

La responsabilidad social y la gestión empresarial

Análisis y perspectivas en Venezuela:

Una revisión teórico-práctica desde la gestión empresarial

Cejas M., Magda¹ y Parra, Gabriel²

Recibido: 22/04/2008 • Revisado: 17/05/2008
Aceptado: 05/06/2008

Resumen >>

Esta investigación trata acerca de la responsabilidad social empresarial y sus alcances, con especial énfasis en el caso venezolano. El referente gnoseológico clave, guarda relación con el impacto de la nueva propuesta civilizatoria implícita en las nuevas formas de acumulación del nuevo capitalismo, lo que tiene importantes consecuencias en el mundo del trabajo y en las interrelaciones entre empresa y sociedad. Esta nueva sociedad infocapitalista (Castells) cuyo despliegue más visible se expresa en los encuadres de la globalización planetaria, configura nuevos procesos de subjetividad de naturaleza ético-estético-gnoseológica. En ese contexto, el rol de las empresas tiende a redefinirse, fundamentalmente en cuanto a las relaciones con su entorno socioeconómico, político y cultural. Se trata de una nueva perspectiva ética, en la medida en que integra la dimensión humana en términos tensionales, bajo el avasallante influjo de la racionalidad política. La investigación muestra no sólo las particularidades que supone la responsabilidad social en el marco de las políticas multilaterales (las iniciativas de la ONU y la Unión Europea, entre ellas), asimismo la experiencia en el caso de Venezuela. Se destaca así, la labor que en este sentido desarrollan diversas empresas e instituciones en la comunidad, más allá de los fines estrictamente económicos. Se delinean además las fases de la investigación que se adelanta en el parque empresarial del Estado Carabobo, Venezuela, para evaluar la significación y los alcances que tiene la responsabilidad social empresarial en ese contexto.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, gestión empresarial, sociedad del conocimiento, relaciones laborales, parque empresarial; estado Carabobo, Venezuela.

Abstract >>

The social responsibility and the business management. Analysis and perspectives in Venezuela: a theoretical-practical review since the business management

This investigation tackles the enterprise the scopes of social responsibility, with special emphasis on Venezuelan case. The key gnoseologic modal, have relation to the impact of the new civilizing proposal that is implicit in the new accumulation forms of the emergent Capitalism, which has important consequences in the world of work and the interrelations between company-society. This new infocapitalist society (Castells), whose more visible unfolding is expressed in the frames of the planetary globalization, configure new subjectivity processes of ethical-aesthetic-gnoseologic nature. In that context, the roll of the companies tends to be redefined, fundamentally about the relations with its socioeconomic, political and cultural surroundings. It is a new ethical perspective to the extent that integrates the human dimension in tensional terms, under the overwhelming influence of the political rationality. The investigation shows not only the supposed particularities of the social responsibility in the multilateral policies framework (the initiatives of the UN and the European Union, among them), also the experience in Venezuela. Thus it highlights the work that in this sense is developed by diverse companies and institutions in the community, beyond the strictly economic aims. Furthermore, it is delineated the investigation phases that goes ahead in the business park in Carabobo State, Venezuela, to evaluate the meaning and the scopes of the social responsibility in this context.

Key words: corporate social responsibility; business management; knowledge society; labor relations; business park in Carabobo, Venezuela

1 Licenciada en Relaciones Industriales, Universidad de Carabobo (UC) Venezuela; Doctora en Economía y Ciencias Empresariales, Universidad de Barcelona (UB) España; Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Carabobo. Magister en Sociología, Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora e Investigadora de la Universidad de Carabobo (UC) Venezuela. Correo electrónico: magda_cejas@yahoo.es

2 Sociólogo, Universidad Central de Venezuela (UCV); Doctor en Ciencias Sociales, Universidad Central de Venezuela (UCV), Certificado de Estudios Postdoctorales, Universidad Central de Venezuela (UCV): Profesor Titular, Universidad Simón Rodríguez (UNESR), Venezuela. Correo electrónico: gaparr2005@yahoo.es

