

Percepción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (FACES-ULA) con relación a la Responsabilidad Social Empresarial¹

Baptista de C., María Virginia^{2*}
León de Álvarez, María de Fátima³
Mora Contreras, César Enrique⁴

Recibido: 25/01/2014
Revisado: 27/06/2014
Aceptado: 07/10/2014

Resumen >>

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) comienza a presentarse como una orientación gerencial que apuesta hacia el comportamiento ético y responsable de las organizaciones ante sus grupos de interés. En este entendido, es primordial el rol que juegan los gerentes que se forman en las universidades, razón por la cual el presente estudio busca analizar la percepción de los estudiantes del último semestre de la carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (Venezuela) con relación a la RSE y, a través de esta visión, comprender las debilidades de las que adolecen nuestros *pensa* de estudios. Se trata de una investigación documental, de campo y descriptiva, cuyos resultados demuestran que parte importante de los estudiantes encuestados tienen orientación ética y ambiental sin desmedro de lo económico. No obstante existe también un grupo significativo que muestra inclinación a lo económico aun cuando se incumpla con el componente ético. Asimismo, son pocas las asignaturas del *pensum* de estudio que aportan verdadero valor a la formación en este sentido. Es de destacar que los estudiantes consideran a Empresas Polar como la organización que demuestra más responsabilidad social.

Palabras clave: percepción, estudiantes, Responsabilidad Social Empresarial

Abstract >>

PERCEPTION OF STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIALS SCIENCES, UNIVERSITY OF LOS ANDES, REGARDING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Corporate Social Responsibility (CSR), appears as a management orientation that focuses towards ethical and responsible organizations to their stakeholders behavior. With this understanding, it is essential the role that managers who are educated in universities have, which is the reason of this study, that aims to analyze the perception of students in the last semester of Business Administration career in Economics and Social Sciences Faculty of University of the Andes (Venezuela) in relation to CSR and, through this vision, understand the weaknesses of the curricula. This is a documentary and descriptive research. The results show that an important part of students have ethical and environmental direction without impairing the economic orientation. However there is also a significant group that shows an inclination to economics orientation even when not comply with the ethical component. Also, few subjects on the curricula bring real value to training in this regard. It is noteworthy that students recognized "Empresas Polar" as the most socially responsible company.

Key words: Perception, students, Corporate Social Responsibility

- 1 Resultados parciales del proyecto financiado por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (CDCHTA) de la Universidad de Los Andes (Mérida, Venezuela) titulado "Percepción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la ULA con relación a la responsabilidad social empresarial.", identificado con el código E-326-12-09-B.
- 2 Profesora de la Cátedra de Mercadotecnia de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. Adscrita al Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial. MSc. Administración, mención Mercadeo (CIDE-ULA).
- 3 Profesora de la Cátedra de Mercadotecnia de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. Adscrita al Departamento de Ciencias Administrativas. Doctorando en formación, empleo y desarrollo regional en la Universidad de La Laguna, España).
- 4 Profesor de la Cátedra de Mercadotecnia de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. Adscrito al Departamento de Ciencias Administrativas. Máster en Sostenibilidad y RSC (Universidad Jaume I, España).

1. Introducción

Ante las debilidades que se observan en la economía mundial relacionadas con el poder de las empresas, que muchas veces sobrepasan el dominio de los países, se ha generado preocupación sobre el abuso que éstas pueden llegar a cometer (Foroohar, 2012). Con las ventajas de la producción flexible las empresas plantean nuevas situaciones y relaciones de trabajo y producción que, en muchos casos, implican daños a las personas y sus entornos naturales. Por un lado, se encuentran casos de abusos y discriminación de los trabajadores en cuanto a sus condiciones de trabajo, irrespeto a los derechos humanos y daños a los pueblos que no ven compensado el beneficio que obtienen las trasnacionales que explotan sus recursos naturales; por otro, daños irreversibles al ambiente que ponen en riesgo la existencia humana.

En este contexto, se propone una alternativa de gestión empresarial que marca pautas y orienta acerca de las buenas prácticas que debe atender el sector empresarial. En tal sentido, entra en juego lo que se ha denominado Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esta orientación se presenta como una apuesta a una nueva forma de gerencia que plantea un proceso de gestión de relaciones de la empresa con sus diferentes grupos de interés, valga decir, empleados, propietarios, proveedores, clientes, inversores, comunidad y ambiente (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Ahora bien, dada la creciente importancia del tema para las organizaciones y para quienes las dirigirán en el futuro (actuales estudiantes de Administración de Empresas) se requiere que los contenidos programáticos garanticen una formación donde se enfatice en valores y ética. Obviar esta realidad puede significar que las organizaciones permanecerán aisladas de las realidades sociales de sus trabajadores y grupos relacionados, siendo poco el impacto que generen sobre éstos y el desarrollo de sus comunidades y entorno natural.

Para diagnosticar la situación actual de la aplicación de esta orientación en la educación que se imparte en la FACES-ULA, Mé-

rida, Venezuela, en este primer acercamiento se abordará la percepción sobre la RSE que tienen los estudiantes del último semestre de la carrera Administración de Empresas. Los resultados permitirán conocer la importancia y jerarquía que otorgan a las diferentes dimensiones de la responsabilidad social planteadas desde el enfoque de Carroll (1979, 1991), las contribuciones de las diferentes áreas y la relación que observan con respecto a la empresa exitosa. Sus hallazgos deben servir de reflexión para quienes tienen la oportunidad de dirigir el destino de una institución que debe guiar el desenvolvimiento y evolución del acontecer organizacional en un todo de acuerdo con las nuevas realidades y exigencias de un mundo cambiante y globalizado. Más aún, respondiendo a los requerimientos de un contexto geográfico local que exige y espera un desarrollo local que no es posible sin la contribución de sus organizaciones.

El estudio plantea como objetivo general “Estudiar la percepción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (FACES-ULA) con relación a la RSE”. A partir de éste se derivan los siguientes objetivos específicos: 1) Identificar el orden de importancia de las dimensiones de la RSE percibido por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes; 2) Jerarquizar las premisas de cada dimensión de la RSE percibidas por los estudiantes de la FACES-ULA; 3) Señalar las áreas de conocimiento pertenecientes a los *pensa* de estudio de las carreras que se imparten en la FACES-ULA, donde se abordan temáticas relacionadas con la RSE; y 4) Determinar la presencia de elementos relativos a la RSE en el concepto de empresa exitosa percibido por los estudiantes de la FACES-ULA.

