



**PRACTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE
OSTENTAN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD
DE MANIZALES**

JESÚS ERNESTO BENJUMEA HINCAPIÉ

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
Facultad de Ciencias y Administración
Maestría en Administración
Manizales, 2011**



**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES holding PUBLIC
UNIVERSITIES AND PRIVATE Manizales**

JESÚS ERNESTO BENJUMEA HINCAPIE

**NATIONAL UNIVERSITY OF COLOMBIA
Faculty and Administration
MBA
Manizales, 2011**

**PRACTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE
OSTENTAN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD
DE MANIZALES**

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁGISTER EN ADMINISTRACIÓN**

JESÚS ERNESTO BENJUMEA HINCAPIÉ

**Director:
MSc. Jaime Andrés Vieira Salazar**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
Facultad de Ciencias y Administración
Maestría en Administración
Manizales, 2011**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES holding PUBLIC
UNIVERSITIES AND PRIVATE Manizales**

**WORK PRESENTED AS A REQUIREMENT FOR ELIGIBLE TO TITLE
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION**

JESÚS ERNESTO BENJUMEA HINCAPIÉ

**Director:
MSc. Jaime Andres Salazar Vieira**

**NATIONAL UNIVERSITY OF COLOMBIA
Faculty and Administration
MBA
Manizales, 2011**

DEDICATORIA

A dios por darme la sabiduría y paciencia para llegar felizmente a una meta de largo aliento.

A mi madre gratitud eterna por el apoyo y motivación a culminar una meta ambiciosa que engrandece el espíritu.

A mi familia por su apoyo incondicional en momentos difíciles que se presentan en el devenir del estudio.

A mis profesores por su comprensión y su voluntad para compartir sus conocimientos en pro de lograr un producto de buena calidad.

A mis compañeros por estar dispuestos a colaborar en momentos claves de la formación.

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Jaime Andrés Vieira Salazar, por sus aportes y respaldo a este proyecto.

Al profesor Jeremías Quiñones Cárdenas, por su apoyo metodológico para estructurar el trabajo.

A mis compañeros de maestría por su apoyo y aliento para continuar.

A la Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales, que enriquecieron mi vida con sus enseñanzas.

RESUMEN

El presente trabajo de estudio buscó determinar y caracterizar desde la gestión organizacional las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que desarrollan las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales, a partir de la visión que tienen vicerrectores de las Instituciones de Educación Superior (IES) objeto de estudio y del análisis de los proyectos educativos institucionales que sirven de marco de referencia a dichas instituciones.

En consecuencia, con el presente estudio se pretende contribuir a la generación de conocimiento sobre los comportamientos socialmente responsables, abordando de paso la manera como estas instituciones hacen frente a los cambios de orden político, cultural, tecnológico y económico que han afectado al mundo luego de la instauración del modelo de desarrollo vigente; asimismo, es apropiado conocer las expectativas y la postura frente al tema por parte de quienes hacen parte interna de la organización, los cuales, a la luz de la nueva realidad geopolítica y económica, parecieran demandar derechos que parecen menos visibles y más modestos, menos costosos y más imprevisibles.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Universitaria (RSU), Gestión Organizacional, Prácticas de Responsabilidad Social Universitaria.

ABSTRACT

This work study sought to determine and characterize from organizational management practices of Corporate Social Responsibility (CSR) developing public and private universities in the city of Manizales, from the view held by Vice Chancellors of Institutions of Higher Education (IES) under study and analysis of institutional educational projects that provide a frame of reference to those institutions.

Accordingly, the present study is to contribute to the generation of knowledge about socially responsible behavior, addressing in passing the institutions so how are you coping with changes in political, cultural, technological and economic issues have affected the world after the establishment of the current development model, it is also appropriate to meet the expectations and attitude towards the subject by those who are inside the organization, which, in light of the new geopolitical and economic reality, seem to demand rights appear less visible and more modest, less expensive and more unpredictable.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Social Responsibility University (RSU), Organizational Management, University Social Responsibility Practices.

CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS.....	12
LISTA DE TABLAS	13
PARTE I. CONTEXTO DEL ESTUDIO	14
CAPÍTULO 1. EL ESTUDIO Y SUS NECESIDADES.....	14
1.1. TEMA	14
1.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA.....	14
1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	15
1.4. SURGIMIENTO DEL ESTUDIO	15
1.5. ANTECEDENTES	16
1.6. JUSTIFICACIÓN	22
1.7. OBJETIVOS.....	23
1.7.1. General.....	23
1.7.2. Específicos.	23
1.8. PROPÓSITOS	23
1.9. RESULTADOS ESPERADOS.....	24
1.10. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN	24
PARTE II. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	25
CAPÍTULO 2. REFERENTE TEÓRICO.....	25
2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	25
2.1.1. Marco Histórico.....	25
2.1.2. Perspectivas teóricas de la RSE.....	29
2.1.3. Teorías Instrumentales.	29
2.1.4. Teorías Políticas.	30
2.2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	30
2.3. TIPOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	36

2.4.	VENTAJAS DE LA RS PARA LA EMPRESA.....	40
2.5.	ALCANCES DE LA RSE	41
2.6.	DIMENSIONES DE LA RSE	42
2.7.	NIVELES DE LA RSE	43
2.8.	IMPLICACIONES EMPRESARIALES Y LA RS	43
2.9.	MOTIVACIONES DEL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS EMPRESAS	46
2.10.	RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA (RSU).....	49
2.10.1.	Impactos de Funcionamiento Organizacional.....	51
2.10.2.	Impactos Educativos.	51
2.10.3.	Impactos Cognoscitivos y Epistemológicos.....	52
2.10.4.	Impactos Sociales.	52
2.10.1.4.	Impacto Organizacional.	53
2.10.5.	La Perspectiva de la Universidad desde la RS.....	57
PARTE III. FUNDAMENTOS EMPÍRICOS		60
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA		60
3.1.	TIPO DE ESTUDIO	60
3.2.	DISEÑO DEL ESTUDIO.....	61
3.3.	FASES DE LA INVESTIGACIÓN	62
3.4.	POBLACIÓN Y UNIDAD DE ANÁLISIS	65
3.5.	SELECCIÓN Y/O ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS	65
3.5.1.	La Entrevista.....	66
3.5.2.	Matriz de Registro.....	67
3.5.3.	Recolección de Datos.....	68
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN		69
4.1.	EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD VISTO DESDE LA UNIVERSIDAD	69
4.2.	LA PERSPECTIVA DE LA UNIVERSIDAD FRENTE A LA RSU	74
4.2.1.	Conceptos Sustentados en Valores.....	75
4.2.2.	Conceptos Sustentados en Impactos.	76

4.3. LA PRÁCTICA DE RSU	78
CAPÍTULO 5. VALORACIONES FINALES	81
5.1. CONCLUSIONES.....	81
5.2. RECOMENDACIONES	82
5.3. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.....	82
ANEXOS	83
ANEXO No. 1. MATRIZ DE RELACIÓN	84
ANEXO No. 2. GUÍA TEMÁTICA PARA ENTREVISTA A COORDINADORES ACADÉMICOS DE LA IES PÚBLICAS Y PRIVADAS.....	85
BIBLIOGRAFÍA	86

LISTA DE FIGURAS

Figura No. 1.	RSE Respuesta a un Escenario Cambiante.	42
Figura No. 2.	Tipos de Impacto Universitario.....	52
Figura No. 3.	Diseño de la Investigación.	62
Figura No. 4.	De Datos “Crudos” a Datos Numerados.	63
Figura No. 5.	Análisis de los Datos.....	64

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1.	Áreas de interés de la RS.	34
Tabla No. 2.	Los Nueve Principios del Pacto Global.	48
Tabla No. 3.	Impacto Social.	53
Tabla No. 4.	Mapa de Instrumentos para la Recolección de la Información.....	66
Tabla No. 5.	Matriz para Juicio de Expertos.....	67

PARTE I. CONTEXTO DEL ESTUDIO

CAPÍTULO 1. EL ESTUDIO Y SUS NECESIDADES

1.1. TEMA

Responsabilidad Social Empresarial RSE.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA

Dados los vacíos que se identifican en la definición que sobre la RSE se argumentan, se hace necesario redefinir el concepto o buscar la trascendencia de éste en su accionar en las universidades objeto de estudio; es claro que una de las definiciones, a pesar de ser clara, no es contundente a la hora de hacer evidente el concepto, el mayor énfasis de la educación universitaria está puesto aún en la discusión de teorías y la transmisión de conocimientos. Asimismo, es limitado el número de estudiantes que tienen la oportunidad de darles una dimensión social a sus aprendizajes, aplicándolos concretamente y en beneficio comunitario. No obstante, para Jiménez (2004) prácticamente todas las universidades consideran, dentro de sus declaraciones de principios, valores y objetivos relacionados con la responsabilidad social. Son menos las instituciones que han logrado integrar efectivamente estos aspectos a su quehacer, transformando los valores en virtudes y los objetivos en acciones. Es preciso entonces, buscar esta integración.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, la RS supone la promoción de visiones y actitudes nuevas de parte de la ciudadanía frente a los problemas que plantea un desarrollo sustentable y humano. En este contexto, “la RS significa la movilización de recursos, destrezas y conocimientos, recursos materiales, humanos y económicos, y redes de relaciones personales, para solucionar problemas que afectan a toda la sociedad y que es de interés de todos resolver” Jiménez (2004).

“La única manera de hacer que la universidad impacte ese entorno en el que está inmersa” a juicio del profesor Vallaey (2000), deberá ser atendiendo las realidades que se suceden al interior de los cuatro impactos que la universidad

debe superar (impacto organizacional, impacto cognitivo, impacto educativo e impacto social), a fin de responder a unos requerimientos internos y externos que se le demandan de todos los lugares de influencia.

Es menester en este estudio identificar cómo algunas acciones al interior de las universidades, consideradas socialmente responsables, en realidad no lo son, pues se confunden con labores propias de su objeto social, como lo son la formación, la extensión y la investigación; es en la medida en que el estudiante realiza entre otras cosas las intersolidaridades (participación en proyectos de desarrollo social), investigación aplicada, sinergia entre formación, investigación y participación social, sostenibilidad temporal y financiera, currículo oculto que se devela constantemente y por último la ética, es en este momento que el concepto comienza a tener relevancia y trascendencia en el devenir organizacional.

1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué características desde la gestión organizacional presentan las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que desarrollan las universidades públicas y privadas de Manizales?

1.4. SURGIMIENTO DEL ESTUDIO

El estudio que se propone en el marco de la Maestría en Administración, comenzó a generarse a partir del desarrollo del proceso académico realizado a través de los módulos que han servido de formación de quienes participamos como estudiantes, particularmente del módulo denominado Ética Empresarial. De aquella exploración teórica conceptual, se constató que el proceso de RSE requiere de un análisis cuidadoso que permita identificar qué comportamientos socialmente responsables han sido desarrollados a partir de las prácticas universitarias, cómo han sido concebidos y vinculados a la gestión de la empresa por sus representantes y qué otros actores han estado involucrados en el desarrollo de esta política.

La necesidad de conocer las características de los programas y ejecutorias en términos de lo que se consideran comportamientos socialmente responsables en los que se integran colectivos de personas, se convierte en una tarea compleja pero muy atractiva desde el punto de vista del presente estudio.

En consecuencia, con el presente estudio se pretende contribuir a la generación de conocimiento sobre los comportamientos socialmente responsables que desarrollan las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales y de qué manera ellas hacen frente a los cambios de orden político, cultural, tecnológico y económico que han afectado al mundo luego de la instauración del modelo de desarrollo; asimismo, es apropiado conocer las expectativas y la postura frente al tema por parte de quienes hacen parte interna de la organización, es decir del conjunto de trabajadores, los cuales, a la luz de la nueva realidad geopolítica y económica, parecieran demandar derechos que parecen menos visibles y más modestos, menos costosos y más imprevisibles.

1.5. ANTECEDENTES

En este contexto, para la conformación de los antecedentes del problema se hará unas consultas a diversos trabajos de investigación que guardan relación con la problemática planteada y que servirán de apoyo al problema formulado, entre estos antecedentes se pueden mencionar:

Salgado, Mariela "Pertinencia y Responsabilidad Social de las Universidades en el proceso de Construcción de la Paz" Revista Iberoamericana de Educación OEI. ISSN: 1681-5653 (2004).

Según Salgado (2004), hablar de Universidad y reconstrucción del tejido Social es hablar de una Educación para la paz, de una academia que tiene el reto de asumir una posición ético-filosófica que marque rumbos en la reconstrucción del tejido social; exige pensar en la dimensión del *ethos* universitario. De tal manera que para Salgado (2004), los conflictos sostenidos por décadas en Colombia, pero especialmente la confrontación vivida durante los últimos diez años, proyecta un país con valores decadentes que enjuician la educación. ¿Cómo se podrá formar a los alumnos en valores morales y en el sentido de lo ético, si la dinámica social muestra un escenario de conflictos permanentes, donde distintos actores armados buscan legitimar la confrontación defendiendo su derecho a la lucha que expresa una contradicción profunda: la violación de derechos humanos desde una lógica de justicia que no respeta la vida e irrespeto diariamente a la sociedad civil? Y es desde esa reflexión, de esa búsqueda de sentido, que se demanda una ética que partiendo del concepto de persona, de ser social, construya una relación hermenéutica y dialógica.

Comprender que la miseria, la exclusión, el desempleo, el desplazamiento masivo requieren soluciones que coadyuven en la búsqueda de procesos de paz. Rodolfo

R. Llinás, citado por Salgado (2004), expresaba: "Las condiciones críticas tanto económicas y ecológicas del sistema mundial, las particulares de Colombia y la realidad de una creciente brecha entre los países desarrollados y subdesarrollados, requieren una redefinición del desarrollo humano y un nuevo énfasis sobre el conocimiento científico y tecnológico en la educación formal. Este proceso de avance de la ciencia, la tecnología y la educación, supone un nuevo ethos cultural, que supere la pobreza, violencia, injusticia, intolerancia y la discriminación que mantienen a Colombia atrasada socio-económica, política y culturalmente."

Esta investigación se relaciona con el presente estudio, ya que la Universidad en su conjunto debe estar comprometida en la responsabilidad y en la re-significación de la dimensión del sentido de la ética en lo público. Esto implica que las personas a través del conocimiento que se transmite, descubran su razón de estar en el mundo, apropiándose de su contexto y siendo consciente de que cada uno es parte del tejido social en el cual está inmerso como ser y como sujeto social.

Jiménez de Barros Mónica. Responsabilidad Social Universitaria (trabajo de Investigación) Coordinadora Universidad Construye País Chile (2004).

Según Jiménez (2004), no es novedad afirmar que vivimos actualmente en un mundo a la vez cambiante e interdependiente. La velocidad de las transformaciones tecnológicas, con su incidencia social, así como la globalización económica y cultural plantean complejos desafíos a la formación que entregan las instituciones universitarias. Hoy más que nunca vuelven a ser vigentes preguntas como: ¿Para qué se están formando profesionales?.

Para Jiménez (2004), en la Universidad se ha depositado tradicionalmente la responsabilidad de formar al más alto nivel a las futuras generaciones, además de realizar la investigación necesaria para crear y difundir la cultura. Todo ello bajo el supuesto de que la universidad es un componente esencial en el desarrollo social que debe contribuir al incremento de la producción, la satisfacción de las necesidades sociales y la elevación de los niveles de vida de la población, así como participar en la transformación de la sociedad.

Sin embargo, el mayor énfasis de la educación universitaria está puesto aún en la discusión de teorías y la transmisión de conocimientos. Asimismo, es limitado el número de estudiantes que tienen la oportunidad de darles una dimensión social a sus aprendizajes, aplicándolos concretamente y en beneficio comunitario. No obstante, para Jiménez (2004) prácticamente todas las universidades consideran,

dentro de sus declaraciones de principios, valores y objetivos relacionados con la responsabilidad social. Son menos las instituciones que han logrado integrar efectivamente estos aspectos a su quehacer, transformando los valores en virtudes y los objetivos en acciones. Es preciso entonces, buscar esta integración.

De acuerdo a lo anteriormente expuestos la responsabilidad social RS supone la promoción de visiones y actitudes nuevas de parte de la ciudadanía frente a los problemas que plantea un desarrollo sustentable y humano. En este contexto, la responsabilidad social significa la movilización de recursos, destrezas y conocimientos, recursos materiales, humanos y económicos, y redes de relaciones personales, para solucionar problemas que afectan a toda la sociedad y que es de interés de todos resolver (Jiménez, 2004).

En este sentido, una perspectiva de RS en la educación superior favorece la función de la universidad, en la medida en que la proyecta y la pone en contacto con la realidad: le da oportunidad de probar, en situaciones concretas, el grado de eficiencia profesional de sus egresados o futuros profesionales y le permite, sobre la base de estas experiencias de servicio a la comunidad, actualizar su currículum y sus técnicas según las exigencias de la realidad.

En ideas de Jiménez (2004), la educación superior siempre se ha considerado como un factor de movilidad social, entendida ésta como la posibilidad que tendrá el egresado universitario de ascender en la escala social por el hecho de estar mejor dotado para enfrentar el mundo del empleo. Sin embargo, Ante una sociedad desigual y en la que el acceso a la enseñanza universitaria es más bien un privilegio, la universidad no puede abstraerse de dicha realidad y permitir que sus egresados abandonen las aulas con la sensación de que obtuvieron algo para sí mismos únicamente. Resulta central que entiendan que han recibido mucho de la sociedad y que tienen la responsabilidad de transformar esa realidad.

Dado el planteamiento anterior, se requiere formar en los alumnos la capacidad de comprometerse. En este sentido, debe fomentarse la iniciativa y la responsabilidad por la propia vida, es decir, la proactividad. Es preciso, además, desarrollar un modo de pensamiento capaz de escuchar y dialogar, de tomar distancia ante los problemas situaciones, así como de ver a través de los ojos del otro, un pensamiento crítico, holístico y sistémico, capaz de identificar las partes de un todo y su interdependencia; un pensamiento dialéctico, que reconozca y trabaje efectivamente con contradicciones, y una sabiduría práctica, para poder reconocer el conjunto sin perder los detalles.

*La anterior investigación se relaciona con el presente estudio , ya que ambas buscan fortalecer las alianzas de los diversos actores universitarios y no-universitarios para trabajar en equipo alrededor de un proyecto social consensuado, de tal modo que la acción colectiva asegure un mutuo aprendizaje permanente entre todos, al mismo tiempo contribuya al *Desarrollo Humano Sostenible*, por lo que se señala la necesidad de promover en los estudiantes el liderazgo interpersonal, la solidaridad y la cooperación para que asuman los desafíos de responsabilidad social que tienen las instituciones universitarias con los estudiantes y la sociedad en general.*

Martínez de Carrasquero, Cynthia: La RSU como estrategia para la vinculación con su entorno social. Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas. Escuela de Trabajo Social, Centro de Investigaciones en Trabajo Social.

Este estudio busca proponer lineamientos estratégicos que articulen las funciones universitarias, como lo son la docencia, la investigación y la extensión, con miras a fortalecer la vinculación universidad-entorno social bajo el enfoque de responsabilidad social universitaria. Se trabajó con una metodología descriptiva, analítica, de campo, con una muestra representada por el Consejo Central de Extensión de la Universidad del Zulia y sus distintas divisiones de extensión de las diferentes facultades. En cuanto a las técnicas estadísticas de análisis de datos se utilizó el programa computarizado SPSS. Entre algunos de los resultados relevantes, se encuentra el hecho que la mayor práctica de responsabilidad social está referida a la transferencia de tecnología a través de asesorías a las comunidades. Asimismo, se constató una débil participación gremial en estas actividades, reflejando que sólo el personal administrativo y obrero se destacan por su participación. Como conclusión, se evidenció poca cultura de extensión universitaria relacionada fundamentalmente, con el desequilibrado funcionamiento de las actividades académicas. Siendo así, la presente propuesta presenta lineamientos orientados a definir un claro interés propio de responsabilidad social, establecer alianzas duraderas con el entorno, utilizar a los medios de comunicación como verdaderos agentes de transformación social, realizar una sistematización de las acciones de responsabilidad social que se realizan, entre otros. Todo ello con el fin de que estos lineamientos sirvan como base para la elaboración de planes de desarrollo con una cultura extensionista por parte de la comunidad universitaria en general.

Juan Manuel Cegarra Navarro & José Manuel Rodríguez Carrasco: Prácticas de gestión social y componentes de la responsabilidad social corporativa. Universidad de Oviedo, 2001.

Se trata de un estudio realizado en 100 empresas españolas, cuyo criterio de selección era que tuvieran por encima de 300.000 Euros de facturación al año. Por las características del estudio y su desarrollo, se convierte en un aporte importante al presente estudio, en aspectos de orden teórico y metodológico, sobre todo en lo relacionado con la determinación de las prácticas de gestión que dieron origen a la identificación de modelos de RSE. En cuanto al aporte teórico, el desarrollo del componente relacionado con las prácticas de gestión lo convierte en un documento de gran importancia, en la medida en que permite la comprensión del presente estudio de las denominadas prácticas de RSE.

Rosa María Vaca Acosta & Alfonso Vargas Sánchez: RSE. Revisión Teórica. Universidad de Huelva, 2004.

Se trata de un trabajo investigativo de tipo documental que recoge un *corpus* teórico sobre el tema de la RSE, el componente ético y la cultura empresarial; desde esa perspectiva este antecedente se convierte en un aporte importante al presente estudio, en la medida en que brinda fundamentos teóricos sobre el tema de la RSE. El estudio se realizó a partir de una revisión bibliográfica de autores españoles que han incursionado sobre el tema, lo que permitió una contrastación de conceptos, enfoques y perspectivas del tema de RSE.

Francisco Joaquín Cortés García. La ética empresarial desde la perspectiva de los costes de transacción. Un enfoque teórico. Universidad de Almería, 2003.

Se trata de un estudio que recoge una reflexión en torno al papel de los principios y valores éticos en el seno de las empresas. Tratándose de un estudio de tipo teórico, se convierte en un aporte muy importante ya que es una reflexión que combina el componente ético con la RSE.

