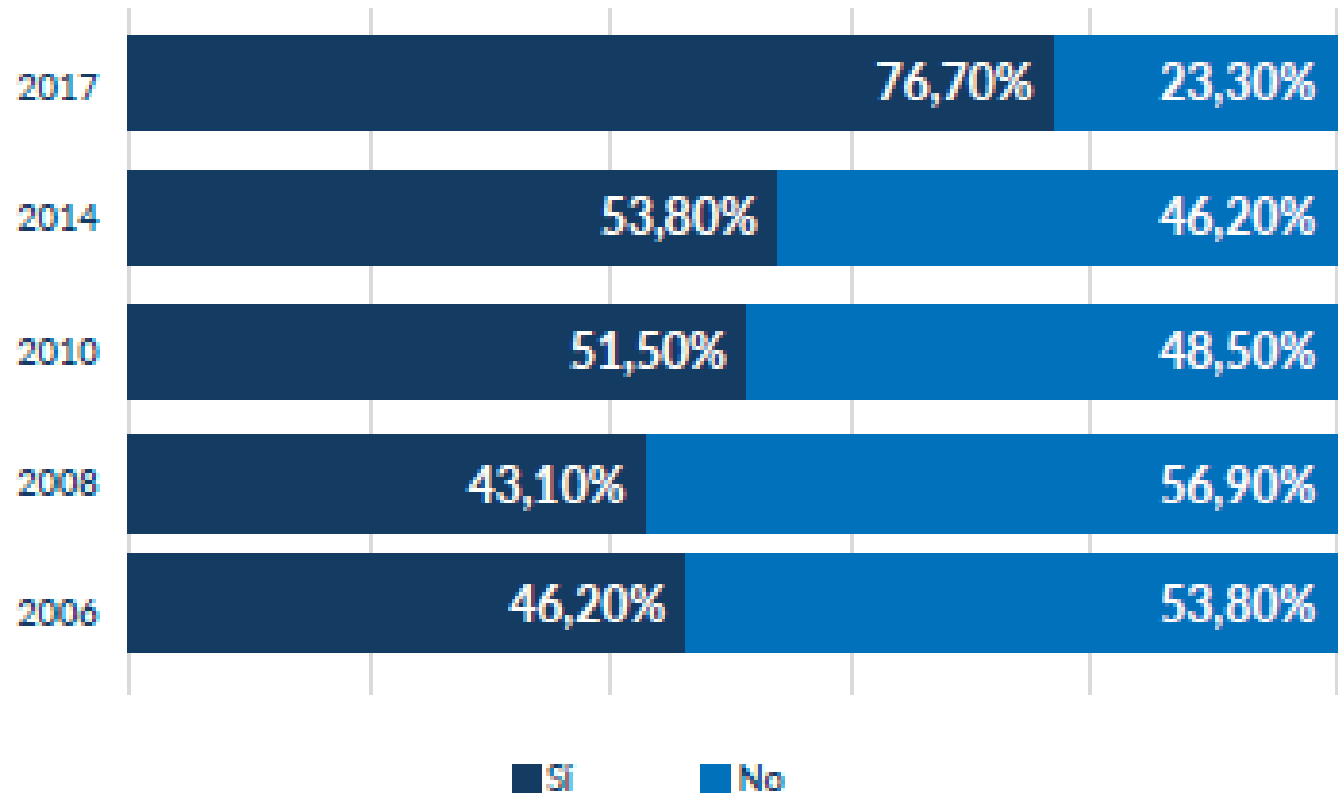
7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

Conocimiento espontáneo de la RSE



Fuente: Forética

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPÍA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