2. Marco teórico

En el ámbito de la RSE existe un extenso bagaje de estudios que han contribuido a lo que hoy se atiende como su contenido teórico. Estos aportes emergen desde la academia, organismos internacionales y empresas, entre otros. A continuación, se esbozan aspectos básicos para entender esta orientación.

2.1 Definición de la RSE

Aun cuando son numerosos los estudios que se han realizado sobre el tema, todavía no existe consenso en cuanto a la definición del término RSE. Es notorio que los estudios realizados en este campo han crecido de forma significativa, existiendo una gran proliferación de teorías, enfoques y terminologías (Garriga y Melé, 2004)

Rodríguez (2007) plantea que la RSE puede entenderse fundamentalmente desde dos perspectivas: una, llamada Instrumental, a través de la cual la empresa busca mejorar su imagen comercial y fortalecer su reputación, lo que genera un acumulado de activos intangibles, diferenciación, motivación del personal y en definitiva, riqueza para la empresa; y otra, llamada por el autor como *RSE Avanzada*, en la que la riqueza que se pretende crear es compartida por los diferentes grupos de interés, buscando articular de forma efectiva la participación de la empresa en la solución de los problemas o necesidades de los grupos de interés relevantes, vislumbrándose para ello una empresa con un modelo de acción pluralista.

Para Guédez (2006) existe una definición *connotativa* que la define como el ejercicio ético y sustentable de la competitividad, donde se articulan las perspectivas planteadas por Rodríguez (2007); otra, *descriptiva*, que se refiere al conjunto de estrategias que permiten identificar y atender, anticipar y sobrepasar, las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés internos y externos. Una tercera que llama *operativa*, que complementa los conceptos anteriores y pone de manifiesto su operatividad.

Otra definición puede encontrarse en la Norma ISO 26000, según la cual la responsabilidad social es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; que tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; que esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (International Organization for Standardization, 2010).

Desde la Unión Europea son significativos los aportes a esta orientación y a través de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en su Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, se define la RSE como:

Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio (p. 4)... Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores (p. 7).

Asimismo hace énfasis en su inclusión en la visión y gestión estratégica como eje transversal, es decir, debe incorporar en la gestión estratégica de las organizaciones el respeto a los valores éticos, las personas (clientes, empleados, comunidades) y al medio ambiente. Esta forma de actuar, por añadidura, derivará en competitividad, rentabilidad, calidad de vida y capital social. Por otra parte, mantener excelentes relaciones basadas en la responsabilidad social, sin duda alguna derivará en una también excelente reputación e imagen empresarial que por añadidura resultará en rentabilidad.

Mientras se mejora la calidad de vida de los empleados, sus familias, comunidad, clientes, demás grupos y el ambiente, paralelamente se estará contribuyendo con el desarrollo económico de las sociedades; y en la medida que el beneficio económico se cumpla, la filosofía de acción de la RSE orientará las verdaderas inversiones innovadoras y respetuosas de los derechos humanos, laborales y ambientales. En otras palabras, esta responsabilidad permite a las organizaciones ser más competitivas, a lo cual la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) expresa:

Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos interlocutores que pueden influir realmente en su libertad de funcionamiento, los argumentos comerciales son evidentes. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de calidad (p. 4).

La RSE atiende las expectativas e intereses de diferentes grupos relacionados con la empresa, es decir, inversionistas, colaboradores, empleados, proveedores, gobierno, organizaciones sociales, comunidades, clientes e intereses relacionados con el medio ambiente y la ecología. Asimismo, se desarrolla enmarcada en derechos internacionales. Según la Iniciativa de las Naciones Unidas “Pacto Global” (Núñez, 2003), la RSE se puede plantear en tres planos, a saber:

- 1) **Derechos humanos:** enmarcados en estándares internacionales como la Declaración internacional de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- 2) **Derechos laborales:** enmarcados en los cuatro principios fundamentales de la OIT y del Derecho del Trabajo y
- 3) **Derechos ambientales:** responsabilidad sobre externalidades generadas por su actividad productiva, lo cual incluye la gestión de recursos naturales, control de contaminación, manejo de desechos, el ciclo del producto y más allá de esto, participación en la mejora de los problemas (salud, vivienda, agua, transporte y deterioro del ambiente, entre otros) de la comunidad en la cual se desarrolla y a la que pertenecen sus empleados y otros grupos de consideración de la empresa.

Desde los organismos internacionales también existen valiosos aportes, entre los cuales existen importantes iniciativas que han marcado y orientado a cada vez más empresas. El cuadro N° 1. muestra los principales aportes a la temática.

Cuadro N° 1. >>> Instituciones y sus aportes a la RSE

Comité Internacional de Normalización (ISO)
<p>Norma ISO 9000 (1997) actualización para regular aspectos de calidad.</p> <p>Norma ISO 14000 (iniciadas en 1996), para pautas relativas a la gestión medioambiental. La serie 14000 se presenta en dos grandes grupos: Normas ISO dirigidas al nivel organizativo, en especial para los Sistemas de Gestión Medio Ambientales (SGMA), es decir, para su implementación, auditoría medioambiental, evaluación de la actuación y comunicación de los resultados; y el segundo grupo, dirigidas a productos y servicios en aspectos relacionados con el uso, declaraciones medioambientales, desarrollo del ciclo de vida del producto, desarrollo de productos y estándares aplicados a los mismos.</p> <p>Norma ISO 26000 (2010): orientación armonizada y pertinente a nivel mundial para cualquier organización, elaborada teniendo en cuenta la diversidad social, ambiental, legal, económica y organizacional, por lo que cualquier organización puede aplicar sus directrices. La norma no está enfocada a la certificación puesto que se compone de recomendaciones y no de requisitos, dejando claro el carácter voluntario (International Organization for Standardization, 2010).</p>
Global Reporting Initiative (GRI)
<p>Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, versión G4 (2013), que ayuda a las organizaciones a marcarse objetivos, medir el desempeño y gestionar el cambio con el propósito de que sus operaciones sean más sostenibles. Las memorias de sostenibilidad contienen información sobre la incidencia de las organizaciones, ya sea esta positiva o negativa, en el medio ambiente, la sociedad y la economía. Dentro de las categorías de temas de la guía se encuentran economía, medioambiente, desempeño social, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre los productos (Global Reporting Initiative, 2013).</p>
Social Accountability Internacional (SAI)
<p>Norma SA8000 (1997) basada en las normas ISO, Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, Declaración de los Derechos del Niño y Convenios de la Organización Internacional del Trabajo, es un estándar para verificar las condiciones de trabajo a lo largo de la cadena de valor, es decir, un enfoque dedicado exclusivamente a la RSE interna. Plantea nueve ámbitos de acción: trabajo infantil, trabajo forzoso y obligatorio, derecho de sindicación, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión (Social Accountability International, 2008).</p>

Naciones Unidas (Foro Económico Mundial entre el empresariado mundial y las Naciones Unidas)

Pacto Mundial (1999), basado en diez principios que deberían adoptar las empresas (y que posteriormente han sido retomados por otras iniciativas): 1) apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia; 2) asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos; 3) apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; 4) apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción; 5) apoyar la erradicación del trabajo infantil; 6) apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación; 8) fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; 9) fomentar el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente; 10) trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno (Organización de las Naciones Unidas, <http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/>).