Díaz de Iparraguirre Ana. *La Responsabilidad Social de la Universidad en la promoción del capital social para el desarrollo sustentable. Trabajo final de investigación para optar el título de Magister en Ciencia Política.*

El trabajo tuvo como propósito el evaluar la RSU en la promoción del capital social para el desarrollo sustentable. Para lograrla se generaron objetivos específicos, se utilizaron como antecedentes trabajos realizados a nivel nacional e internacional, así como material bibliográfico relacionado con las teorías de Capital Social, RS, Desarrollo Sostenible y material obtenido por la autora en un curso virtual realizado en la OEA/BID. El trabajo fue enfocado hacia una investigación

cuantitativa de campo de tipo descriptivo. En la misma se estableció como unidad de análisis las universidades Bicentenario de Aragua y el núcleo de la Universidad de Carabobo, ambas ubicadas en el estado Aragua. Los informantes clave relacionados son miembros del decanato de postgrado y pregrado, extensión e investigación. Los resultados de la investigación fueron sometidos a un análisis e interpretación, triangulados y contrastados con la revisión documental, La principal conclusión es que la universidad debe generar transformaciones para ofrecer y ampliar sus servicios a las comunidades internas y externas a ella. La principal recomendación es generar estrategias para el desarrollo personal y profesional de la población.

Cynthia Martínez de Carrasquero, Ramón J. Mavárez, Ligibther A. Rojas, P. y Belkis Carvallo

Universidad del Zulia. Maracaibo- Venezuela. La RSU como estrategia de vinculación con su entorno social. La investigación tiene como objetivo proponer lineamientos estratégicos que articulen las funciones universitarias, como lo son la docencia, investigación y extensión, con miras a fortalecer la vinculación universidad-entorno social bajo el enfoque de responsabilidad social universitaria. Se trabajó con una metodología descriptiva, analítica, de campo, con una muestra representada por el Consejo Central de Extensión de la Universidad del Zulia y sus distintas Divisiones de Extensión de las diferentes facultades. Entre las variables que se midieron en el instrumento las mismas corresponden a la variable de Responsabilidad Social, Extensión Universitaria y Universidad-Entorno Social, con sus diferentes indicadores. Entre algunos de los resultados, se evidencia que la mayor práctica de responsabilidad social está referida a la transferencia de tecnología a través de asesorías a las comunidades con un 37%. Asimismo, se constata una débil participación gremial en estas actividades, reflejando que sólo el personal administrativo y obrero destacan en este rubro con su participación (40%). Entre las conclusiones se evidencia poca cultura de extensión universitaria relacionada fundamentalmente, con el desequilibrado funcionamiento de las actividades académicas. Siendo así, la presente propuesta presenta lineamientos, en función de definir un claro interés propio de responsabilidad social, establecer alianzas duraderas con el entorno, utilizar a los medios de comunicación como verdaderos agentes de transformación social, realizar una sistematización de las acciones de responsabilidad social que se realizan, entre otros. Todo ello con el fin de que estos lineamientos sirvan como base para la elaboración de planes de desarrollo con una cultura extensionista por parte de la comunidad universitaria en general.

De la Calle Maldonado de Guevara Carmen. La formación de la responsabilidad social del universitario: un estudio empírico. Memoria para optar al grado de Doctor. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de educación, 2010.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El estudio es conveniente en la medida que la información suministrada permita identificar y valorar que de lo que las universidades objeto de estudio identifican como RSE no son producto de su accionar como investigadores, formadores y extensionistas, pues éstas pueden estar desarrollando su actividad de una manera eficiente pero con un mínimo impacto en el entorno.

El alcance social del trabajo radica en el impacto real que se va a identificar en los diferentes stakeholders que se ven influenciados por las universidades y lo que ellas realmente hacen en pro de la humanidad, es imperativo determinar la trascendencia más allá de las aulas, pero es el cliente quien debe percibir dicho valor y determinar si realmente el objeto social es responsable y en qué medida a la hora de mejorar la calidad de vida de sus implicados.

Los resultados de este estudio deben despertar en las personas valores como la fraternidad y la solidaridad, además de que se debe promover en los clientes internos la probidad y la honestidad (Equipo coordinador Universidad Construye País: 2009, 43- 57).

Según la Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el siglo XXI la universidad a partir de estos estudios “debe reforzar su servicio a la sociedad y en especial sus actividades para eliminar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre, la degradación ambiental y la enfermedad, utilizando principalmente enfoques transdisciplinarios e interdisciplinarios en el análisis de los temas y los problemas.”

En cuanto a implicaciones prácticas el presente estudio ayudara a resolver entre otras cosas a clarificar en las universidades objeto de estudio cual es su rol principal a la hora de dar respuesta a la RSE y como esta sirve para retroalimentar el sistema y tomar así decisiones conducentes a involucrar a los diferentes stakeholders en los beneficios que deriven de una buena gestión organizacional.

El valor teórico del estudio radica en que a partir de este y los resultados obtenidos se pueda inferir al menos para la región el impacto que genera una optima gestión de los recursos y su impacto en todos los ámbitos en el que la universidad está inmersa, dicho estudio puede ser referente para otros análisis que tengan que ver con el desarrollo y aplicación de las herramientas que brinda

la RSE en procura de mejorar la calidad de vida de los implicados, esta investigación puede además ser un insumo que debele y de respuesta en el tiempo a uno impactos reales que sean percibidos por la comunidad.

El estudio ayudará a definir como un concepto sobre RSE que se ha tergiversado por filantropía es mucho más que eso, pues trasciende las dadas promovidas gracias al uso de recursos residuales como mecanismo para expiar parte de la culpa provocada por malas prácticas empresariales y el amor por el otro en variables más complejas donde tanto el cliente interno como el externo perciban realmente el alcance de las buenas prácticas al interior de las universidades.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. General.

Determinar desde la gestión organizacional las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que desarrollan las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales.

1.7.2. Específicos.

- Identificar que practicas de RSU se conciben y/o aplican en las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales.
- Determinar la coherencia y validez teórica de las prácticas socialmente responsables que ostentan las universidades públicas y privadas de Manizales.
- Determinar la contribución de las prácticas socialmente responsables identificadas a las prácticas de dirección (planeación estratégica y políticas generales) realizadas al interior de las universidades objeto de estudio.
- Identificar posibles campos de mejoramiento en la gestión organizacional de las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales a partir de la puesta en marcha de prácticas sociales.

1.8. PROPÓSITOS

- Establecer el alcance de la RSE y su alineación estratégica organizacional como generadora de valor en las universidades objeto de estudio.
- Aportar elementos de juicio que permitan la comprensión de lo que en teoría se denomina comportamientos universitarios socialmente responsables.
- Contribuir con un esquema metodológico que posibilite el abordaje de los comportamientos socialmente responsables a nivel universitario.

1.9. RESULTADOS ESPERADOS

- Generar un documento escrito que contenga los resultados de la investigación, el cual estaría conformado por un referente teórico, una fundamentación metodológica y unos resultados obtenidos a partir del análisis de la información recolectada y unas conclusiones, recomendaciones y líneas futuras de investigación derivadas del análisis de los datos.
- Gestionar la publicación de un artículo en una revista indexada del orden nacional, que recoge los principales componentes del estudio realizado.
- Brindar saber disciplinar y científico a un comportamiento empresarial necesario y cotidiano a partir de publicaciones en revistas indexadas y la socialización de los resultados del estudio realizado.

1.10. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio titulado PRACTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE OSTENTAN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE MANIZALES, se ha estructurado de la siguiente forma:

En la primera parte se desarrolla el capítulo I donde se presenta el contexto del estudio el cual incluye el tema relacionado, la descripción del área problemática, la pregunta del estudio, el surgimiento, los antecedentes, la justificación, los objetivos, los propósitos y los resultados esperados.

En la segunda parte se desarrollan los fundamentos teóricos del estudio que comprende el capítulo II donde se presenta lo relacionado con el referente teórico que sirve de base al problema formulado; en este capítulo se desarrolla lo relacionado con los conceptos de la RSE, marco histórico, perspectivas teóricas, teorías, tipos de RS, ventajas de la RS, dimensiones, niveles, Implicaciones, motivaciones, y la RSU.

En la tercera parte del estudio se desarrollan los fundamentos empíricos, que comprende el capítulo III donde se presenta lo relacionado con la estrategia metodológica del estudio, el tipo de estudio, el diseño, la población, la muestra, las técnicas y los instrumentos y los procesos de validez interna y externa. Igualmente esta tercera parte del estudio comprende el capítulo IV, donde se presenta el análisis y la interpretación de la información. En el capítulo V, se presentan las conclusiones, recomendaciones y líneas futuras de investigación.

PARTE II. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

CAPÍTULO 2. REFERENTE TEÓRICO.

2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1.1. Marco Histórico.

Es posible encontrar evidencias centenarias del interés de la comunidad empresarial sobre los aspectos sociales (Brønn y Vrioni, 2001; Carroll, 1999; Sethi, 1977; Smith, 2003; van Marrewijk, 2003a). No obstante, y pese a que antes de la segunda guerra mundial “la dimensión social de las actividades económicas ya estaba en la agenda académica” (van Oosterhout y Heugens, 2006:6) con contribuciones como las de Clark (1919 y 1926) y las de Berle (1931 y 1932) Cochran, (2007), el inicio del estudio formal de la RSE es comúnmente ubicado hacia la década de 1950-1960.

En efecto, en 1953, Howard Bowen - postulado por Carroll (1999) “Padre de la Responsabilidad Social Corporativa” (p.270), publicó su libro *Social Responsibilities of the Businessmen*, iniciando lo que el propio Carroll llamó el período moderno de literatura sobre el tema y fijando la postura inicial de lo que se convertiría en un largo debate sobre la naturaleza de las responsabilidades empresariales (Carroll, 1979 y 1999; Moir, 2001; van Marrewijk, 2003a; Wartick y Cochran, 1985).

En dicho trabajo, Gerde y Wokutch, (1998); Ostas, (2004); Wartick y Cochran, (1985), Bowen (1953) definió la RS de los ‘Hombres de negocios’ [*Businessmen*] como aquella que se refiere a las obligación de éstos “de perseguir aquellas políticas, o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”. Otros investigadores se sumaron a esta postura señalando que las responsabilidades empresariales “no solamente van más allá de la responsabilidad tradicional de la propiedad privada sino que además son diferentes” Drucker, (1954:382), trascienden los intereses económicos o técnicos de la empresa, Davis, (1960) y son más amplias que los “estrechos intereses circunscritos a las personas y empresas privadas” (Frederick, 1960:60) pues tienen que ver con el bien público Drucker, (1954); Frederick, (1960).

Sin embargo, pronto surgieron impugnaciones a las posiciones antedichas, por un lado, según Stoney y Winstanley (2001), fue Levitt (1958) quien entabló el debate cuando advirtió en su artículo *The Dangers of Social Responsibility* que “el trabajo del gobierno no son los negocios y el trabajo de los negocios no es el gobierno” (p.47), y por otro, Friedman (1962) argumentó que la “única RSE es el uso de sus recursos y la implicación en actividades diseñadas para incrementar sus utilidades siempre que permanezcan en las reglas del juego, es decir, la competencia abierta y libre, sin decepción o fraude” (p.133), y calificó a cualquier otra visión de RS como una “doctrina fundamentalmente subversiva... [capaz de]... minar los fundamentos de nuestra sociedad libre” (Ibíd.).

Fue el propio Friedman (1962) quien formuló entonces una serie de cuestiones sobre los límites de la RSE y la identificación de los mismos por parte de los ‘hombres de negocios’, sobre la legitimidad de los particulares al decidir sobre lo que es mejor para el interés social, y sobre su capacidad para sopesar la magnitud justificada en la cual atender a intereses distintos a los de los accionistas [*shareholders*]. Ante esta perspectiva, también llamada de la primacía de los accionistas Coelho, McClure y Spry, 2003a y 2003b; Mallette y Spagnola, 1994; Munilla y Miles, 2005; Post, 2003a y 2003b), que sostiene que los accionistas son “la *raison d’être* de la corporación” Blair y Stout, (2001:5) apareció el concepto de grupos de interés [*stakeholders*].

Este término, fue “atribuido a un grupo de académicos del Stanford Research Institute” Stoney y Winstanley, (2001:604) quienes propusieron que las empresas no solamente necesitan enfocarse en los accionistas sino que además: “necesitan responsabilizarse de una variedad de *stakeholders* sin cuyo soporte la organización dejaría de existir” (p.604). Posteriormente, el término *stakeholders* fue popularizado por Freeman Carroll, 1999; D’Souza y Williams, 2000; Stoney y Winstanley, 2001; Waddock y Graves, 1997; Waddock y Smith, 2000), quien junto con Reed, lo redefiniera en un sentido amplio como “cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar el logro de los objetivos de la organización o que sea afectado por el logro de los objetivos de la organización” Freeman y Reed, (1983:91).

Dicha definición catalizó la discusión sobre la validez académica de ambas posturas y propició el debate “en sus dimensiones moral y epistemológica” Stoney y Winstanley, (2001:604), de donde surgieron múltiples aproximaciones teóricas y términos relativos –y alternativos- a la RSE Carroll, (1999) tales como: Respuesta Social Corporativa [*Corporate Social Responsiveness*], Desempeño Social Corporativo [*Corporate Social Performance*], teoría/modelo/gestión de los

Stakeholders, Filantropía Corporativa, Marketing con Causa [*Cause-related Marketing*], Ciudadanía Corporativa [*Corporate Citizenship*], Gestión de Aspectos Sociales [*Social Issues Management*], Acción Social, Rectitud Social Corporativa [*Corporate Social Rectitude*], Desarrollo Sostenible/Sustentable [*Sustainable Development*], Triple línea base [*Triple bottom line*], Egoísmo Inteligente [*Enlightened Self Interest*], Teoría del Contrato Social [*Social Contract Theory*], entre otros (véanse Carroll, 1999; Lantos, 2001; Lizcano y Nieto, 2006b; O'Dwyer, 2003; van Marrewijk, 2003a; Varadarajan y Menon, 1988 y Wood, 1991a y 1991b).

Estos cambios en la concepción del rol de las empresas en la sociedad, frecuentemente ilustrados mediante la expresión “de Friedman a Freeman” Kakabadse y Rozuel, (2006:77), han sido estudiados por diversos académicos Carroll, 1999; Gerde y Wokutch, 1998; Joyner y Payne, 2002; Lantos, 2001; McWilliams et al., 2006a; Murphy, 1978; Nasi, Phillips y Zyglidopoulos, 1997; Sethi, 1995; Watson y MacKay, 2003; Wartick y Cochran, 1985; van Marrewijk, 2003a; Wood, 1991a y 1991b; Zenisek, 1979) y algunos de ellos han establecido etapas evolutivas desde una perspectiva histórica Carroll, 1999; Murphy, 1978; Joyner y Payne, 2002; Zenisek, 1979).

En él puede apreciarse la inexistencia de coincidencias en los periodos establecidos por los investigadores, por lo que para fines del presente trabajo se decidió utilizar la de Carroll (1999) por ser la que más impacto ha tenido en trabajos académicos posteriores, tanto en términos del número de veces que ha sido referida.

Las posturas extremas del espectro del debate en torno al rol de las empresas en la sociedad representada por Carr (1968 y 1996) y por Carroll (1979 y 2000) respectivamente, fueron identificadas por Lantos (2001), quien las denominó *visión pura de maximización de utilidades* y *visión de servicio a la comunidad*. Entre ambas posiciones y en el mismo sentido, colocó las posturas de Friedman (1962) y de Freeman y Reed (1983), a las que llamó consecuentemente *visión constreñida de maximización de utilidades* y *visión de la atención social* (Lantos, 2001).

La exposición previa del contexto histórico sobre el debate de la RSE pone de manifiesto la existencia de distintas perspectivas teóricas desde las que dicho concepto ha sido tratado. Sin embargo, antes de abordarlas es conveniente matizar la diferencia entre los términos RSC y RSE.

En efecto, si bien algunos investigadores han identificado que los términos RSC y RSE han sido tratados como sinónimos en la literatura Bigné et al., 2005; de la Cuesta, 2004; Lizcano y Nieto, 2006b; Marín, 2006; Poesche, 1998; Thompson y Smith, 1991; Rodríguez-Piñero, 2005), este aspecto del lenguaje requiere ser discutido Moore y Spence, 2006; Thompson y Smith, 1991; Southwell, 2004 por las razones que a continuación se expondrán.

Por un lado, el vocablo *Corporativa(o)* tiende a desviar la atención de los investigadores hacia las grandes corporaciones y a excluir a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) Besser y Miller, 2001 y 2004; Gibb, 2000; Jenkins, 2004; Schoenberger-Orgad y McKie, 2005; Perrini, 2006; Smith y Oakley, 1994; Spence, 1999; Spence y Lozano, 2000; Spence y Rutherford, 2003; Spence, Schmidpeter y Habisch, 2003; Thompson y Smith, 1991, cuya importancia no solamente es vital para la economía sino también para el clima cívico de la comunidad Besser y Miller, 2004; Fox, Ward y Howard, 2002; Tolbert, Lyson e Irwin, 1998.

En este sentido, el descuido de la academia, especialmente el referente a las diferencias culturales existentes entre grandes corporaciones y PYMES, ha acentuado las dificultades experimentadas por estas últimas para implementar estrategias y acciones de RS (Jenkins, 2004), y aún cuando cabe esperar que “a mayor tamaño de la pequeña o mediana empresa, mayor tendencia a asumir su RS ” Habisch y Wegner, 2005:117) dado que también son mayores sus responsabilidades sociales, todas las empresas pueden asumir.

Por otro lado, una parte del debate sobre RS tiene lugar en el ámbito jurídico, específicamente en los derechos de propiedad (véanse Asher, Mahoney y Mahoney, 2005; Avi-Yonah, 2005; Baron, 2001 y Donaldson y Preston, (1995). Aquí, el término *Corporativa(o)* vuelve a generar un sesgo en la investigación pues al entenderse que “las corporaciones, en oposición a las empresas con participación gubernamental, son poseídas por accionistas y [que] esa posesión representa un derecho de propiedad” Baron, (2001:14) se asume que es ahí dónde comienza la identificación de la RS (ídem), lo cual implica excluir, tanto del debate como de la investigación, a empresas públicas, con participación gubernamental y privadas sin ánimo de lucro, resultando en un estrechamiento de miras análogo al que Hunt (1976) denominara visión micro/económica/normativa. Además, no todas las empresas poseen *shareholders*, ni tienen una orientación utilitaria Jenkins, 2004; Johnstone y Lionais, 2004; Schrama, 2001; Vinten, 2001), de hecho, ya en 1932 Berle y Means advertían que las corporaciones habían dejado de ser “unidades privadas de negocios independientes dando paso a unas cuantas grandes agrupaciones de modernas corporaciones cuasipúblicas [sic]”.

Adicionalmente, la necesidad de sustituir el término *Corporativa(o)* quedó también expuesta por Logsdon y Wood (2002), quienes sugirieron cambiar la noción ciudadanía corporativa, por considerarla 'localista y volitiva', por una más universal: Ciudadanía de la Empresa.

Finalmente cabe señalar que el vocablo *Corporativa(o)*, aún en la literatura clásica, es "ambiguo y refleja diferentes perspectivas" (Avi-Yonah, 2005:773) por lo que para evitar en lo posible los sesgos provocados por la miopía antedicha, y en concordancia con las investigaciones de Besser y Miller (2001 y 2004), Jenkins (2004) y Southwell (2004), se ha decidido emplear el término RSE o responsabilidad social de la empresa sobre RSC, pues *Empresa* es un concepto más amplio del que se deriva la subcategoría cuya designación es *Corporativa(o)* (Thompson y Smith, 1991). Una vez expuestas las razones del uso del término RSE, y las etapas evolutivas de su estudio, es posible presentar las diferentes perspectivas teóricas con que se ha abordado el tema.

2.1.2. Perspectivas teóricas de la RSE.

Existen múltiples investigaciones cuyo tema central es la RSE y en ellas se han empleado diversas perspectivas teóricas para su estudio (véanse Carroll, 1999; Garriga y Melé, 2004; Gerde y Wokutch, 1998; Joyner y Payne, 2002; Lantos, 2001; McWilliams et al., 2006a; Murphy, 1978; Nasi et al., 1997; Sethi, 1995; Watson y MacKay, 2003; Wartick y Cochran, 1985; van Marrewijk, 2003a; Windsor, 2006; Wood, 1991a y 1991b; Zenisek, 1979).

Un trabajo que supone un buen punto de partida y que resulta particularmente útil para guiar el análisis de las perspectivas teóricas de la RSE y de las contribuciones a su estudio que han sido consideradas piezas clave en la literatura, es el de Garriga y Melé (2004), ya que además de su calidad académica, éste engloba las teorías más relevantes sobre la RSE y establece cuatro categorías y catorce subcategorías claramente definidas en las que dichos investigadores agruparon algunas de las contribuciones clave pertenecientes a cada una de ellas hasta el año 2008.

2.1.3. Teorías Instrumentales.

La primera categoría descrita por Garriga y Melé (2004) es la correspondiente a las teorías instrumentales. En ésta se agrupan todas aquellas contribuciones que ven a la RSE como "una herramienta estratégica para alcanzar los objetivos económicos y, en última instancia, la creación de riqueza" (p.53) y consta de tres subcategorías:

- Maximización del valor de los accionistas,
- Estrategias para lograr ventajas competitivas y
- Marketing relacionado con alguna causa. Según dichos autores, todas las teorías pertenecientes a este grupo están enfocadas hacia el cumplimiento de los objetivos económicos a través de la realización de actividades sociales.

2.1.4. Teorías Políticas.

La categoría de las Teorías Políticas también fue subdividida en tres subcategorías: Constitucionalismo corporativo, Teoría integradora del contrato social y ciudadanía corporativa. Todas ellas comparten su enfoque “en las interacciones y conexiones entre las empresas y la sociedad y en el poder y la posición de las empresas y su inherente responsabilidad” (Garriga y Melé, 2004:55). Doce contribuciones fueron clasificadas en esta clase, los trabajos de los investigadores pertenecientes a esta categoría han tendido a agruparse en la subcategoría correspondiente a la ciudadanía corporativa lo que sugiere cierta desatención respecto al uso de las teorías del servidor y la integradora del contrato social en la disciplina.