1. Introducción

La responsabilidad social como eje temático, adquiere una pertinencia relevante en tiempos posmodernos. Se trata de una aproximación que tiene lugar en el contexto de importantes transformaciones estructurales que impactan con fuerza los asuntos clave de orden económico, sociopolítico y cultural del mundo globalizado. Estos cambios ocurren en medio de una tensión de fuerzas que implican no sólo las propuestas civilizatorias implícitas en la racionalidad del nuevo capitalismo —infocapitalismo, como diría Castells (2001)—, además la megapulsión a contrapartida de las redes culturales de resistencia local. Estos escenarios, por lo demás, impactan con fuerza el mundo del trabajo y sus perfiles tecnoformativos. Las redefiniciones —en este encuadre marcado por la racionalidad política— tienen además profundas consecuencias en lo que concierne a una nueva configuración de subjetividades: nos asomaríamos así al posicionamiento de una subjetividad ético-estético-gnoseológica que impulsa una significación distinta de la dimensión humana (en términos de direccionalidad y sentido). El correaje de esos nuevos signos lo constituyen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TICs) y la emergencia de la netocracia con todo y sus variantes despóticas, en el marco de la sociedad de la información o del conocimiento.

El marco de racionalidad que define estas redefiniciones, apunta hacia nuevas formas de control y reforzamiento del modelo de acumulación capitalista, en la medida en que no se fundamenta ahora en la “fuerza músculo” como mecanismo de apropiación y de ganancia, sino en la aplicación del conocimiento al conocimiento mismo (Drucker, 1998) Los mecanismos de coerción política y explotación

del trabajo también son otros: se basa en “El Autómata”, la acumulación basada en las transacciones financieras intangibles mediante el uso de las redes electrónicas (Castells, 2001).

Estas modalidades que tensan las relaciones de poder en el mundo, no son ajenas sin embargo al debate en torno a la ética fundante individualista que subyace en este tipo de reordenamiento social —ahora sin las etiquetas religiosas de la “misión profesionalizante” calvinista referidas por Weber (1997)— y que tiende a imponerse como valor preeminente en la globalización planetaria. La noción de responsabilidad social, desde esta perspectiva, se coloca en suspenso, a pesar de las fuertes tendencias que abogan por debatir los alcances de una nueva ética empresarial cuya visión integre el amplio y complejo mundo laboral. La responsabilidad social tiene, en este contexto multipolar, un fuerte contenido ético. Esto es así, por cuanto se trata de una propuesta integradora del bienestar y la calidad de vida del hombre en relación con su trabajo. Aun más, la noción de responsabilidad social es constitutiva a la dimensión del trabajo y su relación con la comunidad. De allí que implique considerar los principios de una *ética de la responsabilidad compartida*, como repensamiento emergente de las ciencias humanas.

2. La sociedad de la información o del conocimiento y sus impactos en la gestión empresarial

Es indudable que asistimos al posicionamiento de una nueva propuesta civilizatoria. La metamorfosis del hombre vuelto escarabajo por la magia de Franz Kafka, sólo parece tener sentido entre nosotros como parte de la espectacularidad y el disimulo donde

el verbo se hace pantalla; donde la mirada del dios Jano —que ausculta hacia el pasado y hacia el futuro al mismo tiempo— se encuentran, haciendo de las nociones de tiempo y espacio un encuadre unidimensional que se traduce en una sola imagen. Aunque se tiende a identificar nuestro escenario cotidiano como parte del desplazamiento vergonzante del “capitalismo salvaje”, con sus secuelas de plasticidad ética, se trata más bien, en palabras de Drucker (1998), de un giro vertiginoso hacia la era o sociedad postcapitalista. En cierto modo, la metamorfosis de nuestra era tiene otra modalidad: el cambio es del infocapitalismo a la sociedad del conocimiento (Silvio, 2000); de la sociedad-texto hacia la cybersociedad (Joyanes, 1997); y del abandono de la Galaxia Gutenberg hacia la Galaxia Internet (Castells, 2001).

La racionalidad que se abre paso en el marco de la globalización tiene como signo una férrea discursividad centrada en la apertura sin límites de los mercados, el cuestionamiento a todo parámetro intervencionista por parte del Estado y la renegociación directa e individual empresa-trabajadores, como parte de un cuestionamiento a fondo de todo tipo de organización sindical. Si bien esta última trama se favorece a expensas del fin del trabajo convencional (Rifkin, 1996) y el surgimiento de otras formas de participación en el proceso productivo (teletrabajo, entre otros), es evidente que los cambios sustantivos aparecen por otro lado: en el posicionamiento de una nueva subjetividad; en la pulsión perceptiva —cualitativa y radicalmente distinta— de la dimensión humana.