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Directrices de la OCDE dirigidas a las empresas multinacionales (actualización 2011) que presentan una serie de principios y normas en materia de responsabilidad social de carácter voluntario para las empresas, compartidos por sus países miembros y forman parte de la Declaración de la OCDE sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales. Las líneas directrices abordan temas de principios a seguir por las empresas, publicación de informaciones, derechos humanos, empleo y relaciones laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, peticiones de soborno y otras formas de extorsión; intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad, así como procedimientos para su puesta en práctica (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2011).

Naciones Unidas (Cumbre del Milenio)
<p>Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) (2000), logrados con la participación de 189 países, incluyendo 147 jefes de Estado. Establecen la responsabilidad colectiva de respetar y defender los principios en el plano mundial, de la dignidad humana, la igualdad y la equidad, trabajar por la paz y darles cumplimiento para el año 2015. Los ODM plantean premisas sobre los temas pobreza, hambre, educación, ambiente, equidad de género y salud, a los efectos de reducir los niveles de subdesarrollo y desigualdad de los países en vías de desarrollo. Los ocho objetivos son: 1) Erradicar la pobreza extrema y el hambre 2) Lograr la enseñanza primaria universal, 3) Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, 4) Reducir la mortalidad infantil, 5) Mejorar la salud materna, 6) Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades, 7) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, 8) Fomentar una asociación mundial para el desarrollo (Organización de las Naciones Unidas: http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/).</p>
Comisión de las Comunidades Europeas
<p>Libro Verde, para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (2001), el cual inculca la aplicación de buenas prácticas, dar a conocer y aprovechar las experiencias positivas, aumentar la transparencia, fiabilidad y evaluar, en este sentido, las conductas empresariales. En su contenido se define la RSE en sus dimensiones interna (gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el puesto de trabajo, adaptación al cambio, gestión e impacto ambiental y de los recursos naturales) y externa (comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales). Plantea la inclusión de la RSE en la gestión empresarial debiendo considerarse en cada paso de la planificación estratégica de la empresa (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).</p>
Instituto ETHOS
<p>Indicadores ETHOS-IARSE/PLARSE para Negocios Sustentables y Responsables (actualización en septiembre de 2013), es una herramienta de gestión, gratuita, que busca apoyar a las empresas en la incorporación de la sustentabilidad y responsabilidad social en sus estrategias de negocio, de modo que este sea sustentable y responsable. Ha considerado para su elaboración las directrices de la ISO 26000 y directrices del GRI. Evalúan cuánto de sustentabilidad y responsabilidad social ha sido incorporado a través de cuarenta y siete indicadores, ayudando a definir estrategias, políticas y procesos (Instituto Ethos de empresas y responsabilidad social, 2013; Instituto Argentino de Responsabilidad Social IARSE, 2014).</p>

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los planteamientos de las instituciones citadas.

2.2 Dimensiones de la RSE

Existen varias propuestas para entender la RSE, considerándola como un conjunto de dimensiones o grandes aspectos a considerar. Entre otras, está la planteada por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), a través de su Libro Verde de la responsabilidad social, cuya estructura se muestra en el cuadro N° 2.

Cuadro N° 2. >>>
**Dimensiones de la RSE según el Libro Verde
de la Comisión de las Naciones Europeas**

Dimensión interna: prácticas responsables relacionadas con los trabajadores y respeto del medio ambiente reflejadas en la gestión de recursos naturales utilizados en la producción.
Gestión de los recursos humanos
Estabilidad laboral vista desde la responsabilidad, mejores canales y calidad de información, equilibrio entre trabajo, familia y ocio, respeto a la diversidad, igualdad de retribución y género, participación en los beneficios de la empresa y seguridad en el lugar de trabajo.
Salud y seguridad del puesto de trabajo
Requerir a proveedores y contratistas actuaciones responsables, tales como condiciones para continuar o iniciar contratos o relaciones comerciales y programas de formación y gestión de salud y seguridad laboral. Garantizar espacios de respeto a la salud y seguridad en el lugar de trabajo que puedan medirse, comunicarse y certificarse.
Adaptación al cambio
Equilibrar los intereses y preocupaciones de los afectados por despidos permitiendo su participación e implicación mediante la información y consulta en francos procesos de cooperación y diálogo. Adicionalmente, contemplar cursos de actualización que garanticen su empleabilidad.
Gestión del impacto ambiental y los recursos naturales
Prácticas respetuosas del medio ambiente, específicamente en lo relacionado con los recursos naturales utilizados en la producción, implicando reducción del consumo de recursos, producción de desechos, emisión de agentes contaminantes y análisis de las repercusiones del producto durante su ciclo de vida y el desarrollo de la cadena de valor.
Dimensión externa: prácticas socialmente responsables dirigidas a las comunidades y grupos de interés; cubre también los derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

Comunidades locales
Integración de las empresas en su entorno local como motores de su desarrollo ofreciendo puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales en una relación de ganar-ganar. Implica conocer los agentes locales, tradiciones, recursos, entre otros, así como contribuir con la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias y sus comunidades.
Socios comerciales, proveedores y consumidores
Colaboración y cooperación con los socios comerciales a través de suministros fiables, precios, servicios, entre otros. Apoyo a las pymes contribuyendo a iniciativas emprendedoras, financiamiento y adquisición minoritaria de capital de empresas con iniciativas prometedoras.
Derechos humanos
Relacionada con los derechos humanos, sobre todo los vinculados con las interrelaciones internacionales y cadenas de suministro. Se exhorta al respeto de los derechos humanos a través de la Declaración Tripartita de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).
Problemas ecológicos mundiales
Busca reunir voluntades y acciones de Estados y empresas en pro de marcar lineamientos internacionales a favor de comportamientos empresariales que contribuyan con la salud del entorno global y sostenible.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de lo planteado por la Comisión de las Naciones Europeas (2001).

Así, el Libro Verde de la Responsabilidad Social, plantea la RSE desde dos ópticas: una interna y otra externa, a través de las cuales la empresa se interrelaciona con todos sus grupos de interés.