2.2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

El concepto de RS cobra vigencia a partir de los años sesenta en los países industrializados, debido a la mayor preocupación por las repercusiones sociales derivadas de la actividad empresarial y como consecuencia de la recuperación económica europea, la crisis de la posguerra, y el aumento de la sensibilidad hacia el bienestar y la calidad de vida. Como señala Gray *et al.* (1987): “*si ya tiene dos coches, entonces empezará a preocuparse por la extinción de las ballenas: pero, si la recesión amenaza tu forma de vida, entonces las ballenas retornarán a un segundo plano*”.

Sin embargo, el concepto de RS de la empresa no es un fenómeno nuevo en los años setenta. Langton (1981) expone algunos hechos que desde el siglo XIII ponen de manifiesto la unión entre la RS y las actividades empresariales.

Pero, la idea de RS tomó cuerpo en 1953 con la obra de Bowen, *Social Responsibility of the Businessman*, que plantea como puede aplicarse al mundo empresarial la idea de RS basándose en el análisis de los objetivos sociales en las decisiones empresariales (Gallo, 1980, p.58).

El problema surge a la hora de intentar definir lo que se entiende por RS. No se puede ofrecer una definición única, pues existen ciertas dificultades a la hora de delimitar el concepto, tanto por la ambigüedad del término social como porque la misma depende del papel asignado a la empresa en el orden económico y social (García Echevarría, 1982, p. 69).

Andrews (1984, p.120) la define como *"Un compromiso inteligente y objetivo por el bienestar de la sociedad que reprime en el comportamiento individual y de la empresa toda actividad destructiva, aunque sea económicamente provechosa, y que los dirige hacia contribuciones positivas para la mejora del hombre"*. Para este autor las responsabilidades están relacionadas, en orden de prioridad, con todas las actividades empresariales cuyas consecuencias las hagan no deseables para el entorno; con las responsabilidades aparecidas a raíz de la evolución de la empresa en la sociedad actual y, por último, con la necesidad de evitar que el Estado promulgue nuevas leyes que limiten la libertad de la empresa.

Para Drucker (1965, pp. 263 y ss.) Las líneas básicas que enmarcan las responsabilidades sociales son: un volumen adecuado de beneficios, al que señala como primera RS de la empresa y como primer deber hacia sí misma y hacia los hombres que en ella trabajan; primer deber que en su opinión está seguido inmediatamente por la necesidad de crecimiento de la capacidad de producir y crear riqueza. La innovación, que es calificada como una de las mayores responsabilidades sociales de la empresa. Lograr que quienes trabajan en la empresa tengan una adecuada actuación en su trabajo. Y que la empresa no se extienda sobre todas las fases de la vida individual controlando todo, es decir, que no se transforme en la única institución que debe proporcionar el bien social.

Bauer y Fenn (1972) consideran la RS como la necesidad de acuñar un equilibrio entre los intereses de la empresa y los intereses públicos, incluyendo al público en general a quien sirve y con quien la empresa está asociada. Para estos autores, la empresa podrá conocer los resultados de lo que ha sido capaz de hacer socialmente, por lo que haya mejorado en reclutamiento de personal, en la propia aceptación por los consumidores y por los inversores, y en los beneficios contables que pueda relacionar con su actuación en el campo de lo social.

Para Humble (1973, p.3) la RS constituye un área clave de la empresa. En lo externo a la empresa, este autor relaciona la RS con los problemas de contaminación del entorno, con la comunidad y con los consumidores. En lo interno a la empresa, hace referencia a los problemas en las condiciones de trabajo, los grupos minoristas, la educación y el entrenamiento.

Para Chevalier (1977, p. 49) *"La responsabilidad es la contrapartida legítima de las aportaciones que la empresa recibe de la colectividad. Es consecuencia del intercambio entre la sociedad y la empresa y en este intercambio nadie puede colocarse en posición de observador no afectado"*.

Cuervo (1983) entiende la RS como la actitud de la empresa ante las demandas sociales planteadas por la sociedad, a consecuencia de sus actividades, a la evaluación y compensación de los costes sociales que la misma genera y a la ampliación del campo de sus objetivos, definiendo el rol social a desarrollar para conseguir con todo ello responsabilidad y legitimidad ante los diversos grupos humanos que la integran y ante la sociedad en su conjunto.

La RS aparece una vez cumplido las prescripciones de leyes y contratos constituyendo una respuesta de la empresa a las demandas de los grupos sociales, es decir internalizando lo que es bueno para la sociedad, respondiendo a lo que la sociedad requiere de la empresa.

Para Bowie (1991) la principal RS de la empresa debe ceñirse a resolver los problemas que la empresa crea, o contribuye a crear.

Para Hill y Jones (1996, p.61) la RS de la corporación es el juicio de obligación por parte de las compañías de formar ciertos criterios sociales dentro de su toma de decisiones estratégicas. La idea de RS puede ser apoyada porque su propio beneficio responde al comportamiento apropiado de una compañía.

Para Castillo (1988) la definición de responsabilidad comporta dos cuestiones fundamentales:

- La primera, de tipo conceptual, requiere definir la idea de RS de la empresa como concepto abstracto genérico. En este sentido, Castillo (1988) entiende la RS como *"la obligación ética o moral, voluntariamente asumida por la empresa como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa"*.

- La segunda de carácter pragmático, relativa a la necesidad de dotar de contenido operativo al concepto teórico de RS de la empresa, que se centra en la especificación y descripción de cuáles son las responsabilidades sociales de la empresa en un contexto histórico y socioeconómico determinado. Se trata de delimitar de forma práctica el contenido de la RS, de tal manera que cada empresa pueda conocerla y establecer su gestión social de acuerdo a sus responsabilidades sociales específicas.

En cuanto al aspecto práctico, si bien pueden establecerse unas líneas maestras como rasgos generales, la RS de cada empresa posee un contenido específico, dependiendo de variables como el tipo de actividad y tamaño de la entidad, de una parte, y las circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales (legislación vigente en el momento en cuanto a la regulación de la actividad empresarial, la existencia de instituciones supraempresariales, etc.) que configuran su entorno, de otra. En este sentido, la RS queda enmarcada entre (García Echevarría, 1982, p. 46):

- El marco legal que le permite configurar su propia planificación de actividades y adoptar sus decisiones.
- La presión social que le limita su actividad.
- Su propia capacidad de management.

La propia evolución de la sociedad y sus diferentes grados de bienestar y de niveles culturales y organizativos desplaza la localización de los problemas sociales dentro del propio ordenamiento societario. Por tanto, ha de ser la empresa la que delimite en cada situación y para cada entorno sus compromisos sociales, basándose en el orden jerárquico del sistema de valores que hayan establecido sus dirigentes (valor salud, riqueza material, seguridad, conocimiento, libertad, justicia, prestigio, conservación de la naturaleza, calidad de las actividades). Una misma actividad puede ser considerada socialmente responsable en un momento y un conjunto de circunstancias culturales, sociales, etc., y socialmente irresponsable en otro tiempo, lugar y circunstancias. La RS se presenta, por tanto, como un concepto dinámico. Existen distintos criterios para delimitar los campos de interés de la RS. Estos criterios se pueden clasificar en tres grupos:

Tabla No. 1. Áreas de interés de la RS.

CRITERIOS	AUTORES
La RS como grados de compromiso de distinta intensidad con el entorno empresarial	Committe for Economic Development (1971) Hargreaves y Bauman (1975) Rey (1978) Salas Puig (1983)
La RS determinada a partir de la relación a los demandantes de la misma, tanto agentes internos como externos a la empresa	Dierkes (1976) Cea (1980) Valle (1980) Jhonson y Scholes (1996) Hill y Jones (1996)
La relación social se determina en relación a los demandantes de la misma, dando prioridad a los demandantes internos.)	Humble (1973) Vela Sastre (1977) Castañeda y Keller (1978) Garrido Buj (1980)

Fuente: elaboración propia a partir de lecturas

Si bien, los tres grupos de criterios pueden ser válidos para delimitar las áreas de interés de la RS de la empresa, existe una mayor identificación con el segundo grupo de ellos, entendiendo que es el que mejor recoge la idea de empresa como sistema social y abierto y como coalición de intereses. Este criterio permite delimitar las áreas de responsabilidad de la empresa al establecer los puntos de contacto entre las áreas de actividad de la empresa y los intereses de los distintos grupos internos y externos a la misma, con el mismo grado de compromiso.

La RS de la empresa podría ser infinita por lo que, desde una visión práctica de la misma, hay que plantearse unos límites. ¿La RS se limita al esquema economicista de la presentación de bienes y servicios y la correspondiente justificación de la obtención de un beneficio o rentabilidad, o la empresa es también responsable de una aportación a la sociedad que contribuye a mejorar su calidad de vida, bien a través de sus prestaciones económicas, esto es de forma directa, o bien a través de prestaciones sociales, cuyo contenido económico puede variar según el horizonte de planificación que se contemple?.

Con el primer planteamiento, la RS incluye únicamente las responsabilidades básicas para el ejercicio eficiente de la función económica: producción, empleo y crecimiento económico. Este planteamiento de la RS que se opone a un incremento de la misma más allá de los aspectos puramente económicos, puede calificarse como enfoque negativo, es decir, no se asume la RS por parte de la empresa.

Friedman (1966, p. 133) es uno de los principales representantes de esta idea al afirmar:

"Hay una y sólo una responsabilidad en las empresas: usar sus recursos en actividades dirigidas a incrementar sus beneficios lo máximo posible dentro de las reglas del juego, lo que supone comprometerse a una competencia libre y limpia exenta de engaños y fraude".

Bajo este enfoque la responsabilidad más urgente de las empresas es producir bienes y prestar servicios para conseguir beneficios por lo que los directivos no deben integrar en sus estrategias los aspectos sociales. Este planteamiento donde únicamente se consideran los aspectos económicos, puede ocasionar una mala imagen de la empresa y efectos negativos sobre la estabilidad de la misma a largo plazo.

Otros autores, son partidarios de la RS de la empresa, pero entienden que las empresas no deben asumir voluntariamente los aspectos sociales, sino que son partidarios de que las mismas persigan objetivos racionales y económicos y sean las leyes y las estructuras políticas las que hagan que estos objetivos redunden en el bien común. Es decir, la intervención del gobierno es la que debe encargarse de luchar contra las externalidades negativas pues, en un mercado competitivo no todas las empresas van a asumir su responsabilidad por iniciativa propia. Incurrir voluntariamente en determinados costes haría que unas empresas estuviesen en desventajas en relación a otras y peligraría su competitividad.

Por tanto, los argumentos más utilizados para rechazar la RS afirman que es contraria a la maximización del beneficio y que lleva a una pérdida de competitividad consecuencia del encarecimiento de los bienes o servicios de la empresa. Se entiende que el cumplimiento de las normas legales y políticas por parte de las empresas, es necesario pero no suficiente para encuadrar la RS de la empresa, que debe ir más allá del cumplimiento de la normativa legal, ya que ésta no puede cubrir todas y cada una de las incidencias de la empresa en su entorno y con los colectivos con los que actúa.

Con el segundo planteamiento acerca de la RS comentado en los párrafos anteriores, ésta se amplía más allá del ejercicio de la función económica, prestando atención al cambio de valores y prioridades sociales: por ejemplo, respecto a la conservación del medio ambiente, relaciones laborales y unas

mayores expectativas de información a los consumidores, seriedad en los contratos y protección frente a los accidentes.

Bajo este enfoque de aceptación de la RS se pueden plantear posturas extremas como las de Woodward *et al.* (1993) que entienden que la empresa debe asumir una responsabilidad plena. Bajo este punto de vista, esta postura acerca de la RS no es asumida, en general, por las empresas, ya que podría desvirtuar la función de la empresa además de poner en peligro la continuidad de la misma al internalizar excesivos costes sociales, que le llevarían a perder su competitividad.

En la práctica, y cada vez en mayor medida, las empresas asumen un cierto compromiso por las repercusiones de sus actividades sobre sus miembros y sobre la colectividad en general. Se muestran partidarias de dedicar esfuerzos a programas orientados a mejorar su entorno físico y social, siempre que no suponga una reducción excesiva del beneficio a corto plazo de la empresa, ya que ello influiría positivamente en la opinión pública, pudiendo incluso incrementar las ventas e indirectamente los beneficios a largo plazo, sin costes añadidos.

Por tanto, hablar de responsabilidad no quiere decir, únicamente, que la empresa no deba realizar actuaciones antieconómicas o que tenga que cumplir ciertos compromisos sociales, sino que supone que la aportación de ésta a la sociedad sea la mejor posible para solucionar la necesidad concreta que pretenden satisfacer.

Se es partidario de un enfoque favorable de la RS de la empresa, donde se admiten junto a la actividad económica, aspectos socio-económicos que ligan a la empresa con la sociedad atendiendo a las demandas de los distintos grupos que interactúan con ella, pero sin poner en peligro la dinámica empresarial. Es decir, se está de acuerdo con la idea de que ser partidarios de la RSE no significa negar la existencia del beneficio, sino admitir una interpretación del mismo más amplia que incluya nuevos argumentos aparte de los meramente lucrativos (solución a problemas sociales de los empleados, contribuciones a necesidades sociales y humanas).

2.3. TIPOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Con anterioridad se comentó como uno de los aspectos importantes al hablar de la RS es dotarla de contenido práctico y que ello depende de las características de cada empresa en concreto y de las circunstancias del entorno en que opera. En

este sentido y sin ánimos de ser exhaustivos, se podría enumerar una serie de responsabilidades sociales de la empresa que puede servir de guía a la hora de establecer un orden de prioridades de todas ellas.

Una clasificación de las responsabilidades sociales de la empresa, sería distinguirla entre responsabilidades de primer orden, que son consecuencia directa de la actividad de la empresa y responsabilidades de segundo orden, entendiéndose por éstas las que no se derivan de forma directa de la actividad empresarial (Muñoz Colomina, 1987)

Entre las responsabilidades de primer orden hay que destacar la obtención de un valor económico añadido suficiente para atender a todas las demás responsabilidades, así como determinados aspectos relacionados con los trabajadores, los productos de la empresa y el entorno. Las de segundo orden se refieren, principalmente, a ayudas a los trabajadores en cuestiones no directamente relacionadas con su trabajo y a la contribución, por parte de la empresa, a determinados aspectos de la comunidad en la que está ubicada. Por otra parte, se podría hablar de RS atendiendo a la obligatoriedad o no de la misma. Baidez y Nevado (1994) distinguen entre RS "legal" y RS "voluntaria". La primera se limitaría al cumplimiento de las leyes y la segunda supondría admitir determinadas responsabilidades morales por parte de la empresa.

Con base a los distintos criterios analizados en los párrafos anteriores y a fin de delimitar el ámbito de aplicación práctica de la RS, se establece la clasificación recogida y se distingue entre RS Interna y RS externa, atendiendo así los agentes demandantes de la misma son agentes internos o externos a la empresa. A su vez, cada una de estas responsabilidades se divide en dos grupos, primer nivel y segundo nivel, considerando si son o no consecuencia directa de la actividad de la empresa.

Por una parte, la RS interna de la empresa se refiere al desarrollo de acciones, políticas y programas relacionados a dos aspectos:

- La responsabilidad económica de la empresa para con sus accionistas o dueños.
- La responsabilidad de la empresa en materia laboral, para con los trabajadores.

La RS que la empresa lleva a cabo de manera interna, en los dos aspectos mencionados, es indispensable para que logre la subsistencia dentro de la industria con un funcionamiento adecuado a las exigencias del mercado.

Es importante destacar que ambos aspectos dependen directamente el uno del otro. Por un lado, la responsabilidad económica de la empresa es necesaria para aumentar el nivel de empleo, ampliando su alcance a un mayor número de personas pertenecientes a la fuerza de trabajo; además, si la empresa se desempeña eficientemente, con un nivel de rentabilidad acorde a las exigencias de los inversionistas, le será más fácil cumplir con sus deberes como empleadora, teniendo la posibilidad de brindar una mayor gama de beneficios a sus trabajadores.

Por otro lado, si la responsabilidad laboral de la empresa se logra efectivamente, la firma podrá alcanzar mayores niveles de productividad, con un personal motivado y de mayor rendimiento, lo que se traduce en una mayor rentabilidad, contribuyendo al logro de su responsabilidad económica.

En cuanto a la RSE externa, ésta se refiere a acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, a cualquier grupo o problema social, no directamente relacionado con la empresa mediante una relación contractual o económica. Con el fin de profundizar en dicha clasificación, a continuación se señalan algunas acciones y beneficios con respecto a la RSE interna y externa:

Acciones al interior de la empresa:

- Acciones responsables hacia los empleados y ambiente laboral: permitirles el equilibrio entre trabajo y descanso, vida de familia; propiciar espacios de formación, educación y crecimiento personal; respetar creencias religiosas y diferencias culturales; procurarles condiciones de ambiente saludable y agradable y herramientas adecuadas; realizar campañas de salud, prevención de vicios, protección al medio ambiente; estimular el deporte y expresión artística; educar con respecto al manejo de presupuestos; no discriminar, contratar a minorías; informarles de pérdidas y ganancias en general, etc. Se logra, en resumen, mejorar las condiciones de trabajo, reducir gastos, evitar pérdidas, orientando a los empleados a servir con mayor eficiencia al cliente.
- Acciones responsables hacia la familia de los empleados: Preocuparse de que los empleados no se descuiden de dedicarle tiempo a su familia; fomentar espacios de recreación y ocio donde participe la familia; hacer participar a la familia en planes de formación y capacitación, manejo de conflictos en la pareja y los hijos, salud, eventos culturales, deportivos y

actividades recreativas; beneficios por convenios con la empresa; brindarles alguna atención en eventos o días especiales, etc. Se logra que la familia se transforme en un aliado de la empresa; ella evitará que el empleado cometa actos indebidos en la empresa; minimizar conflictos familiares, que afectan el desempeño del empleado; el empleado es más leal a la empresa, acata normas, pone más amor por lo que hace.

Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, salud, seguridad y la gestión del cambio; mientras que las prácticas respetuosas del medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. En el contexto en que las empresas buscan contar con trabajadores cualificados y lograr que permanezcan a su servicio, la empresa debe tomar medidas pertinentes respecto a temas como el adiestramiento y aprendizaje permanente, la responsabilidad de los trabajadores, un mejor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, la igualdad de retribuciones y de perspectivas profesionales para las mujeres y la seguridad en el área laboral, entre otros.

También debe realizar prácticas responsables de contratación, especialmente las no discriminatorias, para dar más oportunidad y mejores perspectivas a personas de minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, personas desfavorecidas, etc.

Acciones al exterior de la empresa:

- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que generan costo para la empresa: apoyar actividades desarrolladas en escuelas, patrocinar parques, hacer donaciones, etc., lo que dependerá de la fortaleza financiera de la empresa.
- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que no genera costos para la empresa (o son mínimos): tener una política de uso racional de recursos; crear una cultura de reciclaje; respetar espacios públicos; mantener la empresa limpia y presentable; participar en la acción comunal (junta de vecinos, eventos sociales, etc.); no sobornar, no comprar artículos ilegales; contratar limitados físicos o gente excluida laboralmente; no participar de actividades que atenten contra la moral; realizar publicidad que no induzca a hábitos negativos, al contrario, promover valores éticos, crear sistemas de aislamiento de la contaminación acústica y de generación de olores desagradables; invertir en investigaciones sociales; patrocinio de deportistas, eventos comunales, etc.

La RS se extiende hasta las comunidades locales e incluye un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas, etc. También abarca la integración de las empresas en su entorno y el desarrollo de las comunidades en que operan.

Muchas empresas se comprometen en la sociedad local a través de ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional, el patrocinio de actividades deportivas y culturales, ofrecimiento de servicios de guardería para los hijos de sus trabajadores y donativos para obras de beneficencia.

Beneficios de la RSE Interna:

- Mayor confianza de los empleados por la empresa, la sienten como suya; se eliminan probabilidades de conflictos relacionados a la productividad, aumentando la disposición al trabajo; reducción de ausentismo.
- Aumento de calidad, y por ende, mayor satisfacción del cliente.
- Disminución de la rotación de personal y de los costos de reclutamiento y entrenamiento.
- Mayor aporte de los trabajadores, por ejemplo, mediante la innovación directa; simplificación de procesos, disminución de costos, mayor eficiencia, mayor alcance de metas.

Beneficios de la RSE Externa:

- Mayor confianza de la clientela y el mercado, mejor imagen, por lo que se facilita el acceso a nuevos mercados.
- Mayor apoyo de la comunidad y autoridades, beneficiando el flujo de procedimiento y la seguridad.
- Ahorro de daños por huelgas, paros, demandas y deterioros intencionales por parte de los empleados.
- Aspecto ambiental: Reciclaje y reutilización conducen al ahorro, recuperación de la inversión y optimización.
- Minimización de problemas: Devoluciones por mala calidad, no pago de la cartera, negación de deudas, entre otros.
- Mejora la imagen y reputación ante clientes, canales de distribución y ventas.

2.4. VENTAJAS DE LA RS PARA LA EMPRESA

Al abordar la RS desde el componente conceptual y práctico, diversos autores entre los que se destacan Fajardo (2008), García (2009), Pelekais (2007), quienes coinciden en afirmar que su puesta en marcha en la organización genera

una serie de ventajas entre las que se destacan la protección del medio ambiente, el ahorro de dividendos económicos, la generación de confianza en trabajadores y clientes, la mejora de la imagen corporativa, el acceso a nuevos mercados y el logro de metas y objetivos de la organización.