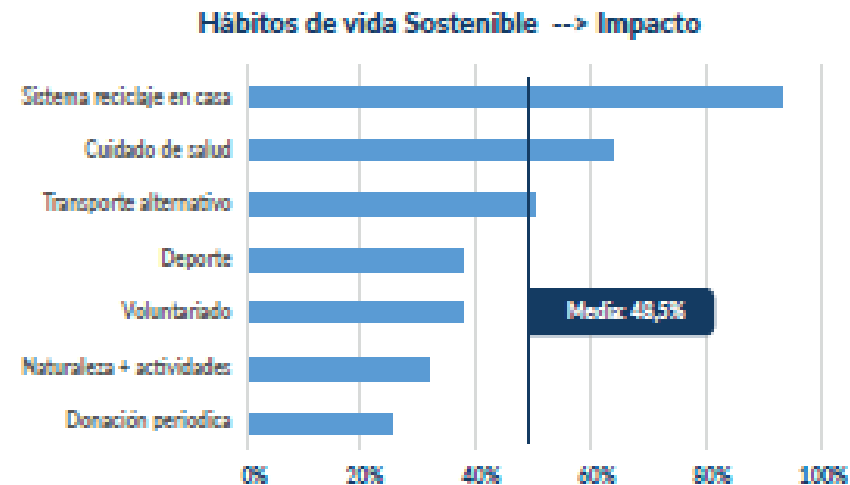
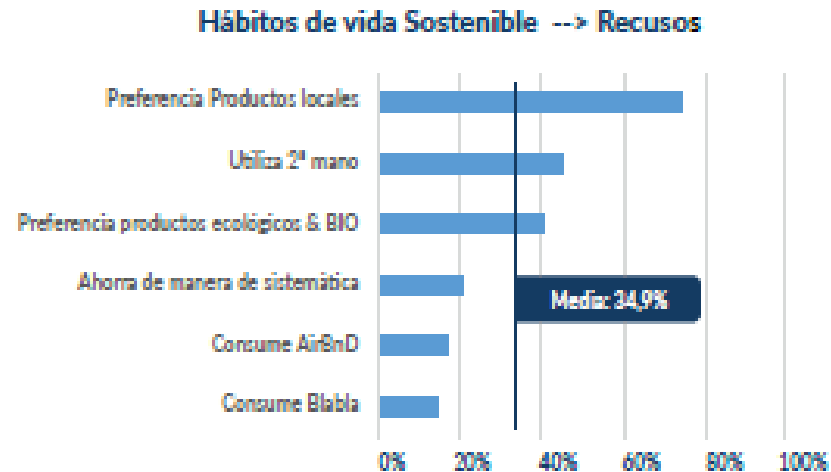
7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

Hábitos de vida sostenible: Recursos versus Impactos



Fuente: Forética

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones y Dimensiones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades.

9. Barreras.

10. Conclusiones.

LA INTEGRACIÓN DE LA RSC EN LA SOCIEDAD SÓLO SERÁ EXITOSA CUANDO LA CIUDADANÍA, INSTITUCIONES PÚBLICAS, CONSUMIDORES E INVERSORES EMPIECEN A DEMANDAR DE LAS EMPRESAS COMPORTAMIENTOS RESPONSABLES.

1. Objetivos y razones elección tema.

2. ¿Cambio de modelo económico?

3. Evolución histórica de la RSC.

4. Motivaciones RSC.

5. RSC y Beneficios.

6. Valor Compartido.

7. RS en las Administraciones Públicas.

8. Oportunidades

9. Barreras.

10. Conclusiones.

El valor compartido no se refiere a valores personales ni repartos del valor ya creado, no es una fórmula de redistribución. El valor compartido representa, y de acuerdo con sus precursores, una concepción más amplia de la mano invisible de Adam Smith, y por tanto una reformulación significativa del capitalismo imperante que puede contribuir, sin lugar a dudas, a la construcción de un mundo mejor.



- 1. Objetivos y razones elección tema.**
- 2. ¿Cambio de modelo económico?**
- 3. Evolución histórica de la RSC.**
- 4. Motivaciones RSC.**
- 5. RSC y Beneficios.**
- 6. Valor Compartido.**
- 7. RS en las Administraciones Públicas.**
- 8. Oportunidades**
- 9. Barreras.**
- 10. Conclusiones.**

MUCHAS GRACIAS

EVOLUCIÓN Y CONFUSIÓN EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DE LA FILANTROPIA A LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO



Manuel Larrán Jorge
UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Cádiz, 20 de septiembre de 2019