Otra propuesta se encuentra en la contribución de Carroll (1991), según la cual la RSE debe entenderse como la integración de cuatro componentes o responsabilidades sociales referidas a lo económico, legal, ético y filantrópico, lo cual vendría a constituir la responsabilidad social total de la empresa.

Según este estudioso del tema, los cuatro tipos de componentes o responsabilidades pueden representarse en una pirámide cuya base es lo económico y, luego, más arriba, los niveles relacionados con lo legal, ético y filantrópico. Pueden asumirse de forma secuencial o

en forma paralela. El cuadro N° 3, muestra el planeamiento de este estudio que ha marcado pauta en el análisis del tema.

Cuadro N° 3. >>>

Componentes o responsabilidades sociales de la organización

<p>Componente o responsabilidad económica</p> <p>Producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los miembros de la sociedad recibiendo a cambio una ganancia. Todas las demás responsabilidades empresariales se apoyan en la responsabilidad económica de la empresa, pues sobre su soporte es posible asumirlas. En ese sentido, la empresa debería ser consistentemente rentable, poseer una fuerte situación competitiva y ser eficiente en sus operaciones</p>
<p>Responsabilidad legal</p> <p>Cumplir con la legalidad a la hora de operar. Se refiere a operaciones justas que permitan proporcionar bienes y servicios cumpliendo los requisitos legales mínimos. Parte del éxito de una organización depende del cumplimiento de sus obligaciones legales.</p>
<p>Responsabilidad ética</p> <p>Aunque las responsabilidades económicas y legales encarnan las normas éticas sobre la equidad y la justicia, la responsabilidad ética comprende las actividades y prácticas que pueden esperarse de las organizaciones o que están prohibidas por los miembros de la sociedad a pesar de no estar codificadas en la ley. Incorporan estándares, normas o expectativas que conciernen a consumidores, empleados, accionistas y comunidad, que son justas o de acuerdo con el respeto y protección de los derechos morales y van más allá del mero cumplimiento de las leyes. Asimismo, debe evitarse comprometer las normas éticas a favor de los objetivos corporativos y debe hacerse lo correcto moral o éticamente</p>
<p>Filantropía</p> <p>Abarca aquellas acciones corporativas en respuesta a las expectativas de la sociedad, que incluyen la participación activa en programas para promover el bienestar o la buena voluntad humana. Se trata de contribuciones empresariales (financieras o de tiempo) al arte, educación, comunidad, entre otros. Así, se espera que las organizaciones apoyen a las instituciones educativas públicas y privadas; los gerentes y empleados participan en actividades de voluntariado y caritativas dentro de sus comunidades locales.</p>

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los planteado por Carroll (1991).

En resumen, según Carroll (1991), las empresas son las unidades económicas básicas de la sociedad y por tanto se espera que produzcan los bienes y servicios que ésta requiere (económico). Por supuesto, incluye que obtengan ganancia, generen empleo y bienestar a través de un comportamiento ajustado a la ley (legal). Ahora bien, la responsabilidad ética va más allá del cumplimiento de la ley, pasa por el comportamiento y normas éticas que la sociedad espera del negocio (ética). La responsabilidad de voluntariado, filantropía o libre discreción de la empresa, implica ir más allá de lo que la sociedad esperaría de la empresa. En este sentido, la empresa escucha sus necesidades e intenta ayudar. Como se ha mencionado, según el autor, pueden darse en etapas o forma simultánea, pues sin solidez económica difícilmente puede aspirarse al resto. Sin embargo, también es cierto que la ética debería estar de forma transversal en todos los componentes.

Ahora bien, si se quisiera entender cómo evolucionan las empresas en el camino de la responsabilidad social, lo expuesto por Guédez (2006) puede servir de ayuda. Según el autor, el comportamiento socialmente responsable no se alcanza de forma definitiva, más bien resulta de un proceso de madurez producto de la conjunción de intereses y esfuerzos humanos internos que trascienden a sus relaciones con el entorno.

Primero, surge la organización *económicamente responsable*, que busca garantizar la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo en un ambiente de legalidad. La siguiente etapa es la consideración de la organización como *públicamente responsable*, es decir, que tal responsabilidad pueda ser percibida en el desarrollo o prestación de productos y/o servicios de calidad, precio justo, empleos dignos, cumplimiento de la ley, entre otros. La organización *socialmente dispuesta* está convencida y consciente, y decide hacer algo al respecto, buscando orientación a su decisión; es consciente de su papel en la sociedad y la reconoce a través de estrategias sociales. La organización *socialmente competente*, además de la conciencia y decisiones enmarcadas en lo socialmente responsable, desarrolla competencias individuales y grupales asociadas a las exigencias del negocio. Implica capacidad y disposición de los miembros para orientar su

compromiso social. Seguidamente, inspirada en el concepto de inteligencia social, la organización *socialmente inteligente* integra sus competencias e institucionaliza estructuralmente la RSE (misión, visión, procedimientos, programas de información, formación, cultura, iniciativas, políticas de rendición y balance social). Por último, la organización *socialmente ética*, reconocida públicamente por el cumplimiento de estándares de calidad, disposición, capacidad e inteligencia organizacional, adicionalmente considera al ser humano como el eje central del sistema y se fundamenta en el respeto a los derechos humanos, el fomento del capital social y la sostenibilidad.

Aunque el plano ético se considere en la última etapa, no quiere decir que se ignore en las etapas previas. Quizás podría plantearse como un crecimiento o madurez ética que se considera más sólida, plena e integral en la última etapa (pues la responsabilidad económica y legal o la consideración del derecho de los consumidores, por ejemplo, involucran necesariamente a la ética).

3. Metodología

El presente estudio es de carácter exploratorio y descriptivo, con un enfoque cuantitativo de la realidad que se aborda. Adicionalmente, el diseño aplicado genera una investigación documental, de campo y no experimental. Aborda a los estudiantes del último semestre de la carrera de Administración de Empresas de la FACES-ULA, Núcleo Mérida, Venezuela, en el último trimestre del año 2013, pues se considera que estos serán parte de los futuros gerentes de organizaciones venezolanas y, por tanto, contribuirán con la gestión estratégica de las mismas.

De acuerdo al listado emitido por la Oficina de Registros Estudiantiles de la FACES (OREFACES, 2013), se tiene que el número de estudiantes del último semestre de la carrera Administración de Empresas asciende a ochenta y cinco alumnos. En este orden de ideas, dado que el número puede ser alcanzable, se ha considerado pertinente abordar a toda la población a través de un censo. En la investigación de campo se utilizó como instrumento el cuestionario a

través de la técnica de encuesta. De igual forma, para la validación del instrumento, se remitió la valoración del mismo a tres expertos en el área de RSE, estadística y metodología.