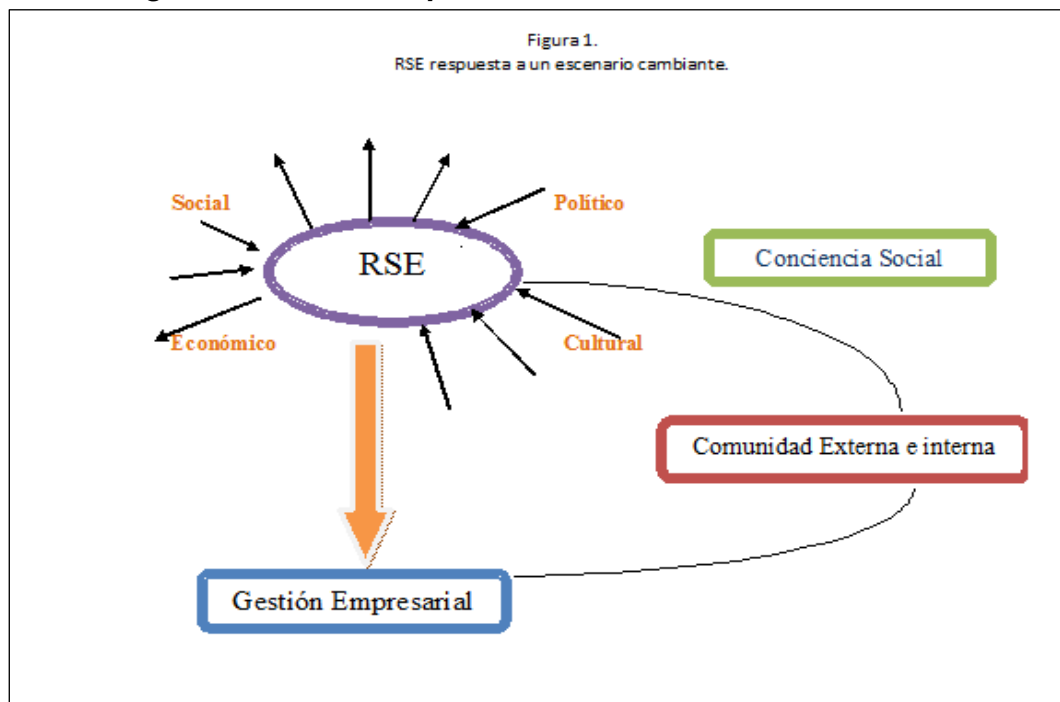
“En pocas palabras la RS produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también para el futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas”. (Correa, 2004).

2.5. ALCANCES DE LA RSE

Con relación a los alcances de la RSE, diversos autores entre los que se destacan Reyno (2006) y Maldonado (2009), coinciden en sostener que en este escenario cambiante, donde aparece la RSE como factor de equilibrio, se pueden visualizar alcances de orden social y de desarrollo, como también de tipo solidario e igualitario plasmadas en las contribuciones que la organización brinda en términos de oportunidad a las personas.

Los citados autores también destacan como ventaja de la puesta en marcha de la RS en la empresa, lo relacionado con lo ético y los valores ya que consideran que la organización deberá tener una visión integral en la sociedad, donde se rescate la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente y donde se haga énfasis en los valores y se fomente la ética corporativa como sustento a la toma de decisiones empresariales.

Desde esta perspectiva Valleys (2000), hace relación al surgimiento de la RS tras los cambios en el escenario mundial, en que la incorporación de este concepto y de acuerdo a sus alcances en la sociedad se vean reflejadas sus acciones en la comunidad externa e interna, a la vez que ésta toma una mayor conciencia en lo social y en su participación en la aplicación por parte de las empresas, tal como se muestra en la siguiente figura:

Figura No. 1. RSE Respuesta a un Escenario Cambiante.

Fuente tomado y adaptada de Valleys 2000.

2.6. DIMENSIONES DE LA RSE

Con relación a las dimensiones de la RSE, y a los alcances que presenta en el desarrollo de sus actividades, Reyno Momberg (2006) y Añez (2008) sostienen que la RSE se caracteriza por su visión en dos dimensiones, la primera es la dimensión interna asociada al recurso humano que comprende aspectos como competencia y calificación del trabajador, prácticas no discriminatorias (sexo, raza, sida), facilidades de información, mayor equilibrio entre trabajo y familia, seguimiento de incapacitados, aprendizaje (necesidades reales de información): derecho a afiliación, otra a salud y seguridad en el puesto de trabajo y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales renovables. La otra dimensión, está asociada a la dimensión externa relacionada con las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

De otra parte los citados autores destacan la clasificación que Bateman (2000) retoma de Carroll (1991) denominada la Pirámide de la RSC, en la que se considera como dimensiones de la RSE lo ético o moral, las demandas sociales plasmadas en lo económico, lo legal y lo voluntario.

2.7. NIVELES DE LA RSE

En lo que respecta a los niveles en que se sitúa la RSE, autores como Reyno (2006), Fernández-Gago (2008), parten a considerar que la RSE se manifiesta en diferentes ámbitos, y que ésta puede ser expresada en acciones públicas o privadas de cada individuo, el desarrollo de las familias y grupos sociales, organizaciones civiles e instituciones políticas, en el Estado y en sus políticas públicas. A juicio de los citados autores la RSE adquiere un carácter particular y se puede asumir como:

Responsabilidad básica o global: “Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones”.

Responsabilidad institucional o de las organizaciones: “En este sentido las responsabilidades parten por las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo que frente a ésta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas”.

Responsabilidad societal o contextual: “Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa”.

2.8. IMPLICACIONES EMPRESARIALES Y LA RS

La empresa debe justificar ante la sociedad sus esfuerzos y logros para mejorar los niveles de bienestar y satisfacción de la misma. En este sentido, el que la empresa asuma sus responsabilidades plantea dos vertientes (Muñoz Colomina, 1987, p. 61):

a. Por un lado, la necesidad de medir en términos de costes y utilidades sus actividades sociales, lo cual resulta difícil de cuantificar debido al carácter cualitativo de este tipo de actividades.

b. Por otro, analizar cómo se realiza la distribución de los recursos generados en la actividad empresarial. Este aspecto llevaría a un análisis detallado de la distribución del valor añadido en la empresa. Y es en esta línea de trabajo con base a la cual desarrollamos la parte empírica de la investigación, pues entendemos que el valor añadido se configura como una magnitud económica fundamental para evaluar la RS de la empresa.

Los costes y beneficios sociales reflejan el impacto que la actuación de la empresa pueda tener en su entorno. Dentro de estos costes y utilidades podemos distinguir:

- Costes sociales internos: aquellos que ocasionan la actividad empresarial al relacionarse con los grupos que componen su ámbito interno: trabajadores, directivos y propietarios.
- Costes sociales externos: como los costes transferidos al ámbito externo (clientes, proveedores, Estado, comunidad en general, etc.) y que debería soportar la empresa si se hiciese plenamente responsable de sus acciones.

Por tanto, el análisis de la RS pone de relieve algunos costes en los que se está incurriendo en la actualidad y que se ignoran al no tomar las medidas oportunas, como pueden ser: el coste de la no producción, el coste de la subproductividad, el coste de la rotación del personal, el coste de la contaminación del medio ambiente, etc. No obstante, la actividad empresarial también puede originar posibles beneficios. Por ejemplo, la formación permanente de personal tienen incidencias positivas sobre el individuo (eleva su nivel de comportamiento), sobre el comportamiento en el trabajo (mejora la eficiencia del individuo), sobre la producción (aumento de la productividad). Agréés, 1982,

Los costes sociales son una parte del valor añadido de la empresa y el que ésta no los conozca no significa que no los tenga, sino que están ocultos o que han sido trasladados a terceros (Kapp, 1966, : 105). Es necesario que la empresa los conozca y los pueda apreciar objetivamente para poder tomar decisiones en los aspectos sociales al igual que las toma en aspectos económico-financieros.

Estas decisiones, por otra parte, podrían modificarse si se conocieran las consecuencias directas que se derivan de la interconexión entre ambos aspectos de la empresa. Por ejemplo, la introducción de una maquinaria se realiza como gestión económico-financiera, pero esta inversión trae consigo una serie de cambios, pues puede implicar más formación complementaria por parte del personal, su mayor grado de automatización puede suponer menos plantilla, etc. (Muñoz Colombia, 1987, p.62).

Además, el conocimiento de los costes y beneficios sociales es importante para el establecimiento de un diálogo social con las partes implicadas en el momento del reparto del excedente generado en la empresa. Dentro de esta problemática de la RS, hay que destacar que al igual que la empresa traslada algunos costes hacia la colectividad, también percibe determinadas ventajas o economías externas procedentes de la sociedad.

La comunidad social proporciona reducciones de costes a la empresa al asegurar unas dotaciones de infraestructura, unos servicios jurídicos, una población con un cierto grado de capacitación para desempeñar el trabajo, etc. en suma, un conjunto de actividades externas que le permiten realizar de una manera más eficiente su actividad. La existencia de economías externas aludidas puede ser otra vía para justificar una responsabilidad de la empresa respecto de la comunidad con la que se relaciona.

Desde otra perspectiva García Echevarría (1982, p.73) analiza las implicaciones de la asunción de la RS por parte de la empresa. Este autor habla de:

- Implicaciones políticas: Afectan al sistema de fines, valores y objetivos de la empresa, ya que estas deben ser reformuladas con arreglo a criterios de eficiencia social y no sólo económica.
- Implicaciones estructurales que afectan:
 - Al subsistema organizativo: es necesario incorporar la actividad de carácter social al conjunto de tareas de la organización y asignar el desarrollo de esta misión a los diferentes órganos y niveles jerárquicos de la empresa, establecer objetivos, funciones, tareas, y responsabilidades, así como mecanismos de control-sanción y recompensa del desempeño social.
 - Al subsistema informativo: hay que rediseñar el sistema de información de la empresa para hacerlo capaz de medir la eficiencia social. A este aspecto de la RS, desde el punto de vista contable.

La empresa se ha convertido en un importante agente social cuya contribución al bienestar colectivo deberá tener en cuenta no sólo criterios económicos sino también criterios sociales. En este sentido, se exige a la empresa que sea eficiente en la consecución de bienes y servicios así como que se preocupe por aquellos costes que no son soportados por la empresa y son trasladados a la colectividad en su conjunto.

La empresa ha de mejorar su sistema productivo mejorando las capacidades de los que producen y adaptando a ellas dicho sistema. También, debe mejorar su sistema distributivo adaptándolo a las necesidades que puede satisfacer con sus operaciones productivas y que lo acomode a las necesidades reales que muchas veces conoce mejor que los propios usuarios de sus productos o servicios (Pérez López, 1982).

En este sentido y siguiendo las propuestas de Drucker (1965), Muñoz Colomina 1987 y Castillo (1988) se considera como una de las responsabilidades básicas de la empresa la generación de riqueza, que es lo que permitirá atender las demandas sociales. Este planteamiento convierte al valor añadido en una magnitud económica fundamental en el ámbito de la RS.

Se entiende que las demandas sociales planteadas a la empresa son extensibles tanto al ámbito externo como interno de la misma, con el mismo grado de compromiso, lo que sitúa en la línea defendida por Dierkes (1976), Cea (1980), Valle (1980), Jhonson y Scholes (1996) y Hill y Jones (1996). Bajo esta visión de la RS, la asunción de la misma por parte de la empresa implica un análisis detallado de la distribución del excedente generado entre los distintos grupos sociales que han contribuido a su obtención.

2.9. MOTIVACIONES DEL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS EMPRESAS

El tema de RS como tal ha surgido a nivel de las relaciones internacionales, incrementándose con la globalización. A pesar de que actualmente pareciera que es un tema que recién nace, la historia nos demuestra lo contrario. Este ha sido un tema de preocupación creciente, desde fines del siglo XIX, cuando Bismarck implantaba la primera legislación laboral moderna en el Imperio Alemán (1881) y León XIII manifestaba su preocupación por las condiciones laborales en la encíclica *Rerum Novarum* (1891). Luego a inicios de 1920, el desarrollo de la filantropía empresarial se relacionaba al principio de la caridad y a la acción de la empresa como tal. Más tarde en la década de los 50 y 60, se plantea como una

obligación ética o moral. Aunque aún había cierta corriente, que no aceptaba la RSE como una obligación.

Es así que en 1958 la Revista de negocios de Harvard (*Harvard Business Review*) publica los dichos de Theodore Levitt el cual postula: “La función de los negocios es producir altos niveles de beneficios sustentables. El bienestar y la sociedad no son asuntos de las empresas. El negocio es hacer dinero”.

Los cambios a fines de los '60 provocan el debate con respecto a que la RSE se enmarcara no sólo en su función económica y hacia los clientes, proveedores y accionistas, sino que también incluyera a los demás miembros de la comunidad, involucrando a la empresa en la solución de problemas de la sociedad.

Según la opinión de Friedman “La RS de las empresas es aumentar sus beneficios” y no resolver problemas sociales. Las donaciones y obras individuales le corresponden al ciudadano. Según el Comité para el Desarrollo Económico, la empresa tiene tres niveles de responsabilidad:

- Básicas, relacionadas a la función económica: producción, empleo, crecimiento económico.
- Atención a cambios en los valores y prioridades sociales, conservar el medio ambiente, relaciones laborales, información al consumidor.
- Responsabilidades para vincularse más a la actitud de cambio del entorno social: pobreza, cuestiones urbanas.

Según Gómez, y Loyola (2004), en la década de 1980, según el criterio de Freeman (1998) la empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la compañía. En la actualidad, la RSE se integra a la ética empresarial y en teorías de gestión empresarial en el denominado marketing de relaciones.

De acuerdo a las citadas autoras, con el pasar del tiempo, se han agudizado y han surgido nuevos problemas. En este proceso de cambios, la empresa ha obtenido un papel cada vez más influyente en la sociedad, por lo que hoy están siendo desafiadas a demostrar una conducta “socialmente responsable”.

Gómez, y Loyola (2004), consideran que hay factores que impulsan el desarrollo y el avance de la RSE, entre los que se cuentan los criterios sociales que influyen

en las decisiones de inversión y consumo. También existe en la sociedad contemporánea una mayor preocupación por el medio ambiente afectado por la actividad económica; lo que toma cada día más fuerza son las inquietudes y expectativas de la comunidad ciudadana y de los poderes públicos y agregan que existen varias motivaciones en este creciente interés por información del desempeño social de la empresa, la primera es de naturaleza económica, ya que las firmas al producir bienes y servicios, también producen consecuencias sociales dañinas, como podría ser la contaminación en sus diversas formas acústica, ambiental, etc.

La segunda motivación es de índole filosófica, ya que la empresa no tiene un papel en la sociedad gracias a un derecho inalienable, sino porque la sociedad considera útil que lo tenga. Y por último Gómez, y Loyola (2004), desarrollan la motivación desde la administración, en función de cómo asigna sus recursos, si en pro o en contra de la sociedad, de allí que en este nuevo escenario, los organismos internacionales estén reaccionando frente al tema de la RSE, la OIT en diversos países está realizando campañas para adaptar una metodología, llamada Balance Social, para que los empresarios puedan medir su accionar en beneficio de los trabajadores, clientes, proveedores y todo el entorno humano que genera una empresa.

Así también, hace algunos años la ONU lanzó la iniciativa bajo el nombre de *Global Compact* (Pacto Global) que ha permitido que las acciones de RS se coloquen a la cabeza de las estrategias de una multitud de empresas y gobiernos en el mundo. Este pacto mundial que comenzó siendo una iniciativa de 50 empresas, está formado hoy por 1500 firmas de 70 países, habiendo logrado formular los principios que a continuación se exponen:

Tabla No. 2. Los Nueve Principios del Pacto Global.

Derechos Humanos	
Principio N° 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia
Principio N° 2	Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos
Trabajo	
Principio N° 3	Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

Derechos Humanos	
Principio N° 4	Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio
Principio N° 5	Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil
Principio N° 6	Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación
Medio Ambiente	
Principio N° 7	Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales
Principio N° 8	Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental
Principio N° 9	Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente

Fuente: <http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=3>

Los aliados en este Pacto son la OIT, Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los derechos humanos (UNHCR), Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), los que manejan aspectos normativos y operativos.

A este pacto pueden adherirse empresas en general, individuales, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones laborales, instituciones académicas, asociaciones empresariales y gremios empresariales, siendo una iniciativa de carácter voluntario.

2.10. RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA (RSU)

A juicio del profesor Vallaeys, (2009) “La RS es un movimiento joven, mundial, polimórfico, que involucra muchos actores de diversos horizontes y con diversos intereses” lo que significa que se está ante un concepto todavía en construcción y que nace estrechamente vinculado con el de RSE, más conocido y difundido en la actualidad. Se habla de una dimensión ética que toda organización debería tener como visión y promover en su actividad diaria. Desde hace ya una década, el

mundo empresarial ha acogido y desarrollado esta idea, sin embargo, en el ámbito universitario es un concepto relativamente nuevo.

Como afirma, Ana Díaz de Iparraguirre (2009): “Las Universidades tienen la responsabilidad de proporcionar formación científica, profesional, humanística, artística y técnica del más alto nivel, contribuir a la competitividad económica y al desarrollo humano sostenible; promover la generación, desarrollo y difusión del conocimiento en todas sus formas; contribuir a la preservación de la cultura nacional, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, innovadoras, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones del país y a la vigencia del orden democrático.

Es obvio que las Universidades no podían permanecer ajenas a la reflexión sobre la RS no sólo por ser organizaciones, sino porque en su seno se forman los futuros profesionales que trabajarán en las empresas y tendrán que promover dentro de ellas una visión ética, responsable contribuyendo al bien común y a la justicia social. Es por eso que hoy en día, cada vez son más las Universidades que promueven la RSU.

Algunos autores han intentado acotar el término estudiado. Así Sánchez González (2007) lo define como: “Un llamado a las instituciones de enseñanza superior a reconstruir y reelaborar la cultura y el saber para desarrollar una sociedad más justa y humana” (p. 12). Romero Cevallos (2008) a su vez, señala que la RSU consiste en colocar a la persona en el centro de nuestra preocupación, y llevarla a la enseñanza, a la investigación, y a las decisiones que tomamos como parte de la Universidad y más allá de ella (p. 5).

Martínez y Picco (2008), también dan una definición acertada sobre este concepto señalando que la RSU es “el conjunto de acciones que realiza la Universidad como resultado de la ejecución de su proyecto institucional (...); la orientación y coherencia de sus valores y actividades con la búsqueda de la felicidad y el bienestar de los seres humanos y la consolidación de una sociedad más justa y equilibrada”.

Martí (2007) afirma que “La Universidad forma a la gran mayoría de profesionales que integran las empresas, administración pública y organismos internacionales, la formación que adquieren a nivel conceptual y metodológico será la que posteriormente desarrollarán en su vida laboral por ello podemos hablar de “Responsabilidad Social Universitaria.” La concreción de la RS de las

universidades en el siglo XXI va a depender, por un lado, de cómo se defina su misión y, por otro, de los problemas que enfrenta la sociedad en la cual ellas operan”.

Tomando como referencia un artículo de François Vallaey (2005), “Breve marco teórico de la RSU”, que recoge de una manera precisa y sintética las ideas que se desea transmitir, se intentará delimitar este concepto. Este autor brinda una definición sobre lo que es la RSU, al afirmar que: “...es una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales, sociales y ambientales que la universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover el Desarrollo Humano Sostenible”.

Vallaey (2005), entiende la RS como una gestión de impactos (humanos, sociales y ambientales) que abarca a toda la institución y que han de realizarse de una manera ética e inteligente.

Ahora, para especificar qué es la RSU distinguirla de la RSE, es preciso reconocer, como afirma este autor, que la formación humana y profesional (propósito académico) y la construcción de nuevos conocimientos (propósito de investigación) constituyen las principales actividades de la Universidad y que por consiguiente tiene impactos específicos, distintos a los generados por las empresas. Estos impactos, pueden ser reagrupados en cuatro grupos y deben constituir los ejes de acción que guían a las Universidades hacia una gestión socialmente responsable. Son los siguientes:

2.10.1. Impactos de Funcionamiento Organizacional.

Como cualquier organización laboral, la Universidad genera impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil (que su política de bienestar social debe gestionar) y también genera contaminación en su medioambiente (desechos, deforestación, polución atmosférica por transporte vehicular, etc.).

2.10.2. Impactos Educativos.

La Universidad tiene un impacto directo sobre la formación de los jóvenes y profesionales, sobre su manera de entender e interpretar el mundo, de comportarse en él y de valorar ciertas cosas en su vida. Influye asimismo sobre la deontología profesional, orienta (de modo consciente o no) la definición de la ética profesional de cada disciplina y su rol social.

2.10.3. Impactos Cognoscitivos y Epistemológicos.

La Universidad orienta la producción del saber y las tecnologías, influye en la definición de lo que se llama socialmente “Verdad, Ciencia, Racionalidad, Legitimidad, Utilidad, Enseñanza, etc.” Incentiva (o no) la fragmentación y separación de los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos de cada especialidad. Articula la relación entre tecnociencia y sociedad, posibilitando (o no) el control social de la ciencia. Genera actitudes como el elitismo científico (“expertocracia”) o al contrario, promueve la democratización de la ciencia. Influye finalmente sobre la definición y selección de los problemas de la agenda científica.

2.10.4. Impactos Sociales.

La Universidad tiene un impacto sobre la sociedad y su desarrollo económico, social y político. Es un referente y un actor social, que puede promover (o no) el progreso, que puede crear (o no) Capital Social, vincular (o no) la educación de los estudiantes con la realidad social exterior, etc.

Figura No. 2. Tipos de Impacto Universitario.



Gráfico. Tipos de Impactos Universitarios (según Vallaey, 2005)

Como puede observarse, este concepto de RS que presenta Vallaey (2005) es muy amplio, ya que abarca todo el ámbito universitario: docencia, investigación, administración y todos los demás servicios de la comunidad universitaria.

2.10.1.4. Impacto Organizacional.

En este sentido, la RSU se entendería como una forma de ser, un modo ético de actuar que se extendería a la docencia, investigación y a la forma de actuar de todo el personal universitario y de la organización misma.

Esta manera de ver la RS se separa mucho de la concepción clásica ya que ésta sólo abarcaba el impacto social, es decir la proyección social que la Universidad muestra *ad extra*, y no *ad intra*. El siguiente cuadro ayuda a entender tal cambio de paradigma:

Tabla No. 3. Impacto Social.