Para identificar el orden de importancia de la RSE, se consideraron las dimensiones propuestas por el modelo de Carroll (1991), es decir, dimensión económica, legal, ética y filantrópica o discrecional. Adicionalmente, dada la importancia del tema ambiental, se adicionó este componente a estas dimensiones. El encuestado asigna a cada opción un número dentro de la escala del 1 al 5, donde “1” es el menos importante y “5” más importante. Así, se puede conocer el orden de importancia que otorgan a las dimensiones (objetivo 1).

Luego, cada dimensión es particularmente evaluada considerando una serie de enunciados que develan la percepción del estudiante con respecto a estas. De igual forma asigna un número utilizando la misma escala, es decir, “1” es el menos importante y “5” más importante. De esta forma se jerarquizan las premisas de cada dimensión (objetivo 2). Para identificar las áreas temáticas en las cuales se imparten contenidos relacionados con la RSE, se ofrece una lista de asignaturas del *pensum* de estudios de la carrera de Administración de Empresas para que señalen con una “X” las que cumplen con esta condición (objetivo 3).

En cuanto a las características que conciben como exitosas en una empresa, se presentan veintitrés enunciados de diferente naturaleza, dentro de los cuales (entre otros) existen los relacionados con empresas exitosas y socialmente responsables. Los encuestados eligen las ocho características o enunciados que consideren más importantes. Finalmente, se muestran enunciados que denotan acciones empresariales que incluyen algunas acciones socialmente responsables, ante las cuales elegirán entre la opción “sí” o “no” según lo consideren pertinente (objetivo 4).

En conjunto, estos cuatro objetivos ofrecerán la información requerida para analizar la percepción de la responsabilidad social empresarial por parte de los estudiantes de la FACES-ULA.

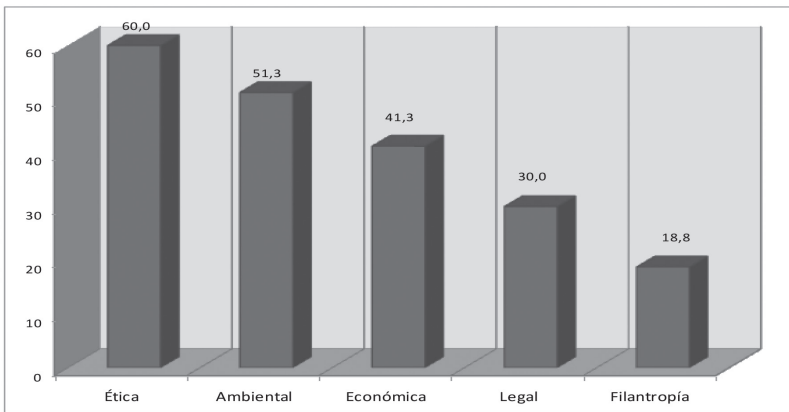
4. Resultados

El diagnóstico se levanta de los ochenta estudiantes del último semestre de la carrera de Administración de Empresas de la FACES-ULA, núcleo Mérida, Venezuela, que contestaron la encuesta.

4.1 Jerarquía de las dimensiones de RSE

Considerando las cinco dimensiones de RSE estudiadas (económica, legal, ambiental, filantrópica o libre discreción y ética) y su jerarquización según la importancia otorgada por los estudiantes, el gráfico N° 1, se muestran los resultados arrojados.

Gráfico N° 1. >>>
Jerarquía de las dimensiones de RSE.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

Como se evidencia, 60% de los estudiantes consideran a la dimensión ética como la más importante; asimismo, más de la mitad consideran en segundo lugar a la dimensión ambiente, seguida por la dimensión económica. En los últimos lugares posicionan la dimensión legal y la discrecional. Este comportamiento deja ver una clara inclinación de los estudiantes hacia las conductas éticas en lo que concierne a su comportamiento como gerentes dentro de las organizaciones, así como el respeto por los valores ambientales, sin desmedro de los aspectos económicos.

Asimismo, el hecho de que prioricen lo ético y ambiental pudiera sugerir que la mayoría tiene más o menos claro el que la RSE no es sólo filantropía o cumplimiento de la ley.

4.2 Análisis de las dimensiones de la RSE

Con el propósito de profundizar en las percepciones de los estudiantes con relación a los aspectos que se abordan en cada una de las dimensiones de la RSE, se evaluaron para cada una de éstas una serie de premisas, buscando que los encuestados priorizaran las más relevantes para una organización que se asumiera socialmente responsable. La Tabla N° 1 muestra la información obtenida en cada una de las dimensiones según su orden de importancia.

En cuanto a la dimensión ética (considerada como la más importante), las premisas con mayor valoración fueron el fomentar conductas éticas entre los integrantes de la empresa y el actuar de acuerdo a las normas éticas de la sociedad, así como ser reconocida como una empresa ética. En lo que respecta a la dimensión ambiental, las premisas más importantes para los estudiantes fueron el establecimiento de políticas proclives al medio ambiente y la prevención de la contaminación.

Con relación a la dimensión económica, los participantes del estudio manifestaron como premisas de mayor importancia para una empresa socialmente responsable, operar eficientemente y ser competitivas, dejando en tercer lugar la maximización de utilidades. En la dimensión legal, las primeras posiciones de importancia las tienen el cumplimiento de las leyes ambientales (aspecto que coincide con la orientación de los encuestados hacia el cuidado del medio ambiente manifestado en la jerarquía otorgada a la dimensión ambiental), el cumplimiento de contratos según normativa legal vigente y el pago de impuestos. Finalmente, en la dimensión filantrópica (última en importancia) las principales premisas fueron el participar en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y ser reconocida como una empresa responsable (lo que coincide con la dimensión ética).

Tabla Nº 1. >>>
Valoración de las premisas correspondientes
a cada dimensión de RSE

Premisas/dimensión	Porcentaje
Dimensión ética	60,0
Fomentar conductas éticas entre sus integrantes	58,8
Actuar de acuerdo a las normas éticas de la sociedad	45,0
Ser reconocida como una empresa ética	41,3
No sacrificar las normas éticas por las metas económicas	31,3
Operar de forma ética aunque se sacrifiquen las metas económicas	23,8
Dimensión ambiental	51,3
Establecer una política proclive al medioambiente	57,5
Prevenir la contaminación	43,8
Examinar el diseño de los productos y servicios	33,8
Establecer una práctica de reciclaje y re-utilización	28,8
Trabajar en la eficiencia del uso de la energía y el agua	22,5
Dimensión económica	41,3
Operar eficientemente	65,0
Ser competitivas	50,0
Maximizar ganancias	36,3
Producir riqueza	23,8
Ser lucrativas	23,8
Dimensión legal	30,0
Cumplir con las leyes ambientales	51,3
Cumplir con los contratos según las normas legales vigentes	45,0
Pagar impuestos según la ley	41,3
Producir bienes y servicios según estándares requeridos por la ley	37,5
Acatar las leyes que regulan la libre competencia	26,3
Dimensión filantrópica	18,8
Mejorar la calidad de vida de las sociedad	51,3
Ser reconocida como empresa responsable	45,0
Ayudar a resolver problemas sociales	38,8
Mejorar la calidad de vida de su comunidad circundante	36,3
Destinar parte de las ganancias a actividades benéficas	28,8

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

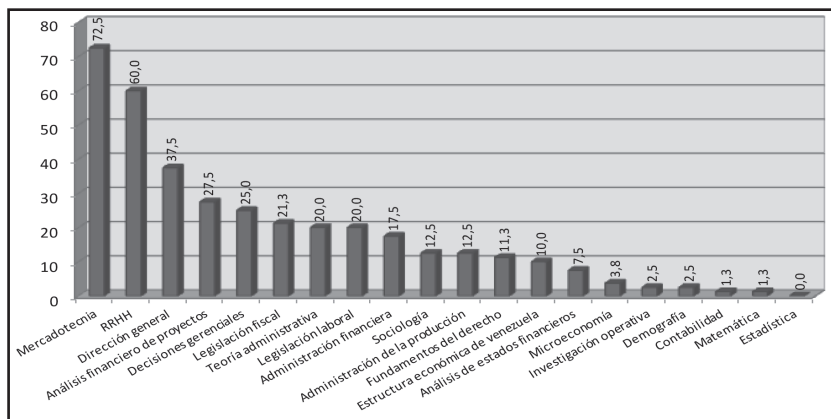
En general, las premisas en las que se obtienen mayor consenso no llegan al 60% y las que muestran porcentajes superiores al 50% (en orden de importancia), son las referidas a operar eficientemente (dimensión económica), fomentar conductas éticas entre sus integrantes (dimensión ética), establecer una política proclive al medioambiente (dimensión medioambiental), cumplir con las le-

yes ambientales y mejorar la vida de la sociedad (dimensión legal y filantropía) y ser competitivas (dimensión económica). En este caso, sólo considerando las premisas de mayor consenso entre los estudiantes, se muestra una inclinación o acuerdo en lo económico pasando a un segundo y tercer lugar lo ético y ambiental.

4.3 Asignaturas del *pensum* de Administración de Empresas que abordan temáticas relativas a la RSE

En cuanto a las asignaturas del *pensum* de estudio en cuyo contexto los estudiantes recibieron información sobre RSE los resultados arrojados se evidencian en el Gráfico N° 2. En este sentido, resaltan mercadotecnia y recursos humanos, seguidas por dirección general y análisis financiero de proyectos.

Gráfico N° 2. >>>
Asignaturas en las que se imparte RSE.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

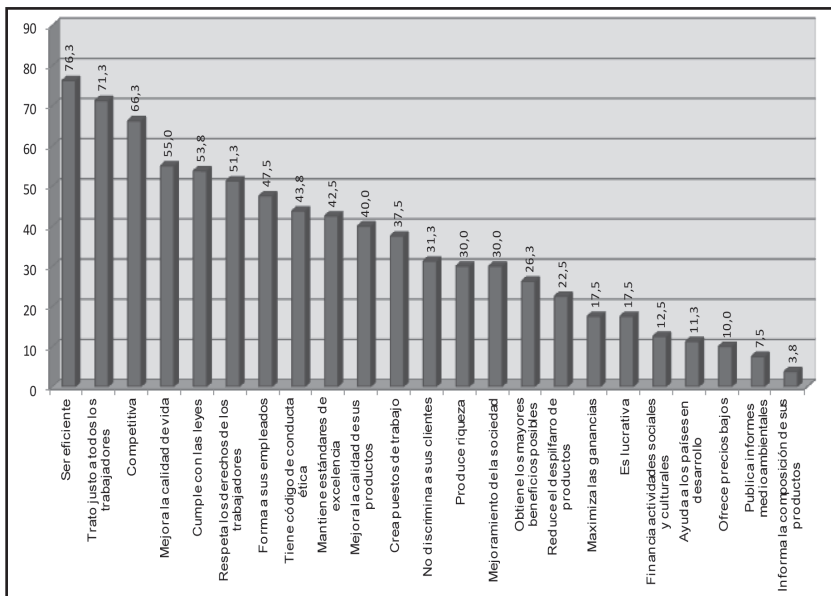
Resulta interesante resaltar que estas materias pertenecen al ciclo profesional de la carrera, lo que indica que en los primeros semestres no se está incorporando esta temática. Este aspecto es un factor a considerar, pues debe sensibilizarse al estudiante desde el inicio de la carrera y de forma transversal a lo largo de ésta para lograr un perfil integral y orientado a una conducta responsable con relación a la organización y su entorno. Asimismo, en las asigna-

turas como Microeconomía, Investigación Operativa, Demografía y Matemática es muy bajo el aporte en este sentido, sin contar que en Estadística todos coinciden en que no se hace mención alguna al tema.

4.4 Presencia de elementos de RSE en el concepto de empresa exitosa

En cuanto a los atributos asociados a una empresa exitosa, los resultados se muestran en el Gráfico N° 3, en el que se puede observar que los estudiantes de la FACES-ULA asocian una empresa con éxito con el hecho que sea eficiente, competitiva, que tenga un trato justo con los trabajadores, mejore la calidad de vida y cumpla con las leyes.

Gráfico N° 3. >>>
Aspectos que hacen a una empresa exitosa.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

Se notó una tendencia a valorar más aquellos aspectos asociados con los trabajadores (trato justo, respeto a sus derechos, formación,

crear puestos de trabajo, códigos de ética), quedando menos valoradas las cuestiones sociales y ambientales. Cabe destacar que aspectos económicos tales como la producción de riqueza, maximización de ganancias, el generar lucro, tampoco figuran entre los más asociados con el éxito empresarial.

Adicionalmente, en cuanto al comportamiento organizacional socialmente responsable que debería regir a las organizaciones, se puede observar en la Tabla N° 2, que la mayoría de los encuestados considera, en orden de importancia, que la organización debe incluir en su planificación estratégica la responsabilidad social, así como velar por el reciclaje de los envases de sus productos, contribuir con el desarrollo de la comunidad, evitar el daño ambiental, aunque implique menos rentabilidad, así como contribuir con la calidad de vida de las familias de sus trabajadores.