	Proyección Social Voluntaria	Responsabilidad Social Universitaria
La concepción	Se concibe la Proyección social a partir de la voluntad institucional de expresar valores de solidaridad con los más necesitados y motivar los estudiantes a encarnar estos valores en su persona.	Se concibe la Formación y la Investigación académica a partir de las "intersolidaridades" diagnosticadas en el mundo actual, que los estudiantes necesitan aprender profesional y humanamente para su carrera y vida ciudadana, a través de participar en proyectos de desarrollo social.
Los actores	Un grupo voluntario (docentes y/o estudiantes) decide emprender un proyecto social fuera de la Universidad, con pleno o parcial respaldo institucional. Se crean lazos entre la comunidad beneficiaria y los voluntarios del proyecto.	La Universidad pasa convenios con actores externos (municipios, instituciones, asociaciones civiles, etc.) para crear programas solidarios mutuamente beneficiosos: La comunidad se desarrolla y la Universidad mejora su formación académica (estudiantil y docente) y produce nuevos conocimientos (Investigación aplicada).
Los impactos	Las rutinas de enseñanza e Investigación de la Universidad no están afectadas por las iniciativas de proyección social. La Participación social no tiene impacto sobre la Formación académica ni sobre la Producción de conocimientos, que siguen concibiéndose como actividades intramuros sin vínculo necesario con la sociedad. La Proyección social no ingresa realmente en la malla curricular ni en la agenda de la investigación académica.	Cada iniciativa social significa creación de una comunidad de aprendizaje que enriquece la enseñanza en las diversas Facultades y posibilita nuevas investigaciones gracias a los proyectos emprendidos. Se multiplican los cursos de aprendizaje-servicio y aprendizaje basado en proyectos sociales. Se crea una sinergia entre Formación, Investigación y Participación social.

La sostenibilidad	<p>Las iniciativas descansan enteramente sobre los hombros de sus promotores (déficit de sostenibilidad temporal). Sólo aprenden los estudiantes voluntarios de los proyectos, pero fuera generalmente del currículum oficial de su carrera, y sólo se beneficia la población concernida por el proyecto. La comunidad universitaria en su conjunto queda marginada de los beneficios, por lo que la Proyección social se entiende como gasto de inversión extra académico sin o con poco retorno (déficit de sostenibilidad financiera).</p>	<p>Las iniciativas sociales perduran y se multiplican por la misma organización de la formación académica, sostenida desde la administración central de la Universidad y estimulada desde la Investigación. Todos los estudiantes participan en su respectiva carrera y los beneficios de los proyectos son para todos (comunidad externa y académica). Los profesores investigan y mejoran permanentemente los procesos de aprendizaje basado en proyectos sociales. Los gastos de proyección forman parte de la inversión académica normal de la Universidad (sostenibilidad temporal y financiera).</p>
El papel de la Administración Universitaria	<p>La Administración de la Universidad no está considerada en el proceso de Proyección Social. No se la reconoce tampoco como ente que tiene un papel educativo y no es objeto de Investigación. Aunque el discurso oficial diga lo contrario, se sigue separando la Gestión institucional de la Formación profesional y de la Participación social. (Así, el currículum oculto vivido permanece oculto).</p>	<p>La mejora de la Administración de la Universidad es el objetivo final y privilegiado de las iniciativas de RSU. La meta es la calidad de la gestión social y ambiental de la Universidad, puesto que se reconoce a la Administración central como el modelo ético primordial de educación para la comunidad académica: la vida cotidiana institucional y la imagen que proyecta a sus miembros educativamente tanto como los cursos (Así, el currículum oculto se desvela constantemente).</p>
Estrategia de Formación ética	<p>La "formación integral" de los estudiantes se resume a cursos de ética y humanidades agregados al currículum de cada carrera. La proyección social depende de la actitud voluntaria del estudiante a participar en las iniciativas extracurriculares.</p>	<p>La sinergia creada entre Formación académica, Gestión institucional y Participación social asegura un clima laboral ético en la Universidad y la afirmación en la vida cotidiana y académica de los valores de solidaridad y desarrollo sostenible. Así la ética está presente por todas partes y no precisa de cursos específicos.</p>

Fuente. Impacto social (según Vallaes, 2008)

La RSU se entiende como el conjunto de acciones que realiza la Universidad como resultado de la ejecución de su proyecto institucional, la orientación y coherencia de sus valores y actividades con la búsqueda de la felicidad. Los rectores de las universidades reunidos en mayo de 2009 en ciudad de México, han

declarado que es necesario poner a las universidades nuevamente de cara a un proyecto, que permita el desarrollo humano para todos y que desde ahí se definan las especificidades de la función universitaria. Los valores como la fraternidad, la solidaridad, la RS deberían orientar la labor académica y no sólo la competencia, la eficiencia y el éxito personal, como ha primado en los últimos años.

Las acciones de la RS de las Universidades, deben estar orientadas a lograr ciudadanos probos y honestos, que concluyan su carrera profesional con conocimientos que validen las incumbencias para las que les habilitan sus títulos; personas comprometidas con la sociedad de la que forman parte y a la cual volcarán sus conocimientos para mejorar su calidad de vida, tratando de solucionar los problemas que esa sociedad afronta. (Equipo coordinador Universidad Construye País: 2009, 43- 57).

En la Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el siglo XXI, que se aprobó en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, organizada por la UNESCO y que tuvo lugar en París los días 5 a 8 de octubre de 1998, se plantean algunos de los puntos relacionados con la RSU (artículo 6 de la Declaración), la responsabilidad que tienen las Universidades de tener orientaciones a largo plazo que permitan resolver las necesidades y aspiraciones sociales, inculcando esta responsabilidad a los estudiantes. Igualmente establece en el mencionado artículo 6, letra (b), que “La educación superior debe reforzar su servicio a la sociedad y en especial sus actividades para eliminar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre, la degradación ambiental y la enfermedad, utilizando principalmente enfoques transdisciplinarios e interdisciplinarios en el análisis de los temas y los problemas.”

Este es el camino realizado hasta ahora por las Universidades y las organizaciones que impulsan el proyecto “Universidad: Construye País”. En concordancia con la Declaración Mundial sobre Educación Superior para el siglo XXI, los académicos que participan del Proyecto Universidad Construye País declararon: “Visualizamos una Universidad Socialmente Responsable:

- Preservando y creando el capital social del saber y del pensamiento mediante la reflexión y la investigación interdisciplinaria y difundándolo por distintos medios: formación de intelectuales y profesionales; asistiendo con su apoyo a la elaboración de políticas públicas; de iniciativas privadas de desarrollo y a las necesidades del movimiento social y cultural de los distintos sectores del país, para ser efectiva su misión de aportar su contribución al desarrollo sustentable y al mejoramiento del conjunto de la sociedad.

- Constituida en una comunidad real de aprendizaje y de creación de conocimientos, creando vínculos entre académicos, alumnos y funcionarios. Con una vigorosa política de desarrollo del personal y de estímulo a la innovación curricular y a los métodos de enseñanza – aprendizaje.
- Formando mujeres y hombres, altamente calificados, íntegros e integrales comprometidos con valores que defienden y difunden activamente; que ven su profesión como una posibilidad de servicio a los demás y que son capaces de aportar como ciudadanos a la construcción de la sociedad y de responder creativamente a los desafíos de un proyecto país.
- Incluyendo un currículum transversal tendiente a asumir con visión universal la realidad del país, en toda su riqueza y ofreciendo oportunidades a equipos de académicos y alumnos para prestar servicios a personas y grupos que no pueden acceder a los beneficios del desarrollo.
- Ofreciendo formación permanente, facilitando el reingreso de egresados a la educación superior, para actualización y complementación de la formación a fin de educar para la ciudadanía y la participación activa en la sociedad, teniendo en cuenta las tendencias en el mundo del trabajo, y en los sectores científicos y tecnológicos.
- “Abierta al cambio, valorando e incorporando el conocimiento y experiencia del entorno, generando y manteniendo espacios de debate en el seno de la institución, buscando, diciendo y actuando con la verdad.” Al iniciar el trabajo, el grupo de académicos reunidos, acordaron trabajar con una definición común de RS. Y así fue como definieron la RSU como la capacidad que tiene la Universidad, de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos considerados claves en la Universidad, como son la gestión, la docencia, la investigación y la extensión universitaria. Respondiendo socialmente así, ante la propia comunidad universitaria y el país donde está inserta.

Esos cuatro procesos del quehacer universitario deben estar iluminados por los siguientes valores, ordenados en tres planos:

- Principios y valores del plano personal: Dignidad de la persona, libertad, integridad.
- Principios y valores del plano social: Bien Común y Equidad Social, Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, Sociabilidad y Solidaridad para la Convivencia, Aceptación y Aprecio de la Diversidad, Ciudadanía, Democracia y Participación.
- Principios y valores del plano universitario: Compromiso con la Verdad, Excelencia, Interdependencia y transdisciplinariedad.

Se ha expuesto con detalle los pilares del Proyecto Construye País, tal y como los presenta el Equipo Coordinador de UCP en “RSU, una manera de ser Universidad”, porque se considera como ejemplo y referente del trabajo práctico que ya se está realizando en el mundo universitario de cara a la RSU... y porque es interesante su consideración como referencia para otros estudios sobre estos temas.

2.10.5. La Perspectiva de la Universidad desde la RS.

Visto así, la universidad no solo debe interpretar esa demanda social, esa necesidad de mercado, sino que debe ser un factor importante para promover el cambio social y el desarrollo del entorno. La participación de la comunidad educativa universitaria en el logro de metas, debe darse en el marco de ese ejercicio responsable del juicio de los actos y del respeto a la libertad, la ética y la tolerancia dentro de una perspectiva de compromiso y pertinencia institucional. Cada día más, la sociedad demanda de la universidad, de la academia, mayor participación de los hechos sociales. (Moraima Esteves, 2003).

Desde este punto de vista, el nuevo enfoque de la universidad debe contribuir decididamente a la solución de los críticos problemas que aquejan a la sociedad. Estos problemas, que deben percibirse a través de la identificación de necesidades sociales, económicas y políticas insatisfechas que requieren soluciones a largo plazo, comprometen la participación de amplios sectores públicos y privados, y sobre todo, nuevos esfuerzos y estilos de cooperación ciudadana. (Raga, 1998).

De manera que, al concebir la universidad como organización responsable de la creación y difusión del conocimiento, como su principal producto, inquieta en el sentido de cómo debe ser administrada y obliga a conocer de ella el criterio de la pertinencia, para comprobar que los objetivos propuestos por la institución corresponden a los requeridos por la sociedad.

Por otra parte, estar a tono con los nuevos tiempos, la universidad requiere definir la visión integral de sus funciones académicas: docencia, investigación y extensión sobre un nuevo paradigma cuyo uno de sus mejores soportes es una comunicación oportuna como eje transformador que le permita, a través de la creación y difusión del conocimiento lograr la correspondencia entre lo que la sociedad demanda por una parte y la coherencia interna que debe reinar en la universidad, por la otra, en la búsqueda de la pertinencia social que aspira el

contexto de las instituciones de educación superior, tratando de hacer compatible el discurso con la acción (Raga, 1998).

Asimismo, la búsqueda del conocimiento, su transmisión y aplicación dan origen a estas funciones básicas de las instituciones universitarias: investigación, docencia y extensión. Si bien, en determinados momentos de su desenvolvimiento histórico una de esas funciones ha prevalecido sobre la otra, lo cierto es que el ideal reside en una equilibrada integración de las mismas, de modo que las tres estén siempre presentes en todas las tareas de la actividad universitaria. De este modo, lo de sus objetivos estratégicos el cual expresa el fomento de las potencialidades de producción de bienes y servicios competitivos como medio para fortalecer estas funciones básicas. Siendo la extensión, una de las funciones motoras como unidad de análisis, la misma debe dar respuesta a las grandes necesidades de la sociedad y contribuir a la excelencia académica con compromiso social.

En este sentido, es pertinente aclarar los conceptos de RSE y RSU haciendo alusión la primera a un modo de gestión integral de la empresa. Las estrategias de RSE, aplicada en la última década, han logrado superar poco a poco el enfoque filantrópico que limitaba la participación social de la empresa a un conjunto de obras de caridad para poblaciones necesitadas, promovidas gracias al uso de recursos residuales, pero sin relación intrínseca con la actividad productiva cotidiana de la organización.

De lo anterior, se afirma que la RS es un modo de gestión integral de la empresa, que se puede caracterizar como gestión de impacto (humanos, sociales y ambientales), que la actividad de la organización genera, en un esfuerzo constante por abarcar y satisfacer los intereses de todos los afectados potenciales (Vallaey, 2006).

Por lo tanto, las universidades no podían quedarse alejadas de la reflexión sobre RS, no solo porque son organizaciones, sino porque además son responsables de formar a los futuros profesionales que laboraran en las empresas, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos, y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común de nuestro mundo.

Es así como el interés corporativo, bien entendido no puede dejar de ser sensible a la sociedad en la cual se desarrolla la organización, y reconocer las intersolidaridades, como lo afirma Edgar Morin (2006). Por lo tanto la RS es a la vez una exigencia ética y una estrategia racional de desarrollo para la inteligencia

organizacional y por ende, de las instituciones de educación superior. Partiendo de lo anterior, se pretende abordar en esta investigación el compromiso social de la universidad como objeto de estudio, desde la práctica de acciones de RS, entendida ésta como una estrategia fundamental para lograr el fortalecimiento de la necesaria vinculación universidad-entorno social.

PARTE III. FUNDAMENTOS EMPÍRICOS

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio se enmarca en lo que algunos teóricos de las Ciencias Sociales denominan estudios de caso.

El estudio de casos presenta una fortaleza importante, que representa una ventaja frente a los análisis cuantitativos cuando las causas de los fenómenos a estudiar son complejas, ambiguas e inciertas, ya que esta metodología tiene la capacidad de profundizar en los procesos históricos e idiosincrásicos determinantes de los fenómenos analizados.

Considerando que toda investigación científica debe ser válida, los criterios de validez en el estudio de casos son de carácter lógico. En este sentido, los cuestionamientos que se hacen en su contra se encuentran en la consideración de que éste proporciona una base muy pequeña para la generalización científica (Yin, 1994). En el estudio de casos se utiliza la generalización analítica, en ella, los resultados obtenidos en cada caso son usados como referencia para comparar los resultados de los demás. Si dos o más casos dan soporte a la misma teoría, se puede estimar que la base empírica de ésta es correcta y que ha sido posible replicar la experiencia.

Esta metodología, ha desarrollado e incorporado en su formato mecanismos que permiten garantizar el cumplimiento de los criterios señalados. Entre estos mecanismos destaca el establecimiento de un control de la evidencia recogida, tanto en lo que respecta a los protocolos que se utilizan para realizar la conducción del trabajo de campo, como en cuanto a la sistematización de la recolección, registro y tratamiento de la evidencia.

El modelo de estudio de casos que sirve de guía para la realización de este trabajo es el desarrollado por Yin (1989), ya que se considera un modelo amplio,

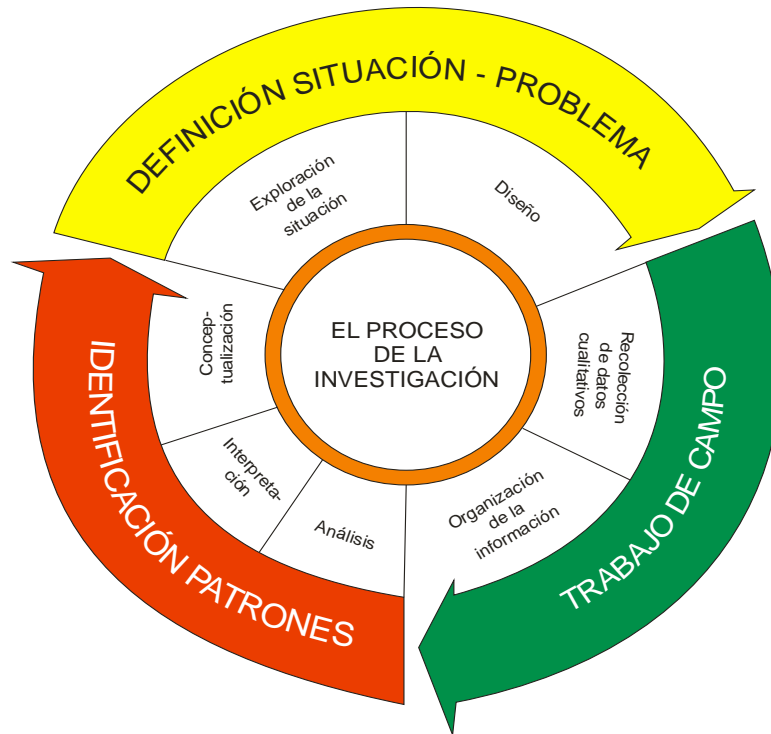
flexible y aceptado por la comunidad académica. Platt (1992) señala, respecto del modelo de Yin (1989) que éste define el caso de estudio como una lógica de diseño, como una estrategia a ser elegida cuando las circunstancias y los problemas de investigación así lo requieren. La lógica que usa Yin (1989) es la generalmente aceptada entre los especialistas contemporáneos en metodología, y no una alternativa a ésta (Platt, 1992).

En el planteamiento del modelo de casos de Yin (1989) es de gran importancia, saber los términos en que se establece la definición inicial de la cuestión de investigación, ya que introduce un elemento de carácter típicamente deductivo en el proceso de definición de la cuestión a investigar. De forma que, la cuestión de investigación se define antes de ir a realizar el trabajo de campo. Para ello se utilizan los conceptos y teorías contenidas en la literatura relacionada con el objeto de estudio.

En este sentido, se considera que la revisión de las teorías existentes respecto al objeto de estudio es parte del proceso de diseño de la investigación, y se debe abordar aún en investigaciones que no hacen explícita su base teórica. Yin (1989) plantea cómo la cuestión a investigar, una vez establecida, determina el diseño adecuado para la investigación, ya que todo estudio de casos tiene un diseño explícito o implícito, pudiendo considerarse el diseño de la investigación como la secuencia lógica que conecta los datos empíricos a recoger con la cuestión inicial a investigar y con las conclusiones.

3.2. DISEÑO DEL ESTUDIO

El diseño del estudio constituye el proceso de tomar aquellas decisiones que permiten articular y construir un plan operativo que guíe y dirija la acción. En este apartado se recogen dichas decisiones, así como los acontecimientos, fases y momentos más relevantes de la investigación. No obstante y de manera previa, se da a conocer los problemas sobre los que se centra el estudio y las dimensiones o ámbitos sobre los que se focaliza la atención y el interés a lo largo del proceso definiendo la naturaleza de la información que se necesita recoger.

Figura No. 3. Diseño de la Investigación.

Fuente: Bonilla, 2001.

3.3. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo del estudio que buscó DETERMINAR PRACTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE OSTENTAN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE MANIZALES, se distribuye en cuatro fases que se exponen a continuación.

◆ Fase definición de la situación problema.

Esta primera fase en el presente estudio es requisito fundamental para refinar la formulación del problema y por tanto decidir sobre los métodos que se deben usar, es igualmente determinante para la estructuración de los casos objeto de estudio, definición de técnicas e instrumentos para la recolección de la información y planeación preliminar del trabajo de campo.

Igualmente esta fase del estudio permite constituir un referente teórico que a fin de contextualizar el estudio planteado, lo que hace necesario recurrir a las fuentes de consulta para indagar, recopilar y organizar adecuadamente el material bibliográfico. Se trata de un capítulo del estudio a fin de conceptualizar y elaborar una base teórica que permita fundamentar el estudio.

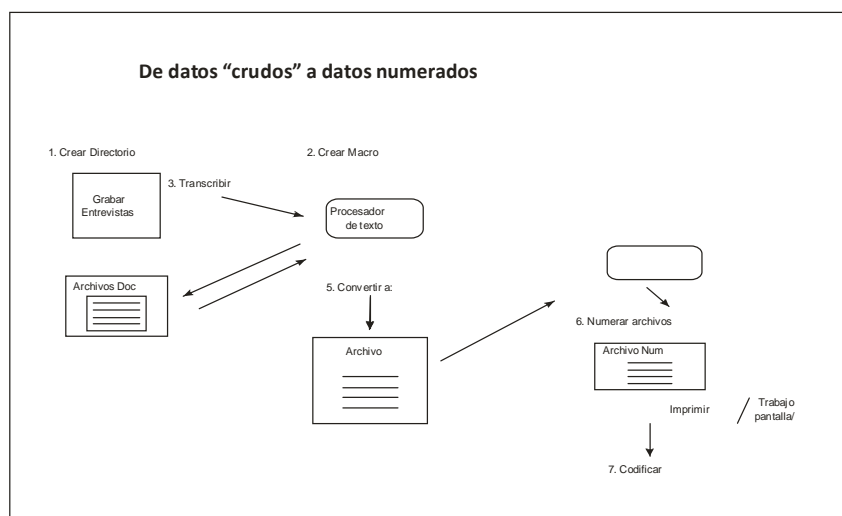
◆ Fase Trabajo de campo.

Esta es la fase propiamente dicha de la puesta en acción del diseño del estudio. Abarca todo el trabajo de campo que tiene como objetivo la obtención de los datos en función de los objetivos marcados. Se espera desarrollar las siguientes acciones:

- Recolección de información mediante los instrumentos definidos para tal fin
- Participación en el proceso de investigación
- Favorecer procesos de discusión con los sujetos implicados, en este caso vicerrectores académicos de la IES involucradas.

Esta fase incluye la recolección de los datos a través de entrevistas, y revisión documental específicamente los PEI (Proyectos Educativos Institucionales) de las IES (Instituciones de Educación Superior) objeto de estudio, proceso que se llevara a cabo siguiendo el siguiente esquema:

Figura No. 4. De Datos "Cruados" a Datos Numerados.