Tabla N° 2. >>>
Opiniones sobre el comportamiento empresarial

Opiniones	Porcentaje
La empresa debe incluir en su planificación estratégica la responsabilidad social	96,3
La empresa debe velar por el reciclaje de los envases de sus productos	95,0
La empresa debe contribuir con el desarrollo de la comunidad en que lleva a cabo sus actividades	92,5
La empresa debe evitar el daño ambiental aun cuando implique menos rentabilidad	91,3
La empresa debe contribuir con la calidad de vida de las familias de sus trabajadores	90,0
Se siente capaz de dirigir una empresa de forma socialmente responsable	82,5
La empresa debe trabajar con proveedores y distribuidores socialmente responsables	78,8
La empresa realiza actividades de RSE aun cuando no hayan disposiciones legales que la regulen	76,3
La empresa realiza las actividades relacionadas con RSE sólo para cumplir con las disposiciones legales	58,8
Trabajaría en una empresa socialmente responsable aun cuando devengara un menor salario	50,0
Trabajaría en una empresa socialmente responsable sólo si paga un salario mayor	40,0
La empresa puede ser socialmente responsable aun cuando su producto cause daño al ambiente o a la salud	30,0
La empresa debe cumplir con su responsabilidad económica por encima de cuestiones éticas	28,8
La responsabilidad social está relacionada sólo con donaciones de la empresa	15,0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

Asimismo, resalta que la mitad de los estudiantes estaría dispuesta a trabajar en una empresa socialmente responsable aun cuando devenguen un salario menor; no obstante, un 40% piensa todo lo contrario. Se observa además la existencia de un grupo que representa porcentajes menores del 30%, que considera que la RSE es sólo donaciones, o que la empresa puede ser socialmente responsable aun cuando su producto cause daños ambientales o de salud, o incluso que debe priorizar lo económico ignorando el plano ético.

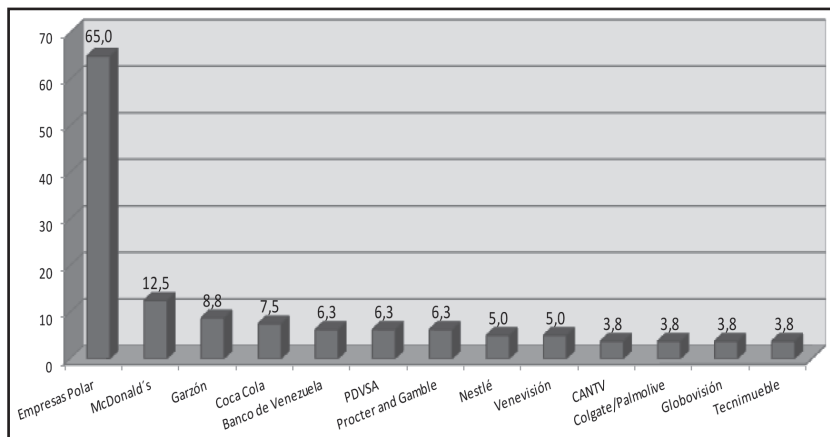
Teniendo en cuenta este tipo de percepciones asociadas al deber ser, a los encuestados se les preguntó por las empresas que consideraban más socialmente responsables. En total nombraron veintiséis empresas la mayoría de las cuales funciona a nivel nacional. En el Gráfico N° 4, se muestran las primeras trece empresas nombradas, resaltando una empresas del sector financiero (Banco de Venezuela), una de comida rápida (McDonald's), dos televisoras (Venevisión y Globovisión), dos empresas del Estado (PDVSA, CANTV), seis del sector de alimentación y bebidas (Empresas Polar, Garzón, Coca Cola, P&G, Nestlé y Colgate-Palmolive) y sólo una empresa local dedicada a la venta de muebles de oficina (Tecnimueble).

Asimismo, la mayoría de los estudiantes consideraron como empresa líder en el campo de la RSE a Empresas Polar, seguida por otras empresas privadas, pero con un porcentaje muy reducido en cuanto a posicionamiento se refiere. Esto quizás va acorde con el hecho de que esta empresa ha sabido integrar los aspectos de RSE dentro de su modelo de negocio, logrando de esa forma, y mediante una efectiva comunicación interna y externa, capitalizar los beneficios intangibles (posicionamiento como empresa socialmente responsable, capital de marca, reducción de costos de fidelización), y en algunos casos, seguramente tangibles (rentabilidad, cuotas de mercado, reducción de costos, entre otros).

Podría asimilarse también la valoración otorgada a estas empresas, con la opinión de prácticamente la totalidad de los estudiantes que manifestaron la importancia de integrar la RSE en la planificación estratégica, pudiendo intuirse que tal comportamiento diferencia a la organización del resto.

Gráfico 4. >>>

Empresas socialmente responsables según los estudiantes de la carrera Administración de Empresas de la FACES-ULA-Núcleo Mérida.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la encuesta aplicada.

Otras empresas privadas y algunas públicas no han logrado comunicar de manera efectiva sus políticas de RSE, o en el peor de los casos, no han sabido identificar los grupos clave a los cuales debe incorporar y dirigir sus acciones para ser más efectivos, pero éstas se plantean como interrogantes que potencialmente pudieran servir de hipótesis para futuras investigaciones.

5. Conclusiones

La presente investigación resulta de significativa importancia puesto que sus resultados permitirán dibujar un diagnóstico desde la percepción que los estudiantes del último semestre de la carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela, tienen con relación a la RSE.

En ese entendido, al considerar las dimensiones de responsabilidad social, para la mayoría de los estudiantes, la dimensión ética es

la más importante, seguida de la ambiental, económica, legal y por último la filantrópica o libre discreción. En el aspecto ético resalta el fomento de conductas éticas entre los integrantes de la empresa y el actuar de acuerdo a las normas éticas de la sociedad, así como ser reconocida como una empresa ética. En lo que respecta a la dimensión ambiental, el respeto a las políticas de protección del medioambiente y prevención de la contaminación.

Con relación a la dimensión económica, consideran importante operar eficientemente y ser competitivas. En la dimensión legal, dan mayor rigor a las leyes ambientales, al cumplimiento de contratos según normativa legal vigente y al pago de impuestos. Finalmente, en la dimensión de filantropía o libre discreción, la cual fue valorada como última en importancia, consideran pertinente participar en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y la necesidad de ser reconocida como una empresa responsable. Se pudiera intuir que hay claridad en cuanto a que la RSE es más filantropía y cumplimiento de la ley.