Fuente: Elaboración propia

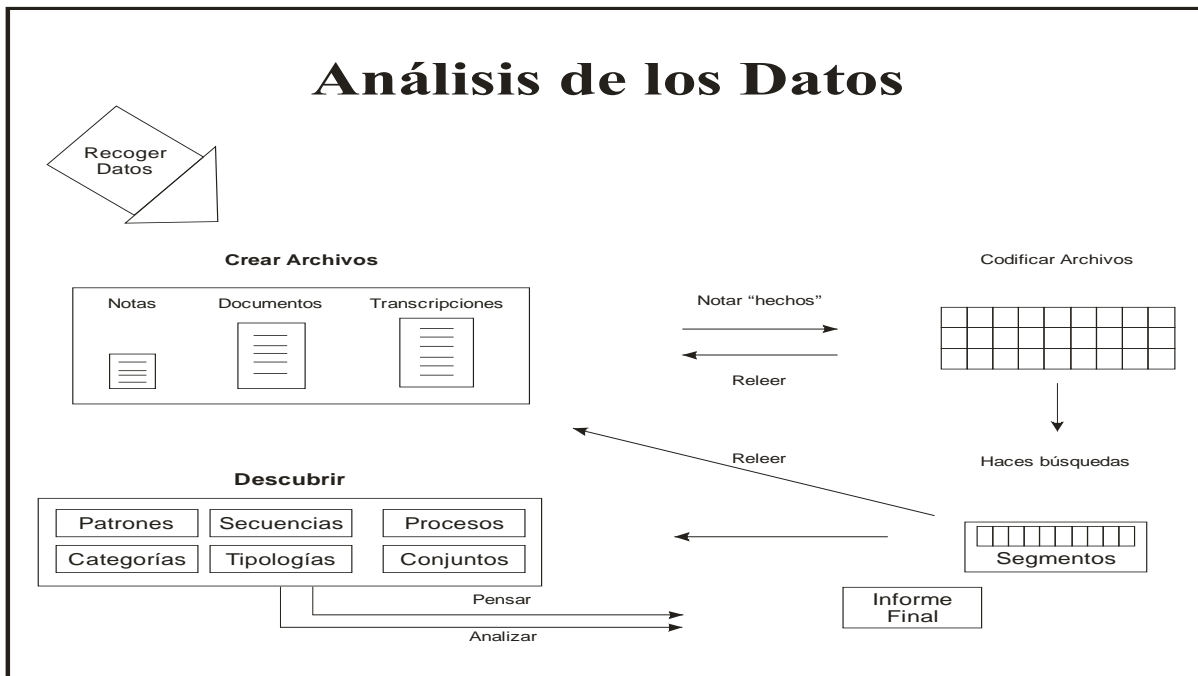
◆ Fase identificación de patrones.

Esta fase de la investigación incluye tres actividades como son:

- El análisis de los datos que es una tarea necesaria, compleja e incluso oscura. Para Rodríguez (1996:33) se trata de un “conjunto de manipulaciones, transformaciones, operaciones, reflexiones y comprobaciones realizadas a partir de los datos obtenidos con el fin de extraer significado relevante en relación a un problema de investigación (Rodríguez, 1996).
- La interpretación de los datos, proceso que parte de una base empírica, que articulada a la teoría posibilita la comprensión.
- Un proceso de conceptualización de carácter inductivo.

Este proceso de identificación de patrones se realizara teniendo como referencia el siguiente esquema:

Figura No. 5. Análisis de los Datos.



Fuente: Elaboración propia

La reducción de los datos implica el vaciado, relación, síntesis y agrupamiento de la información obtenida. Se trata de identificar y clasificar con relación a las categorías y objetivos de manera previa en cada uno de los instrumentos aplicados. Este proceso facilita su posterior análisis siguiendo los objetivos generales y específicos de la investigación. Después del desarrollo de estas actividades, sigue el momento de la obtención de los resultados, contrastando y relacionando los datos obtenidos.

De este modo, esta fase comprende todo el estudio de los resultados obtenidos por medio de las técnicas e instrumentos de la investigación previstas. Durante este tiempo se reflexionará sobre toda la experiencia desarrollada y se elaborará por escrito todo el estudio realizado, las conclusiones, recomendaciones finales que surjan de la experiencia investigativa, así como las líneas futuras de investigación. Se utilizarán distintos procedimientos para el análisis, siempre con relación al enfoque metodológico adoptado.

3.4. POBLACIÓN Y UNIDAD DE ANÁLISIS

Como unidad de análisis se definió en el marco del presente estudio cuatro instituciones de educación superior de la ciudad de Manizales: dos de carácter privado y dos de carácter público, la definición de las IES objeto de estudio en la presente investigación se realizó teniendo como referencia una serie de atributos como:

- La necesidad de mostrar un interés por el estudio a realizarse,
- Capacidad para transmitir información relevante,
- Que cuente con el tiempo suficiente para atender para retener y transmitir información,
- La capacidad para realizar una descripción detallada de los procesos sobre RSU desarrollados tanto a nivel interno como externo.

3.5. SELECCIÓN Y/O ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS

Una vez planteado el diseño, se planificaron los instrumentos que se utilizarían para la recolección de los datos, ajustados a los propósitos del presente trabajo. En el siguiente cuadro se puede ver la relación de la técnica a utilizar, el sistema de registro, el informante clave y el contexto de aplicación.

Tabla No. 4. Mapa de Instrumentos para la Recolección de la Información.

Técnica	Sistema de registro	Informante	De aplicación
Entrevista abierta	Narrativo	Vicerrectores académicos	Final
Matriz de registro	Documental	Proyectos Educativos Institucionales PEI	Final

Fuente: Elaboración Propia

La importancia de la elaboración de estos instrumentos radica en gran parte en ser un factor influyente en la calidad de toda investigación. Se muestra aquí el proceso de su construcción de todos ellos.

3.5.1. La Entrevista.

La entrevista, en opinión de Dezin y Lincoln (1994: 353, cit, por Jiménez, 2003:103) es la herramienta predilecta del investigador cualitativo. Tejada (1997:104), la define como “la técnica que, desde un marco interpretativo, hace posible la recogida de datos para profundizar en los aspectos deseados, mediante la incorporación de matices del contexto y del marco de interpretación del entrevistado”. En la presente investigación, para la elaboración de la guía temática se tuvieron en cuenta los siguientes pasos:

- Planteamiento de los objetivos.
- Dónde y cuándo debería realizarse.
- Definir el tipo de temas.
- Establecer el guión de temas con una pregunta orientadora.
- Cubrir las necesidades de registro.

La transcripción se hizo en su totalidad, teniendo en cuenta todo lo que dijo cada uno de los entrevistados, se realizó de modo inmediato tras el desarrollo de la entrevista. Se compararán los registros de sonido, así como las anotaciones realizadas. Siendo conscientes de que ninguna técnica sola es aconsejable, ni suficiente; los resultados precisan de la confirmación de los entrevistados y de la propia triangulación de informantes y de instrumentos. La entrevista tuvo como destinatarios los vicerrectores académicos de las universidades objeto de estudio.

3.5.2. Matriz de Registro.

La matriz de registro es una técnica utilizada en los procesos investigativos para el registro de información escrita o documental; se trata de una técnica donde se combinan categorías con autores o instituciones en este caso las universidades tanto públicas como privadas objeto de estudio. (Ver anexo No 1).

La matriz de relación permite consignar en ella la información relevante y necesaria surgida de documentos a los que por su volumen y grado de interés institucional, solo se tiene un acceso restringido y por tanto solo es objeto de lectura por parte del investigador. La elaboración de los instrumentos para la recolección de la información, se realizó teniendo como referencia el diseño de una matriz que contemplo aspectos como los objetivos del estudio, la categoría deductiva propuesta, las subcategorías, el tipo de instrumento a diseñar y la fuente de información necesaria. Una vez definido los instrumentos se procedió a organizar los temas o subtemas según las categorías de análisis.

En relación con la validez, de los instrumentos, se sometieron a Juicio de Expertos con la finalidad de revisar e incorporar las sugerencias necesarias para otorgarle consistencia al mismo. Una vez construidas las guías temáticas, se procedió a su validación para lo cual seleccionaron profesionales de Manizales, quienes se escogieron teniendo como criterios su excelente preparación, conocedores de la realidad del contexto y del tema con lo cual podrían emitir juicios que aportarían elementos importantes a la investigación. En tal sentido se solicitó a dichos expertos examinar la estructura, contenido, grado de claridad y adecuación de los temas y categorías.

Igualmente los instrumentos diseñados se someterán a una prueba piloto con el fin de obtener la fiabilidad del mismo, para ello se escogerán unas IES y un proyecto educativo institucional de universidades que no hacen parte del estudio. Para la realización del juicio de expertos se diseñó una matriz que permitió plasmar a dichos expertos el tema original, plantear el tema a modificar y las razones que lo llevaron a dicho cambio: la estructura de la matriz es la siguiente:

Tabla No. 5. Matriz para Juicio de Expertos.

Tema Original	Tema modificado	Razones de cambio

Fuente Elaboración propia

3.5.3. Recolección de Datos.

El proceso de recolección de la información se realizara a través de una entrevista a vicerrectores académicos de la IES objeto de estudio con la finalidad de conocer las prácticas que sobre RSU lleva a cabo la institución. Para la entrevista se empleara una guía semiestructurada, siendo la información grabada y transcrita en su totalidad a fin de analizarla, se estructurara una categorización propia del análisis cualitativo (Martínez, 1998). La información documental se realizó mediante la aplicación de una matriz de relación a los PEI de cada una de las IES objeto de estudio.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

4.1. EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD VISTO DESDE LA UNIVERSIDAD

A Juicio de Cruz Ayuso (2009), "...La universidad ha reaccionado ante la necesidad de tener que ir transformando paulatinamente sus estructuras de gestión, formación e investigación para adaptarlas a las exigencias de este contexto competitivo. La velocidad con la que se está produciendo este cambio sobrepasa a veces nuestra capacidad de comprender el alcance de muchas de las cuestiones que se están planteando y que están pasando en ese escenario. La misma pregunta por la responsabilidad de las instituciones de la Educación Superior en nuestra sociedad es una pregunta que constata, hasta cierto punto al menos, que la universidad es consciente de ese proceso de cambio. Y las respuestas que está dando son manifestación de su interés por formar parte activa de ese proceso y de los ámbitos donde se están decidiendo las líneas básicas de actuación de la Educación Superior en las próximas décadas..."

Desde esta perspectiva la universidad ha trazado y viene trazando un derrotero de trabajo y compromiso social, reflejado algunas veces en su proyecto educativo institucional PEI y otras veces en su plan de desarrollo. Dicho compromiso social en algunos de los documentos que direccionan el trabajo institucional algunas veces se hace de manera explícita y en otras ocasiones su carácter es implícito lo que requiere una interpretación a la luz de lo expuesto.

La citada autora considera que "...el asunto no consiste en hablar de la responsabilidad de manera aislada y desencarnada, sino hablar con y desde la responsabilidad, centrada en el significado que adquiere y que hace que podamos ser reconocidos bien como personas que actúan o deciden responsablemente, organizaciones empresariales responsables, o universidades responsables. Intentemos encontrar a la responsabilidad en esos contextos en los que la pregunta sobre su significado tiene posibilidades reales de obtener una respuesta..." y agrega que "...en esos contextos es precisamente donde encontramos evidencias densas e incontestables de responsabilidad..." Y es en ellos también donde podemos observar su dinámica y comprender de qué manera se despliega.

Según la profesora Cruz (2009), "...La dinámica de la responsabilidad puesta al servicio de la transformación social que aquí exigimos como la propia y específica de la

universidad, no es, sin duda, el único sentido de la responsabilidad. Existen otras aproximaciones y otros significados de la responsabilidad. Ser responsable no siempre va vinculado con la necesidad de transformar. A veces, la responsabilidad se vincula más con la idea de consenso y deber social. Y otras, la mayoría, con la idea de tener que asumir las consecuencias de lo que hacemos...”por lo que existen tres momentos habituales de la RS con su propio alcance cada uno de ellos: En primer lugar, encontramos el sentido de la responsabilidad más clásico, el vinculado con las consecuencias que se derivan de la acción y que acercan la responsabilidad a aquello que tiene que ver con la imputación, la culpabilidad, la reparación, el daño, o la reclamación; En segundo lugar, encontramos el significado intersubjetivo de la responsabilidad: la responsabilidad entendida como deber ante los demás.

A juicio de la profesora Cruz Ayuso (2009), “...la responsabilidad, de acuerdo a este segundo sentido, no remite únicamente a las consecuencias o los impactos de lo que yo hago, ni tampoco únicamente a la obligación de “cargar” con esas consecuencias...” Considera la citada autora que “...La responsabilidad apunta en este caso hacia el deber; Un significado prospectivo, que si bien se sustenta, como el anterior, en la idea de deber, entiende este deber desde una perspectiva más amplia y descentrada. Quien “orienta” ese deber, en el caso de la universidad, no es ella...”, lo que significa que la universidad responde en este caso a favor de terceros.

El análisis de la información recolectada a través de los proyectos educativos institucionales PEI y las entrevistas a Vicerrectores académicos de las universidades objeto de estudio, permite señalar que los conceptos implícitos o explícitos sobre RSU allí plasmados, se mueven entre estas tres categorías que la profesora Cruz (2009) expone, que existen diferencias entre los conceptos plasmados o reflejados sobre la RSU tanto por universidades públicas como privadas y que los conceptos expuestos por las universidades públicas se acercan más a lo que se denomina “Un significado prospectivo, que si bien se sustenta, en la idea de deber, se entiende desde una perspectiva más amplia y descentrada. Quien “orienta” ese deber, en el caso de la universidad, no es ella. Es un otro distinto a ella misma que se convierte en los ojos de la universidad: son los ojos de esos “otros necesitados” presentes en nuestra sociedad. La universidad responde en este caso a favor de terceros, así se ve reflejado dicho concepto en el PEI de una de las instituciones públicas objeto de estudio:

“...La Universidad Nacional, debe propender por el fortalecimiento de su carácter nacional mediante la articulación de proyectos regionales que promuevan el avance en los campos científico, tecnológico, artístico y filosófico del país. En este horizonte, es la Universidad la que por su condición de entidad de educación superior y pública, habrá de permitir a todo colombiano que tenga aptitudes y voluntad, llevar a cabo estudios de pregrado

y posgrado de la más alta calidad bajo criterios de equidad, reconociendo las diversas orientaciones de tipo académico e ideológico..." (PEI).

El concepto de RSU definido por la universidad pública, y cercano a lo que se denomina un significado prospectivo, se debe quizás al carácter mismo de la universidad, a su compromiso social, pero también a la apertura académica que hace de la universidad pública un espacio de debate de los distintos problemas del país, de allí que la misión refleje el compromiso de la institución con los problemas sociales que aquejan al país y con la construcción de sociedad, así se refleja en los documentos analizados:

"..Generar un ambiente que permita preservar la excelencia en sus procesos de enseñanza, aprendizaje, investigación y proyección social, consolidar el reconocimiento de la comunidad académica regional en sus investigaciones y distintos programas de extensión que se realicen, y extenderlo en el ámbito nacional. Promover el crecimiento intelectual y el perfeccionamiento de las personas que integran y hacen la Institución a través del estímulo al desarrollo de las capacidades intelectuales, el apoyo a todas sus iniciativas académicas e investigativas y la participación activa de todos los estamentos en la vida universitaria, dentro de un ambiente de respeto y convivencia. Generar nuevos conocimientos en las áreas estratégicas del país y de la región, que son de su competencia, contribuir a su desarrollo y a la solución de los problemas del país mediante el fortalecimiento de sus procesos investigativos. Velar por la formación integral de sus estudiantes para que sean profesionales idóneos, éticos y competitivos, Consolidar los vínculos con la sociedad en una relación dinámica y de alto compromiso con los sectores empresariales, gubernamentales y académicos, de carácter nacional e internacional. Mantener una política de modernización tecnológica permanente. Tener una planta profesoral con alto nivel académico, profesional y ético, y una planta administrativa con alto compromiso de servicio con la sociedad y el país. Transparencia en sus procesos y programas, idoneidad y responsabilidad social, buscando además la eficacia y de eficiencia en el logro de los objetivos propuestos. Impulsar en todos los niveles de la organización una gestión ágil y transparente..."

Para el caso de las universidades privadas, el concepto de RSU se acerca un poco más a lo que la profesora Cruz (2009), denomina el significado intersubjetivo de la responsabilidad: la responsabilidad entendida como deber ante los demás. La responsabilidad, de acuerdo a este segundo sentido, no remite únicamente a las consecuencias o los impactos, ni tampoco únicamente a la obligación de "cargar" con esas consecuencias. La responsabilidad apunta en este caso hacia el deber. Hacia nuestros deberes para con los demás, en nuestra calidad de sujetos de derechos que, precisamente por serlo, nos reconoce también de facto como

sujetos de deberes. Así queda plasmado en una de las entrevistas realizadas a un vicerrector académico:

“...Nosotros como entidad de educación superior tenemos pues que trascender pues el concepto de RSE, hablar de una RSU que primero que todo tenga un referente y es como estamos insertos nosotros en la sociedad, cuál es el papel fundamental de las universidades en la sociedad, y, el otro tiene que ver básicamente es con sabiendo cuál es el papel de las universidades en la sociedad determinar como nosotros le respondemos a esa sociedad, entonces la RS se plasmaría como en los frentes de acción que tiene la universidad, primero una RS con una formación pertinente pero eso solamente lo podrá hacer la universidad en la medida en que es capaz de leer el contexto, determinar tendencias y hacer una reflexión donde cómo formar a los profesionales, el otro frente tiene que ver que es muy importante para nosotros y como desarrollar la investigación de manera que la investigación que se desarrolle nos permita o todos nosotros generar productos que puedan estar convertidos también en servicios, para responder como a las exigencias de la sociedad, porque normalmente la queja hoy de la sociedad es que las universidades no están respondiendo a la lógica de desarrollo de la sociedad ni están aportando ni se están convirtiendo en un motor de desarrollo y el tercero tiene que ver cómo nos proyectamos, lo de proyección social de manera que en la proyección social nosotros partimos de que uno de los retos de la universidad es participar en la construcción de una sociedad y de ciudadanos más comprometidos con su entorno, transformadores del medio y de ahí de esa combinación de esos tres elementos...” (Entrevista).

Desde perspectiva la RSU se enmarca en los deberes de la universidad, en su obligación social, en su compromiso adquirido socialmente, que en su gran mayoría de veces está reflejado en la misión y los valores que institucionalmente promueven, lo que significa que ha sido y es la universidad la que decide de antemano que necesidades o problemas son los que se deben atender.

Por su carácter “privado” la universidad decide desde dentro su orientación, su visión y su proyección, lo que impide muchas veces un acercamiento de la universidad a la realidad social, lo que hace de la RS un proceso centrado en los propios intereses institucionales”.

“...La Universidad tiene como misión contribuir a la formación integral de la persona desde una visión humanista, científica y cristiana, iluminada por el Evangelio, el Magisterio de la Iglesia y el Carisma Congregacional de las Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen; orienta la academia con criterio de universalidad, hacia el desarrollo y humanización del conocimiento, la cultura y hacia la construcción de una

nueva ciudadanía, para responder a los retos y desafíos de la sociedad contemporánea, en el contexto de un mundo globalizado: pluralista, cambiante y sin fronteras como expresión del diálogo entre fe-cultura-vida...”(PEI).

Desde esta perspectiva la RSU adquiere un carácter de deuda social que la institución adquiere con la sociedad: formar recurso humano de excelencia y calidad, se puede afirmar que ese “compromiso” que adquiere la universidad la vuelve responsable ante la sociedad, de allí que la termine plasmando en cifras que a la postre se le devuelven a la sociedad: # de graduados, # de vinculados laboralmente, # de prácticas, Etc. que determinan su grado de contribución a la sociedad.

Bajo esta perspectiva la pregunta que surge es ¿hasta qué punto las iniciativas de RS de la universidad, bajo este esquema se articulan a las políticas integrales de la universidad o son iniciativas sueltas de carácter cortoplacistas? ¿Hasta qué punto estas iniciativas responden a las problemáticas sociales? Al respecto una de las IES plasma en su PEI lo siguiente:

“...El análisis de tendencias de factores como la economía, la sociedad, la tecnología y fundamentalmente de la educación superior, ha permitido a la universidad definir en su prospectiva el papel como actor social para el desarrollo regional. No obvia su dimensión nacional y global, pero privilegia el posicionamiento y consolidación como Universidad de alta calidad que transforma e interviene desde una gestión del conocimiento soportada en principios y valores del humanismo cristiano, la problemática local y regional...”

El análisis de la información obtenida a través de las entrevistas y el material documental de las universidades objeto de estudio de la presente investigación, permiten dejar más claro el significado de la responsabilidad, cabe preguntarse por el empeño de “emparentarlo” con el término “social” para tratar de responder ante quién es responsable la universidad. ¿Qué significado tiene el adjetivo “social” cuando se habla de responsabilidad?

“...La Universidad, como cualquier organización, no se encuentra en espacios abstractos, se halla inmersa en realidades concretas, por lo cual se ha de confrontar con el medio o entorno para cumplir su misión, acorde con los desarrollos y exigencias de las variables científicas, tecnológicas, humanas y políticas internacionales, nacionales y regionales, lo que significa hacer un análisis del entorno con miras a ubicar sus avances y demandas. En este ámbito, se determinan los aspectos económicos, políticos, sociales y

culturales de orden nacional e internacional que le permiten a la Universidad focalizar y potenciar sus capacidades, así como, identificar los retos y desafíos que le propone el entorno y que debe enfrentar de cara al logro de sus objetivos misionales...”

“...Las universidades tienen una responsabilidad y oportunidad fundamental en esta transformación, y gran parte de la misma recae sobre la Universidad Nacional de Colombia, toda vez que es la que tiene una condición de liderazgo obvio derivado de sus condiciones institucionales, académicas e investigativas. A manera de cierre de este punto sobre la universidad y su entorno, se deberán encontrar los caminos para seguir siendo universitarios con el consiguiente grado de autonomía que se necesita, pero trabajando en relaciones más fluidas con la empresa y el estado, como una forma de generar el conocimiento que encamine en parte las transformaciones que requiere el país y sus regiones...”

4.2. LA PERSPECTIVA DE LA UNIVERSIDAD FRENTE A LA RSU

A juicio de la profesora Cruz (2009) “...La universidad (que no olvidemos- impacta en las tres esferas) es un agente participante necesario en esos procesos de re-institucionalización social, por eso, se vincula la RS con la ciudadanía...” y agrega que “...Este es el viraje que requiere la RS para que pueda convertirse ciertamente en una estrategia válida para ese modelo de construcción sostenible y justa que requieren las sociedades, por eso, mirar a la universidad, a su RS desde la óptica del compromiso constructor de ciudadanía...”

Si se entiende que uno de los elementos nucleares de la responsabilidad de la universidad se articula en torno a esa idea de ciudadanía, se puede compartir con la profesora Cruz (2009) “...que el despliegue de esa responsabilidad convierte a las universidades, en redes de capital social muy significativas que contribuyen de alguna manera al proceso de construcción social mediante la promoción de una ciudadanía práctica...” y agrega que no hay que desconocer que:

- Las universidades se constituyen en una red, compuesta por todos los miembros de la comunidad universitaria. Se organizan además en torno a una misión que queda concretada en un conjunto de normas de convivencia y en un proyecto universitario que define su identidad y sus valores. Se espera que todos los miembros de la comunidad universitaria asuman, compartan y promuevan esos valores. Y se espera también que la sociedad reconozca esa identidad y esos valores como propios de la universidad. Es decir, se espera

que la sociedad legitime lo que la universidad quiere ser y la manera en la que quiere estar y ser sociedad.

- De manera general, se puede decir que las universidades cumplen un papel que tiene incidencia en primer lugar en la comunidad universitaria. Pero no sólo eso. Todas las acciones que desarrolla en el marco de su misión persiguen y de hecho tienen una proyección social: se hacen eco de aquellos elementos de la comunidad no solo universitaria sino social (en todos sus ámbitos y esferas) que son considerados temas, aspectos o cuestiones nucleares a las que hay que dedicar cierta atención o que deben ser integradas entre aquellos aspectos que la universidad debe saber, conocer... y quizás también debe responder. De esta manera es como las universidades se constituyen en otro agente más de la comunidad universitaria que contribuye a la construcción de la sociedad mediante el desarrollo de su Misión. Todos estos elementos son los que caracterizan a las universidades como redes de capital social, Y a su responsabilidad como una "RS".

El análisis de la información permite sostener que tanto la universidad pública como privada trata de responder a este reto social desde la formación:

"...FORMACIÓN DE LÍDERES: Fortalecer la cultura ciudadana y el liderazgo responsable para afrontar los desafíos de la sociedad..."

"..Somos una Comunidad Educadora, dinamizadora del conocimiento, comprometida con la convivencia pacífica y el desarrollo regional sostenible, que contribuye a la formación de personas éticas y emprendedoras, con pensamiento crítico e innovador, en un marco de RS..."

Teniendo como referencia lo anteriormente expuesto, es posible hacer una lectura del concepto de RS de las universidades objeto de estudio desde otra óptica distinta: la RSU sustentada en valores y la RSU sustentada en impactos:

4.2.1. Conceptos Sustentados en Valores.

Desde esta perspectiva, la RSU se entiende desde la definición de un conjunto de principios y valores incluidos dentro de su misión como institución. La RSU se entiende desde esta concepción como un:

"conjunto de actuaciones que realiza la Universidad como resultado de la ejecución de su Proyecto Institucional, donde declara explícitamente a través

de su visión y misión, la orientación y coherencia de sus valores y actividades con la búsqueda de la felicidad de los seres humanos, y de la consolidación de una sociedad más justa y equilibrada con objetivos de largo plazo que permitan lograr las condiciones necesarias y suficientes para que nuestro planeta Tierra sea un hogar confortable para las futuras generaciones" (PEI).

Las universidades que pretenden ser reconocidas como socialmente responsables deben incluir en su misión determinados principios y valores que definan su compromiso social.

En esta perspectiva el profesor Vallaey (2006) propone que la RSU sea concebida como "una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la Universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad Desarrollo Humano Sostenible".

"...La Universidad tiene como misión contribuir a la formación integral de la persona desde una visión humanista, científica y cristiana, iluminada por el Evangelio, el Magisterio de la Iglesia y el Carisma Congregacional de las Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen; orienta la academia con criterio de universalidad, hacia el desarrollo y humanización del conocimiento, la cultura y hacia la construcción de una nueva ciudadanía, para responder a los retos y desafíos de la sociedad contemporánea, en el contexto de un mundo globalizado: pluralista, cambiante y sin fronteras como expresión del diálogo entre fe-cultura-vida..."

"...Formación de personas con valores de RS, que hace de la pasión por el saber y de la proyección universal y ancestral hacia "el más", su proyecto de vida; personas que, fieles a su "ley interior", armonizan sus intereses personales y familiares con la construcción de una sociedad colombiana incluyente, próspera y justa, conectada con el mundo desde identidades regionales cada vez más fuertes..."

4.2.2. Conceptos Sustentados en Impactos.

François Vallaey (2006), uno de los autores de referencia en el campo de la RSU, en pos de facilitar la tarea de rendición de cuentas, concibe la RSU desde un punto de vista mucho más cercano a la RSE tradicional, vinculándola al modo a través del cual las organizaciones gestionan los impactos que el desarrollo de su actividad origina en su entorno humano, social, económico y natural. De acuerdo

con el citado autor, las definiciones de RSU basadas en valores dificultan la gestión, mientras que cuando hablamos de ella en términos de gestión de impactos, se pueden definir indicadores más fácilmente, pudiendo verificar a través de ellos si las Universidades realmente cumplen lo que anteriormente han expresado en su misión.

Desde esta óptica, la RS es concebida como un modo de gestión empresarial integral basado en la gestión de los impactos de carácter humano, social y ambiental que la actividad de la organización genera y por los cuales se ven afectados o beneficiados un conjunto de individuos o instituciones, denominados grupos de interés o stakeholders. La empresa debe realizar un esfuerzo constante por abarcar y satisfacer a estos grupos de interés, basándose en las implicaciones que se derivan de sus actuaciones.

Esta gestión de impactos debe ser realizada de manera ética, pero buscando siempre una rentabilidad para la organización. Al ser socialmente responsable, la organización se desarrolla en un entorno mucho más favorable para sus intereses, asegurando de esta forma una mayor rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Nadie puede negar que la formación humana y profesional (propósito académico) y la construcción de nuevos conocimientos (propósito de investigación) constituyan las principales actividades de la Universidad, y que, por consiguiente, ésta tenga determinados impactos específicos distintos a los generados por las empresas y que los diferencie significativamente de éstas. Sin embargo, la universidad no deja de ser una empresa que, entre otras actividades, se relaciona con proveedores o en la cual trabajan personas. Por ello un análisis de impactos en la misma que incluya tanto los derivados de su actividad principal (enseñanza e investigación) como otros más cercanos a una concepción más tradicional de empresa podrá ser de gran ayuda al verificar el desarrollo de un comportamiento socialmente responsable.

Siguiendo al autor y según la definición anterior, los impactos derivados de la actividad desarrollada por una institución universitaria pueden ser agrupados en cuatro grupos. Éstos deben constituir los ejes de acción que guíen a las Universidades hacia una gestión socialmente responsable:

- Impactos de funcionamiento organizacional
- Impactos educativos
- Impactos cognoscitivos y epistemológicos
- Impactos sociales

4.3. LA PRÁCTICA DE RSU

A juicio de Martínez (2002), "...En la actualidad resulta oportuno plantear la relación entre la Universidad- Estado-Sociedad, pues de esta manera se puede evidenciar que la universidad tiene una función social, que influye y transforma su entorno, es decir, es un auténtico factor de transformación social, y que por lo tanto, según sea el fin que se proponga, ayudará a construir una sociedad con unas determinadas características..." y reconoce "...que hoy en día el trabajo de la universidad va más allá de sus funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión. Ella puede además llegar a influir poderosamente en los modelos y en las orientaciones del desarrollo económico e industrial, social y cultural de las regiones donde está inserta..."

Desde esta perspectiva el análisis de la información permite encontrar una variedad de prácticas definidas en el marco de la universidad como prácticas de RSU, dichas prácticas, se caracterizan por la vinculación de los estudiantes a programas denominados de proyección universitaria, que buscan cumplir en su gran mayoría con una actividades de orden social para la universidad y el cumplimiento de un requisito académico para el estudiante.

Entre las prácticas que se encontraron se destacan las siguientes: prácticas empresariales, comunitarias, clínicas, articulación de estudiantes a programas de extensión social de las universidades, trabajos en barrios populares para la realización de diagnósticos, practicas masivas en algunos departamentos y municipios.

En su gran mayoría algunos aspectos relacionados con la RSU de carácter interno, se destaca el apoyo a estudiantes a través de servicios de restaurante, servicios médicos, de bienestar universitario, de pastoral social, actividades deportivas o apoyos psicológicos.

Para algunas instituciones la proyección universitaria estructurada a través de cursos de extensión, es parte de su plan de RSU a nivel externo, consideran estas instituciones que a través de la formación de cursos cortos contribuyen con el desarrollo social.

A éste respecto, (Stoner, 1995), plantea que las organizaciones emprenden programas de cambio al menos por tres razones: a) Los cambios en el entorno amenazan la sobrevivencia de la organización, b) Los cambios en el entorno

ofrecen nuevas oportunidades para progresar y, c) La estructura y forma de funcionamiento de la organización está retrasando su adaptación a los cambios del entorno.

A su vez, (De Souza, 2002), plantea que es necesario pensar filosóficamente en el cambio y el desarrollo, ya que sin comprender por qué, ni con qué propósito se inicia un proceso de cambio, faltarán criterios para saber si se está conduciendo hacia un fin determinado, y faltarán argumentos para convencer a otros de que el esfuerzo es necesario y relevante, expresa este autor que, al observar muchos de los procesos de cambio institucional en América Latina, pareciera que el cambio, que solo es un medio, se ha transformado en un fin en sí mismo. Se pregunta, entonces, por qué deben cambiar las universidades: para ser más eficientes, para ser más competitivas, para mejorar la calidad, para hacer la reingeniería de su arquitectura organizacional o para hacer la planificación estratégica. Todos estos interrogantes se refieren únicamente a los medios. Tal vez la respuesta más sencilla es: para reconstruir su relevancia en la sociedad, porque la sociedad está experimentando un cambio de época.

El cambio en cuestión en la universidad, se percibe como una búsqueda de un equilibrio entre la coherencia interna y la correspondencia con lo que demanda el contexto, es decir conocer cuánto se corresponde el discurso universitario con la acción (Fuenmayor, 1995).

Ante tal situación, asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida.

Desde esta perspectiva es necesaria la revisión a través del presente estudio de lo que la universidad denomina prácticas de RS, a fin de determinar su coherencia con lo plasmado en los proyectos educativos institucionales. La revisión de las prácticas de RSU lleva a la revisión de una función sustantiva de la universidad como lo es la proyección social o proyección universitaria, teniendo en cuenta que desde esta función la universidad pretende su articulación con la sociedad. Sin embargo es necesario aclarar que la RSU la universidad la concibe a nivel interno y a nivel externo.

Las prácticas de RSU a nivel interno se conciben con el desarrollo llevado a cabo por la institución frente a sus empleados, docentes y personal administrativo,

mientras que a nivel externo se conciben desde la proyección social o proyección universitaria.

“...Adicionalmente la universidad es justa le paga bien a sus docentes, a sus empleados, cumple con todas las prestaciones, cumple con todos los requisitos de ley, precisamente en estos días comentaba el vicerrector que desde el año pasado la universidad estaba entrando a toda la parte ambiental y con toda la parte ambiental, toda esa responsabilidad implica que la universidad totalmente comprometida...”

“...Los servicios de apoyo a los estudiantes son ofrecidos por distintas instancias académicas y de bienestar de la Universidad, lo cual ha permitido cubrir algunos aspectos de la vida de los estudiantes: académicos, socioeconómicos, de salud, culturales y de actividad física, entre otros...”

“..INTERINSTITUCIONALIDAD: Vinculación al desarrollo local, regional y nacional a través de las prácticas, redes, convocatorias, entre otras...”

CAPÍTULO 5. VALORACIONES FINALES

5.1. CONCLUSIONES

- El análisis de la información permite encontrar diferencias en cuanto a la conceptualización de la RSU, entre las universidades privadas y públicas, aspecto que se debe al carácter mismo de la institución.
- Las prácticas sobre RS están asociadas a la proyección social de la universidad a nivel externo y tienen que ver con el compromiso social de la institución por un lado y el cumplimiento de un requisito académico por otro lado.
- El sentido de las prácticas de RS que llevan a cabo las universidades tanto públicas como privadas, están determinadas por la misión, visión y valores que promueve la IES.
- La definición del concepto de RS, en algunas de las universidades objeto de estudio, no está ligada a los problemas que enfrenta la sociedad, sino que está asociada a principios legados por sus fundadores o a su carácter ya sea religioso o laico en el que se enmarca la institución.
- La RS que promulga la universidad pública apunta a resolver problemas de orden social de una manera integral, con una articulación clara a las políticas de orden institucional.
- Las prácticas de RS que desarrollan las IES de carácter privado en su gran mayoría apuntan a consolidar una imagen institucional corporativa por encima del impacto social que esta pueda generar.
- Es importante tener en cuenta y no perder de vista que si bien todas las universidades comparten las mismas funciones presentes en su Misión, y se concretan y coexisten en el proyecto universitario de cada una de ellas, no todas son iguales, ni tienen la misma estructura, dimensión o capacidad. Por eso mismo también, es difícil pensar en un armazón conceptual sobre su RS que sirva igualmente para todas ellas. Además, es necesario tener en cuenta que las directrices de aplicación de criterios de responsabilidad no sirven de

igual manera para todos los contextos. Incluso las variables culturales y ambientales tienen una incidencia notable en la manera como se ha de adecuar el discurso de la responsabilidad en el contexto de cada universidad.

5.2. RECOMENDACIONES

- El reto de la universidad de este siglo consiste en mantener una orientación preferente hacia los ámbitos de vulnerabilidad de nuestra sociedad y entender de forma directa y evidente cuáles son los retos en materia de justicia social, independientemente de la situación económica propia y del entorno, de las políticas establecidas en un momento determinado por los poderes públicos, o de cualquier otra circunstancia que pudiera marcar prioridades al margen de la gente.
- Es necesario alinear la gestión organizacional con las políticas de RSU de una manera más explícita y articulada a la política institucional.
- Es necesario que las IES desarrollen actividades académicas que posibiliten el encuentro y la reflexión acerca de la RSU.

5.3. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

- Desde esta perspectiva es necesario y pertinente seguir profundizando a través de la investigación acerca de la RSU y la manera como las IES lo vienen desarrollando, de allí la necesidad de ampliar el estudio a más instituciones a fin de generar un marco conceptual sólido que dé cuenta de la RSU y de su estado actual.

ANEXOS

ANEXO No. 1. MATRIZ DE RELACIÓN**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
MAESTRIA EN ADMINISTRACION
MATRIZ DE RELACION**

ITEM UNIVERSIDAD	OBJETIVOS	METAS	VALORES	PRINCIPIOS	FILOFOSÍA	ACCIONES
Universidad Católica de Manizales						
Universidad de Manizales						
Universidad Nacional de Colombia sede Manizales						
Universidad de Caldas						

**ANEXO No. 2. GUÍA TEMÁTICA PARA ENTREVISTA A COORDINADORES
ACADÉMICOS DE LA IES PÚBLICAS Y PRIVADAS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
Guía temática de entrevista**

1. Información General

Nombre de la Institución.....

Carácter.....

Nombre del funcionario.....

2. Concepto de RSU que se promueve desde la institución

3. Las prácticas sobre RSE para que contribuyen en la gestión de la universidad?

4. Contribución de las prácticas de RSU a las prácticas de dirección de las IES

5. Contribución de las prácticas de RSU al mejoramiento de la gestión organizacional de las IES objeto de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Andrews, K., R. (1968). Introduction to the 30th anniversary edition. En Barnard, C. (Ed.) *The functions of the executive* (pp. vi-xxi). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Añez, S. Elementos que conforman la responsabilidad social corporativa
<http://www.redeconomia.org.ve/documentos/desageren/rscorpo.pdf>

Asher, C.C., Mahoney, J.M. y Mahoney, J.T. (2005). Towards a property rights foundation for a stakeholder theory of the firm. *Journal of Management & Governance*, 9 (1), 5-32.

Atkinson P. Etnografía, Métodos de investigación, Paidós editores, Barcelona (2003).

Avi-yonah, R.S. (2005). The cyclical transformations of the corporate form: a historical perspective on corporate social responsibility. *Delaware Journal of Corporate Law*, 30 (3), 767-818.

Baidez, A. Instrumentos empresariales para exteriorizar la información social medioambiental, actualidad financiera, Vol. 46, Diciembre 166, 178.

Baron, D.P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10 (1), 7-45.

Bateman, Thomas y Snell, Scott (1999). *Administración una ventaja competitiva*. Mc Graw Hill. Mexico,

Bauer, R.A. & Fenn, D.H.: «What is a Corporate Social Audit?». *Harvard Business Review*. Enero-febrero, 1973, pág.37.

Berle (1931 y 1932) Responsabilidad Corporativa, Motivación de negocios, y la realidad.

Besser, T.L. and Miller, N. (2001). 'Is the good corporation dead? The community social responsibility of small business operators. *Journal of Socio-Economics*, 30:3, 221–241.

Besser, T.L. and Miller, N. (2004). Little big firms? Corporate social responsibility in small businesses that do not compete against big ones. *Journal of Socio-Economics*, 30:3, 221–241

Bigné, E. R. Chumpitaz, L. A. y Valerie Swaen (2005). "Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis crosscultural". *Universia Business Review*, 5, 14-27.

Blake Oscar Juan. La crisis y la obsolescencia del conocimiento, *Business Ethics Quarterly*, 9 (3)

Bonilla Castro, E y Rodríguez Sehk, P. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales. 3 ed. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma. Universidad de los Andes, 1997. p. 90-145.

Bowen, H.R.1953. *Social Responsibilities of the businessman*, New Yourk: Harper & Row.

Bowen, M. and Poer, F.1993.The moral manager: communicative ethics and Exxon Valdez disaster. *Business Ethics Quarterly*, 3(2), 97-115.

Bowie, N.1995. New Directions in corporate social responsibility, in Hoffman.

Bronn, P.S. and Vrioni, A.B. (2001).Corporate social responsibility and cause – related marketing: An overview. *International Journal of Advertising*, 20,207-222. Business and Sustainable Development.2001.Coporate Social Responsibility Monitor. Available at: www.bsdglobal.com/issue/sr_csrm.asp.

Carr, A. (1968). Is business bluffing ethical? *Harvard Business Review*, 46 (1), 143-153.

Carr, A.Z. (1996). Is business bluffing ethical? En Rae, S.B. y Wong, K.L. (Eds.)

Carroll, A. B. (1991): The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. In: Business Horizons/Jul-Aug, pp-. 39-48.

Carroll, A.; Buchholz, A.K. (2000). "Business and Society. Ethic and Stakeholder Management" (4th ed.). South Western Collage Publishing. Cincinnati.

Carroll, A. B. (1998): *Social Responsibility*. En: Encyclopedic Dictionary of Business Ethics, Werhane and Freeman, Blackwell Publishers, Massachusetts, pp. 593-595.

Carroll, A. B. (1999): «Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct». *Business and Society*, vol. 38, 3, pp. 268-295.

Castillo Clavero, A. (1985): «La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control». Tesis Doctoral, Universidad de Málaga. Fac. CC. Económicas y Empresariales.

Castillo, A.M. (1988). *El resurgir de la responsabilidad social de la empresa en los umbrales del siglo XXI*. Málaga: Universidad de Málaga. Disponible en http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/pdf/098-ACA_Ana-Maria
Cea, J. L. (1980). La teoría del balance social. Cuadernos Universitarios de Planificación Empresarial y Marketing, 6(3): 355-379.

Chevalier, A. (1976). *El Balance Social de la Empresa*. Madrid: Fórum Universidad-Empresa.

Clark, J.M. (1919). Economic theory in an era of social readjustment. *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 9, 280-290.

Clark, J.M. (1926). *Social control of business*. New York: McGraw-Hill.

Cochran, P.L. & Wood, R.A. (1984). Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, 27, 42-56.

Coelho, Philip R. P. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders". *Business Horizons*, 34(4), 39. (2003b). "The social responsibility of management: a reprise". *Mid-American Journal of Business*, 18(2), 51.

— James E. McClure y John A. Spry (2003a). "The social responsibility of corporate management: a classical critique". *Mid-American Journal of Business*, 18(1), 15

Cruz Ayuso. (2009). La responsabilidad de la universidad en el proyecto de construcción de una sociedad. En revista *Educación superior y sociedad*, nueva época, año 13, No 2, Septiembre de 2009.

Cuervo, A. (2003) *Eficiencia y responsabilidad social de la empresa*. En *Liber Amicorum: Economía, Empresa y Sociedad*. Homenaje a Manuel Alonso Olea. Madrid: Thomson.Civitas.

Davis, K. (1960): "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities", *Academy of Management Journal*, Vol. 16, pp. 312-322.

De la Cuesta et al. (2002a): *La responsabilidad social corporativa: Una aplicación a España*, UNED, Madrid.

De la Cuesta et al. (2002b): *Inversiones éticas en empresas socialmente responsables*, UNED, Madrid.

Déniz-Déniz, M. C.; García-Falcón, J. M. (2002): «Determinants of the Multinationals' Social Response. Empirical Application to International Companies Operating in Spain». *Journal of Business Ethics*, July, vol. 38, 4, pp. 339-370.

Díaz De Iparraguirre, A.M. (2008): La responsabilidad social de la Universidad en la promoción del capital social para el desarrollo sustentable. Edición electrónica gratuita. Texto completo en <http://www.eumed.net/libros/2008b/402/index.htm>.

Dierkes, M. (1978). Corporate Social Performance in Germany .Conceptual Developments, Practical Experience, and Political Interests.

Donaldson, T. and Preston, L. E. (1995) "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications", *Academy of Management Review*, Vol. 20 No. 1, pp. 65-91.

Drucker, P.(1988): *La gerencia de empresas*, Edhasa, 1.ª reimpresión, Barcelona.

Drucker, P.(1999). *Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI*. Grupo Editorial Norma. Colombia.

D'Souza, D. E. and Miles, G. E. (2000). AACSB Re-accreditation: A springboard for course revision and how course revision can help you get accredited. Presented at the 2000 Academy of Management Conference, Toronto, Canada.