Las asignaturas que proveen información sobre el tema, se encuentran mayormente ubicadas en el ciclo profesional de la carrera, resaltando de forma significativa el área de mercadotecnia y recursos humanos. Con un aporte medianamente importante podrían citarse Dirección General, Análisis de Proyectos, Decisiones Gerenciales, Legislación Fiscal, Teoría Administrativa y Legislación Laboral. El resto de asignaturas realizan un aporte poco significativo a la temática.

Dentro de los aspectos que consideran de éxito en una empresa, más de la mitad de los estudiantes citan la eficiencia, el trato justo de sus trabajadores, que sea competitiva, que mejore la calidad de vida y que cumpla la ley. Asimismo, piensan que las organizaciones deben incluir en su planificación estratégica la responsabilidad social, así como velar por el reciclaje de los envases de sus productos, contribuir con el desarrollo de la comunidad, evitar el daño ambiental, aunque implique menos rentabilidad, así como contribuir con la calidad de vida de las familias de sus trabajadores.

De las veintiséis empresas que consideraban socialmente responsables, resalta Empresas Polar como la organización que más demuestra su responsabilidad social, seguida con muy poco posicionamiento en este sentido, por el resto de la lista. Asimismo, existen muy pocas empresas locales posicionadas como socialmente responsables, prevaleciendo en la lista las empresas del sector alimentos y bebidas de alcance nacional.

El perfil de parte importante de los estudiantes de administración deja ver una orientación al plano ético, económico y ambiental, lo cual es bastante positivo. No obstante, no son la totalidad y preocupa un importante número que, por ejemplo, demuestra inclinación a lo económico aun cuando se obvie lo ético o se infrinjan derechos del consumidor, o que trabajarían en empresas socialmente responsables solo si devengan un buen sueldo. Asimismo, existe un grupo significativo que relaciona la RSE, sólo con aspectos legales o con aspectos filantrópicos demostrando desconocimiento de la temática. Esto puede ser explicado por la baja proporción de asignaturas en las cuales se incluye el tema, lo que deja intuir la necesidad de dar mayor peso en el *pensum* de estudio al eje de la RSE.

En este sentido, viene al caso reflexionar sobre la pertinencia de los contenidos programáticos que sirven de sustento a la formación de los profesionales que guiarán el devenir de las empresas. Si bien la RSE plantea una gerencia ética con alto contenido humano, es entonces clave que las instituciones universitarias que lo hacen posible también estén involucradas e inclinadas hacia la conveniencia de esta forma de ver la actuación gerencial. Así, las políticas institucionales deberían estar dirigidas, entre otros aspectos, a la conformación de contenidos programáticos que atiendan al papel de la empresa dentro de la sociedad y no como un ente aislado sólo proclive a la generación de beneficios económicos. Implica entonces, la formación de profesionales con competencias y capacidades suficientes para gestionar una organización que además de garantizar su permanencia en el mercado, apunte al desarrollo de las comunidades que las albergan, en esencia, organizaciones más humanas y sostenibles. Por supuesto, esto pasa necesariamente por la formación de sus profesores en RSE.

Este diagnóstico puede ser de utilidad a la Unidad Curricular de la FACES-ULA, así como a las unidades de las diversas facultades de la Universidad de los Andes y de otras universidades que consideren pertinente valorar este importante tema entre sus estudiantes y profesores. El objetivo deberá ser la generación de profesionales con alto sentido de sensibilidad social a través de una institución con verdadero impacto educativo, de formación, epistemológico y social.

Futuras investigaciones podrían abordar el análisis de contenido de los diferentes programas de asignaturas para verificar la calidad y cantidad de temas de RSE incluidos en los mismos, en la carrera Administración o en cualquier otra afín a la gerencia. Asimismo, sería útil la aplicación de técnicas estadísticas que permitan identificar grupos de estudiantes según su perfil de gerente socialmente responsable. Sería también interesante conocer la percepción desde el punto de vista del profesor universitario, o el estudio de las empresas consideradas socialmente responsables para comprender las claves de su éxito.

6. Referencias >>

- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, 4, 497-506.
- Carroll, A. (1991). Corporate Social Performance Measurement: A Commentary on Methods for Evaluating an Elusive Construct. In L. Preston (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 385-401, 12, Greenwich, CT: JAI Press.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Foroohar, R. (2012). *Are Companies more powerful than countries*. *Revista Times.com* Recuperado en octubre 2012, de <http://business.time.com/2012/01/27/are-companies-more-powerful-than-countries/>
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* (53), 51-71.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2013). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Recuperado en noviembre 2013 de <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G4-Part-One.pdf>
- Guédez V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social*. Caracas: Editorial Planeta.
- Guédez, V. (2008). *Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial*. Caracas: Editorial Planeta.
- International Organization for Standardization (2010). *Norma Internacional ISO 26000*. Ginebra: Secretaría Centros de la ISO. Recuperado en marzo 2012 de http://www.foetica.org/biblioteca/documentos-de-interes/latinoamerica/doc_details/259-borrador-final-de-la-iso-26000?lang=es
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2013). *Indicadores ETHOS para negocios sustentables y responsables*. San Paulo: Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social. Recuperado en noviembre 2013 de: <http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/#.U9kjGkBEBv9>

- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) (2014). *Indicadores ETHOS/IARSE para negocios sustentables y responsables. Programa Latinoamericano de responsabilidad social empresaria*. Córdoba: IARSE. Recuperado en junio 2014 de: <http://www.iarse.org/seccion/wp-content/uploads/2014/06/Indicadores-Ethos-Iarse.pdf>
- Núñez, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Medio ambiente y desarrollo*. Chile: CEPAL, División sostenible y asentamientos humanos. Recuperado en junio 2012 de: <http://www.eclac.cl/dmaah/proyectos/ediespa/docs/ceads.pdf>.
- Oficina de Registros Estudiantiles (2013). *Listado de estudiantes graduandos carrera de Administración de Empresas*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Los Andes.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2013). *Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Revisión 2011*. OECD Publishing. Recuperado en septiembre 2013 de: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>
- Organización de las Naciones Unidas (2000). *Declaración del Milenio*. Recuperado en septiembre 2013 de <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/index.html>.
- Organización de las Naciones Unidas. *Pacto Mundial*. Disponible: <http://www.un.org/es/globalcompact/principles.shtml>.
- Organización de las Naciones Unidas (2000). *Objetivos del milenio*. Disponible: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>.
- Rodríguez Fernández, J. M. (2007). Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Ekonomiaz* (65) 2º cuatrimestre.
- Social Accountability International (2008). *Responsabilidad Social 8000, SA 8000*. Recuperado en septiembre 2013 de http://www.sai-intl.org/_data/n_0001/resources/live/2008StdSpanish.pdf