Fajardo Ó (2008). La responsabilidad social corporativa. Ventajas y claves para su implantación en las organizaciones. <http://fbusiness.wordpress.com/2008/05/31/la-responsabilidad-social-corporativa-ventajas-y-claves-para-su-implantacion-en-las-organizaciones/>

Fernández-G. R. Responsabilidad Social Empresarial Naturaleza Estratégica de la Universidad de León. En revista DOI 10.3232/GCG.2008.V2.N2.07

Frederick, W. C. (1998) "Moving to CSR4: What to Pack for the Trip", *Business and Society*, Vol. 37 No. 1, pp. 40-59.

Frederick, W. C. (1994) "From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought", *Business and Society*, Vol. 33 No. 2, pp. 150-164.

Frederick, W. C. (1986) "Toward CSR3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs", *California Management Review*, Vol. 28 No. 2, pp. 126-141.

Frederick, W. C., 1960, The growing concern over business responsibility, *California Management Review*, 2, 54-61

Freeman, R. E. (1998), "A stakeholder theory of the modern corporation", in Pincus, L. B. (Ed.), *Perspectives in business ethics*, McGraw-Hill, Singapore, pp. 171-181.

Freeman, R. E., Wicks, A. C. and Parmar, B. (2004) "Stakeholder Theory and 'The Corporate Objective Revisited'", *Organization Science*, Vol. 15 No. 3, pp. 364-369.

Friedman, M. (1998), "The social responsibility of business is to increase its profits", in Pincus, L. B. (Ed.), *Perspectives in business ethics*, McGraw-Hill, Singapore, pp. 246-251.

Friedman, M., "The methodology of positive economics", en *Essays in Positive Economics*, University of Chicago Press, Chicago, 1953.

Friedman y David L. Reed (1983). "Stockholders and stakeholders: a new perspective on corporate governance". *California Management Review*, 25(3), 88.

Friedman, M. (1966): *Capitalismo y libertad*. Rialp. Madrid.

Fox, T.; Ward, H. y Howard, B. (2002): Public Sector role in strengthening Corporate Social Responsibility. A baseline study. Working paper. The World Bank. www.worldbank.org

Fuenmayor, Ramsés (2001): "Interpretando organizaciones ". Consejo de Publicaciones de la Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela.

Gairín Sallán, J. La investigación sobre enfoques organizativos en educación [en línea]. Granada: 2000 [citado en 2009-10-20]. Disponible en Internet: <http://webs2002.uab.es/paplicada/htm/papers/ivestigenfoquesorganizativos.pdf>

Gallo, M.A.(1980): "Comparison of family and nonfamily business: financial logic and personal preferences". *Family Business Review*. Vol. 17, No. 4, pp. 303-318.

García A A. (2009). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. En revista latinoamericana y caribeña de desarrollo sustentable, Vol. VI.

Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53 (1-2), 51-71.

Gerde, V.W. y Wokutch, R.E. (1998). 25 years and going strong. *Business and Society*, 37 (4), 414-446.

Gibb, A (2000). "The enterprise culture and education: understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals", *International Small Business Journal*, Vol. 11 No. 3, pp. 11-34; también en "Entrepreneurship and small business management: can we afford to neglect them in the twenty-first century business school?", *British Academy of Management*, Vol. 7, pp. 309-21; 1996

Gray, E.R. y Balmer, J.M.T. (1998). Managing corporate image and corporate reputation. *Long Range Planning*, 31 (5), 695.

Gómez, J. y Loyola, A. (2004). Responsabilidad Social Empresarial en materia de relaciones laborales. Universidad de Chile. Facultad de ciencias económicas y administrativas, Escuela de Economía y Administrativas.

González-Simancas, J.L. (1992) Educación. Libertad y compromiso. Editorial Eunsa. Pamplona

Habisch, A. y Wegner, M. (2005). Overcoming the heritage of corporatism. En Habisch, A., Jonker, J., Wegner, M. y Schmidpeter, R. (Eds.) Corporate social responsibility across Europe. New York: Springer.

Henry G. Manne. Publicación: Los Anales de la Academia Americana de Ciencias Políticas y Sociales. Fecha: 1962. Página: 55. [2] Online: [2]

Heugens, P.P.M.A.R., Bosch, v.d. y Van Riel, C.B.M. (2002). Stakeholder integration. *Business and Society*, 41 (1), 36-60.

Hillman, A. J. and Keim, G. D. (2001) "Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?", *Strategic Management Journal*, Vol. 22 No. 2, pp. 125-139.

Hill, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14 (8), 607-618.

Howard Bowen *Social Responsibilities of the Businessman* Jenkins, H. (2004). «Corporate social responsibility and the mining industry: conflicts and constructs». *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11 (1), pp. 23-34.

Humble, J. (1975). La responsabilidad social de la empresa. F. Universidad Empresa. Madrid.

Hunt, S.D. (1976). The nature and scope of marketing. *Journal of Marketing*, 40 (3), 17.

Jiménez, B. (2004). Fundamentos Teóricos Críticos para la construcción de un Enfoque Gerencial basado en el concepto de Responsabilidad Social para Organizaciones Turísticas Venezolanas en el Contexto del Desarrollo Sustentable del Turismo en Venezuela. Tesis Doctoral. Caracas, Venezuela.

Johnson, R. y Ouchi, W. (1974). Made in America. *Harvard Business Review*, 52 (5), 61-67.

Jones, A. (2001): «Social Responsibility and the Utilities». *Journal of Business Ethics*, December, vol. 34, 3 -4, pp. 219-229.

Joyner, BE & Payne, D 2002, 'Evolution and Implementation: a study of values, business ethics and corporate social responsibility', *Journal of Business Ethics*, vol. 41, pp. 297-311.

Kakabadse, N., & Rozuel, C. (2006) 'The Meaning of Corporate Social Responsibility in a Local French Hospital: A Case Study', *Society and Business Review*, 1(1), pp.77-96.

Kapp, j.n. (1992). *strategic brand management*. london: kogan page.

Langton, J.S. (1983). *Confirmatory factor analysis* (Vol. 7-033). Newbury Park: Sage.

Lantos, G. P. (2002) "The ethicality of altruistic corporate social responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 3, pp. 205-230.

Lantos, Geoffrey P. (2001). "The boundaries of strategic corporate social responsibility". *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-632.

Levitt, T. (1958) "The Dangers of Social Responsibility", *Harvard Business Review*, Vol. 33 No. 5, pp. 41-50.

Lizcano, J. L. (1998): "Consejos, Stakeholders y mercados". *Cinco Días*, 30 noviembre. p 2.

Lizcano, J. L. (1999): "La verdadera Misión de la Empresa en el Siglo XXI", *Cinco Días*. 23 septiembre. p 4.

Lizcano J.L. Nieto P. La semántica de la responsabilidad social corporativa. *Revista AECA*, nº 76, septiembre 2006.

Lizcano, J.L. y Nieto, P. (2006a). La responsabilidad en el capitalismo futuro. Competencia, gasto público y comportamiento social de las empresas. *Universia Business Review*, (10), 10-23.

Logsdon, J.M. y Wood, D.J. (2002). Business citizenship: From domestic to global level of analysis. *Business Ethics Quarterly*, 12 (2), 155-187.

Lozano, J. M. (1999): *Ética y Empresa*. Editorial Trotta. Madrid

Lyson, S. (2003). Should marketing managers be concerned about attitudes towards marketing and consumerism in New Zealand? A longitudinal view. *European Journal of Marketing*, 37 (3/4), 385- 406.

Maccallum, R.C., Roznowski, M. y Necowitz, L.B. (1992). Model modifications in covariance structure analysis: the problem of capitalization on chance. *Psychological Bulletin*, 111 (3), 490-504.

Mahoney, J.F. (2002). Corporate reputation: Research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business Society*, 41 (4), 415-445.

Maldonado V. (2009). Paradojas y alcances de la Responsabilidad social Empresarial en el desarrollo Organizacional. http://www.tmater.com.br/Paradojas_y_alcances.pdf

Mallette, P. y Spagnola, R. (1994). State takeover legislation: the political defense. *S.A.M. Advanced Management Journal*, 59 (3), 15-23.

Marín, Ainhoa (2006). “Del marketing con causa a la responsabilidad social de la empresa”. *Investigación y Marketing*, (85), 48-51

Martí, J.J., Martínez, F., Martí Vilar, M. y Marí, R. (2007) “Responsabilidad social universitaria: acción aplicada de valoración del bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas” en Revista Polis. (<http://www.revistapolis.cl>)

Martínez de C., Cynthia (2002) "Lineamientos estratégicos de gestión tecnológica en el proceso de vinculación universidad-sector productivo" Tesis doctoral. La Universidad del Zulia

Martínez Y Picco (2008): Responsabilidad Social de las Universidades. (<http://carse.org/site>)

Martínez, (1998). La investigación cualitativa etnográfica en educación, Caracas, editorial texto.

Martínez Miguéles, M. La investigación cualitativa etnográfica en educación: Manual teórico-práctico. 3 ed. México: Editorial Trillas, 1998. 175p.

Marrewijk van, M. (2003a). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95-105. Conceptos y definiciones de la RSC y la sostenibilidad de las empresas: las agencias y de la comunión. Entre el *Journal of Business Ethics*, 44, 95-105.

Marrewijk, M. van: 2003a, 'A Value Based Approach to Organization Types: Towards a coherent set of stakeholder-oriented management tools', in: *Journal of Business Ethics*, Vol.55, No. 2, pp. 147-158.

Marrewijk M. La Dimensión Social de las Organizaciones Recent experiences with Great Place to Work® assessment practices. Las experiencias recientes con el gran lugar para trabajar ® prácticas de evaluación 'Multiple Levels of Corporate Sustainability', in: *Journal of Business Ethics*, Vol 44, nr 2 and 3, May 2003, 107-11.

McWilliams, A., Siegel, D.S. y Wright, P.M. (2006a). Corporate social responsibility: Strategic implications (editorial). *Journal of Management Studies*, 43 (1), 1-18.

McWilliams, A., Siegel, D.S. y Wright, P.M. (2006b). Corporate social responsibility: International perspectives. *Journal of Business Strategies*, 23 (1), 1-12.

McWilliams, I. Donald S. Siegel y Patrick M. Wright (2006). "Corporate *Management Studies*, 43(1), 1-18.

Melé, D. (Coord.) (1996): *Ética en el gobierno de la empresa. V Coloquio de Ética empresarial y económica*. EUNSA. Pamplona.

Melé, D. (Coord.) (1994): *Ética, mercado y negocios. II Coloquio de Ética empresarial y económica*. EUNSA. Pamplona.

Menon, S. y Kahn, B.E. (2003). Corporate sponsorships of philanthropic activities: When do they impact perception of sponsor brand? *Journal of Consumer Psychology*, 13 (3), 316-327.

Menon, A. y Menon, A. (1997). Enviropreneurial marketing strategy: The emergence of corporate environmentalism as market strategy. *Journal of Marketing*, 61 (1), 51-67.

Michavila, F (editor) Fundación Universidad-Empresa. Madrid.

Miles, Morgan P. y Jeffrey G. Covin (2000). "Environmental marketing: a source of reputational, competitive, and financial advantage". *Journal of Business Ethics*, 23(3), 299.

Miles, M.B. (1979). Qualitative data as an attractive nuisance: The problem of analysis. *Administrative Science Quarterly*, 24 (4), 590-601.

Miles, M.P. y Covin, J.G. (2000). Environmental marketing: A source of reputational, competitive, and financial advantage. *Journal of Business Ethics*, 23 (3), 299-311.

Miles, M.P. y Munilla, L.S. (2004). The potential impact of social accountability certification on marketing: a short note. *Journal of Business Ethics*, 50 (1), 1-11.

Moir, Lance (2001). "What do we mean by corporate social responsibility?". *Corporate Governance*, 1(2), 16.

Moore, G.; Spence, L. (2006): "Editorial: responsibility and small business". *Journal of Business Ethics*, Vol. 67, No. 3, pp. 219-226.

Moore, G. y Spence, L. (2006). Editorial: responsibility and small business. *Journal of Business Ethics*, 67 (3), 219-226. *Beyond integrity* (2 ed., pp. 23-31). Grand Rapids, Michigan: Zondervan.

Morin E.(2002)" Los siete saberes para la educación del futuro" Ediciones Paidós , Ibérica, S.A. ISBN: 9788449310768.

Morin E. (2003) "Educando en la era planetaria" Editorial Gedisa ISBN: 84-7432-835-7

Morin E, "Estamos en un Titanic" [http://www.iadb.org /ética/Documentos/dc_mor_estam.doc](http://www.iadb.org/ética/Documentos/dc_mor_estam.doc)

Munilla, L.S. y Miles, M.P. (2005). The corporate social responsibility continuum as a component of stakeholder theory. *Business and Society Review*, 110 (4), 371-

Muñoz Colomina, C. I (1987) Aportaciones contables a los nuevos objetivos y enfoques socioeconómicos de la empresa. IPC. Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

Murphy, Brian, Paul Maguiness, Chris Maguiness, Soren Wislang, Jingwu Ma y Rongmei Wang (2005). "Stakeholder perceptions presage holistic stakeholder relationship marketing performance". *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 1049- 1059.

Nasi, J., Nasi, S., Phillips, N. and Zyglidopoulos, S. (1997) "The Evolution of Corporate Social Responsiveness: An Exploratory Study of Finnish and Canadian Forestry Companies", *Business and Society*, Vol. 36 No. 3, pp. 296-321.

O'Dwyer, B. (2003). Conceptions of corporate social responsibility: the nature of managerial capture. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16 (4), 523-557.

Oosterhout y Heugens, 2006:6). La dimensión social de las actividades económicas. Asociación española de estudios de mercado, Marketing y opinión.

Pelekais, C; Ferrer,J; Cruz, A; Romero, D. (2007). Responsabilidad Social. Compromiso de las Organizaciones. Ediciones Astrodata. Maracaibo. Venezuela

Pérez López, J. A. 1994. *Fundamentos de la dirección de empresas*. Madrid: Rialp.

—. 1997. *Liderazgo*. Barcelona: Folio.

Perrini F. [2006]: "SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective", *Journal of Business Ethics*, nº 67(3), 305-316.

Piñuel Raigada, J. L. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de sociolingüística* [en línea]. 2002, vol.3, no 1 [citado en 2009-12-12]. Disponible en Internet: www.sociolingüística.uvigo.es/descarga_gratis.asp?id=58

Poesche, J. (1998). Business ethics in the choice of new technology in the kraft pulping industry. *Journal of Business Ethics*, 17 (5), 471-489.

Ponz, F. (1996) "Espíritu universitario", en *La educación personalizada en la universidad*. AA.VV. Rialp.Madrid

Post, J. E., Preston, L. E. and Sachs, S. (2002) "Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View", *California Management Review*, Vol. 45 No. 1, pp. 6-28.

Preston, L.E. y Post, J.E. (1981). Private management and public policy. *California Management Review*, 23 (3), 56-62.

Raga, J.T. (1998) "Claros y oscuros en el proceso de evaluación de la calidad en las universidades" En Experiencias y consecuencias de la evaluación universitaria (estrategias de mejora en la gestión).

Reyno M. M. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva, Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Industrias, Tesis de Grado Presentada Como requisito para optar al grado de MBA. Magíster en Gestión Empresarial.

Rodriguez, M. A., Ricer, J. E. and Sanchez, P. (2002) "Sustainable Development and the Sustainability of Competitive Advantage: A Dynamic and Sustainable View of the Firm", *Creativity and Innovation Management*, Vol. 11 No. 3, pp. 135-146.

Rodríguez G. (1996). Metodología de la investigación cualitativa, Ediciones Aljibe.

Rodriguez-Piñero Royo M, (2005). Responsabilidad Social Corporativa y Relaciones Laborales en Andalucía. Córdoba, España. Confederación Sindical de Ccoo de Andalucía. 2008. 340.

Rozuel, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35 (1), 56-60.

Sánchez Muñoz. P., C. Chaminade Domínguez and M. Olea de Cárdenas (2000): "Management of intangibles: an attempt to build a theory". *Journal of Intellectual Capital*, vol. 1, (4): 312-328.

Sánchez-Mayoral García-Calvo, F. (1997): *La medida contable de la equidad intergeneracional en el sector público* (Accounting measurement in the public sector: Intergenerational aspects). Madrid: Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

Sancho, J.M.; Hernández, F.; Carbonell, J.; Tort, T. & Simó, N. (1998) Aprendiendo de las innovaciones en los centros. La perspectiva interpretativa de investigación aplicada a tres estudios de caso. (Barcelona, Ediciones Octaedro S. L.).

Schrama, G.J.I. (2001). Sustainable banking at the Rabobank. En *Ahead of the curve: Cases of innovation in environmental management*. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Schoenberger-Orgard, M. (2005). Sustaining Edges: CSR, Postmodern Play and SMEs. *Public Relations Review*. Greenwich. Nov. 2005, vol.31, issue 4: 578.

Scholer, D.A. y Cording, M. (2006). A corporate social performance-corporate financial performance behavioral model for consumers. *Academy of Management Review*, 31 (3), 540-558.

Sharma, S. (2001). In search of excellence revisited: an empirical investigation of Peters and Sethi, S.P. (1975): "Dimensions of corporate social performance –An analytical framework". *California Management Review*, Vol. 17, No. 3, pp. 58-64.

Sethi, S. Prakash (1975). "Dimensions of corporate social performance-an analytical framework". *California Management Review*, 17(3), 58

Sethi, S. P. (1975) "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework", *California Management Review*, Vol. 17 No. 3, pp. 58-64.

Sethi, S. P. (1979) "A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns",

Smith, P. L. y E. F. Oakley (1994), "Gender-related differences in ethical and social values of business students: Implications for management", *Journal of Business Ethics*, 16, enero.

Smith, MK (2003)'Transforming Youth Work- Resourcing excellent youth services. A critique', the informal education homepage.

Southwell , M. (2004). "La escuela bajo la lupa: una mirada sobre política de "Subversión en el ámbito educativo", en: *Revista Puentes*, Comisión Provincial por la Memoria, La Plata.

Spence, L.J.; Rutherford, R (2001): "Social responsibility, profit maximization and the small firm owner-manager". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 8, Num. 2, pp. 126-139.

Spence, L.; Rutherford, R. (2003): "Editorial: Small Business and Empirical Perspectives in business Ethics". *Journal of Business Ethics*. Vol. 47 No. 1, pp. 1.

Stake. R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata

Stoner, C. (2001). Stakeholding: confusion or utopia? Mapping the conceptual terrain. *Journal of Management Studies*, 38 (5), 603-626.

Stoney, C.& Winstanley, D. (2001). Stakeholding" Confusion or utopia? Mapping the conceptual terrain. *Journal of Management Studies*, 38 (5), 603-626.

Thompson, J.; Smith, H. (1991): "Social responsibility and small business: suggestion for research", *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, No. 1, pp. 30-44.

Tolbert, C.M., Lyson, T.A. e Irwin, R. (1998). Local capitalism, civic engagement, and socioeconomic well-being. *Social Forces*, 77 (2), 401-427.

Tondi G. J. Entrevista sobre Responsabilidad Social empresarial y universitaria a François Vallaey: Filósofo, Consultor internacional en Responsabilidad Social Universitaria, Asesor de la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Profesor de Ética y Responsabilidad Social en el MBA de CENTRUM (Centro de Negocios de la PUCP), Colaborador en la Iniciativa Interamericana de Ética, Capital Social y Desarrollo del BID. En <http://blog.pucp.edu.pe/item/24725/entrevista-sobre-responsabilidad-social-empresarial-y-universitaria>

Vallaey F. (2006) programa de apoyo a iniciativas de Responsabilidad Social Universitaria, Ética y Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo.

Vallaes F. (2005) "Breve marco teórico de la Responsabilidad Social Universitaria" (<http://blog.pucp.edu.pe/item/>)

Varadarajan, P. Rajan and Anil Menon (1988), "Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy," *Journal of Marketing*, 52 (July) 58-74.

Vinten, G. (2001). Shareholder versus stakeholder – is there a governance dilemma? *Corporate Governance: An International Review*, 9 (1), 36-47.

Von Bischoffhausen, Werner. El balance social, la empresa y sus responsabilidades. Contabilidad Teoría y Práctica. Marzo, 1987.

Waddock, S. y S. B. Graves (1997): "The corporate social performance-financial performance link", *Strategic Management Journal*, 18 (4), pp. 303-319.

Wartick, S. L. and Cochran, P. L. (1985) "The Evolution of the Corporate Social Performance Model", *Academy of Management Review*, Vol. 10 No. 4, pp. 758-769.

Wartick, Steven L. y Philip L. Cochran (1985). "The evolution of the corporate social performance model". *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.

Watson, George W., Jon M. Shepard y Carroll U. Stephens (1999). "Fairness and ideology". *Business and Society*, 38(1), 83.

Wegner, D. M. Y Schaefer, D.: "The concentration of responsibility: An objective self-awareness analysis of group size effects in helping situation", *Journal of Personality and Social Psychology*, nº 36, 1978. Reproducido en John Lamberth: "Psicología Social". Piramide, Madrid 1982.

Williams, J. Clifton et al (1985). *Management & Organization*. Cincinnati, South Western Publishing Co.

Windsor, D. (2001) "The Future of Corporate Social Responsibility", *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 9 No. 3, pp. 225-256.

Wood, D. J. (1991) "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Review*, Vol. 16 No. 4, pp. 691-718

Wood, D. J. and Jones, R. E. (1995) "Stakeholder mismatching: a theoretical problem in empirical research on corporate social performance", *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 3 No. 3, pp. 229-26

Wokutch, R.E. y Shepard, J.M. (1999). The maturing of the Japanese economy: Corporate social responsibility implications. *Business Ethics Quarterly*, 9 (3), 527-540.

Woodward, Joan (2004). *Industrial Organization*. New York, Oxford University Press.

Yin, R.K. (2003). *Case study research: design and methods, Applied Social Research Methods Series* (3rd ed.). Newbury Park: Sage Publications.

Zafiroopoulos, C. y Vrana, V. (2005). Information services offered through the hotel web sites: a comparative study between Cyprus and Greece. *The Cyprus Journal of Sciences*, 3 (Spring), 225-248.

Zenisek, Thomas J. (1979) "Corporate social responsibility: a conceptualization based on organizational literature". *The Academy of Management Review*, 1979, 4(3), 359.