Los retos que supone esta avasallante propuesta civilizatoria tienen amplios focos de resistencia, en un encuadre donde se tensan todo tipo de fuerzas multiculturales a nivel global y local (glocal). Se trata pues de un

ámbito de tensión de fuerzas, desplegadas a partir de la racionalidad política como engranaje de lo real vivido (socioestructural) y lo real soñado (sociosimbólico), que impacta significativamente el modo de producción del sentido y de los saberes sociales. En cierto modo, puede decirse que esta sociedad infocapitalista no es comprensible ya sino a partir de una neo-ontología y una neo-hermenéutica que permitan la lectura y el repensamiento de la sociedad —en términos aproximativos— desde una complejidad gnoseológica (Parra, 2006).

Una amplia producción intelectual se ocupa de desmitificar los signos de la nueva promesa de bienestar y desarrollo en nombre de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs). Un considerable número de investigadores advierten persistentemente acerca de los riesgos que supone el reforzamiento de la individualidad —la Internet es una expresión tangible de ello— en medio de un vasto entramado de exclusiones sociales, desigualdad e injusticias sociales (Amín, 1999; Giddens y Hutton, 2001; Touraine, 1999; Soros, 1999; Castells, 2001; Prestowitz, 2004; entre otros). A su vez, es evidente la insurgencia recurrente de los movimientos antiglobalización en el mundo, en su intento por desnudar al rey: poner en evidencia el rol distorsionante en la economía de los brazos ejecutores del Banco Mundial, El Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial de Comercio y el G-8, entre otros.

Para Soros (1999) el jinete apocalíptico que cabalga a sus anchas en este tiempo, es la amoralidad y la supremacía exhibidas por el gobierno de Bush. En ese sentido, denuncia los peligros que supone la aplicación desde la Casa Blanca, del fundamentalismo de mercado y el realismo geopolítico. Para Prestowitz (2004) este

impulso del americanismo —en cierta forma, el unilateralismo— del gobierno de Bush, supone un enganche con el poder neoconservador centrado en los principios fundantes del sueño americano. Esta estrategia geopolítica puesta en práctica sin muchas cortapisas supone, en cierta forma, la consolidación retórica y práctica de un imperialismo duro basado en la guerra preventiva. El nuevo capitalismo supone en consecuencia también el fortalecimiento de una nueva ética.

En otra parte (Parra, 2005; 2006) se ha indicado que el denominado “capitalismo salvaje” no es sino el rostro revisitado de la ética protestante calvinista abordada por Weber (1997) en su estudio sobre el capitalismo. En este caso, se trata del espíritu de la “misión profesionalizante” como código sustantivo de la vida en sociedad, desde donde no es posible traducir la solidaridad ni la integración de la otredad como forma de vida. El sino de la salvación pasa por los actos individuales; los “otros” son un componente disgregado del mundo que apenas pueden conectarse desde la “caridad”. De allí el remanente filosófico que inspira parte de los reajustes estructurales del FMI: el “otro”; en otras palabras, los “otros” deben jugarse la suerte en el mundo competitivo, en una visión paradójica de lo real: la sociedad, el verbo, se hace carne en una simple hoja de cálculo. Allí ya sabemos quienes barajan las cartas o tiran los dados. Su contrafigura es la ética que hace fuerza desde la teología católica romana, por lo que no extraña a nadie que sea precisamente el Vaticano y el Papa personalmente, quienes más se hayan dedicado a denunciar los estragos de ese tipo de capitalismo. Fue mucha la arenga que los gurús de los mercados debieron soportarle a Juan Pablo II. Esta es —si se quiere— una posición en desbandada pero no derrotada, que continúa jugando duro en los diversos escenarios internacionales. Otro aspecto clave de esta insurgencia civilizatoria, guarda relación

con los nuevos registros de subjetividad. En otra parte (Parra, 2005; 2006) se relacionan algunos indicadores de esta perspectiva humana colocada en suspenso desde el plano gnoseológico y epistemo-electrónico. Una síntesis de esta onda de significación societaria pasa por los siguientes nudos críticos:

- 1) El posicionamiento de la microelectrónica como factor clave de la economía mundial.
- 2) El vaciamiento massmediático del discurso político.
- 3) El reforzamiento de los nuevos ejes estratégicos del poder multipolar como derivación de una nueva división internacional del trabajo.
- 4) Una nueva ética y una nueva estética.
- 5) La redefinición del tiempo y del espacio. La noción del tiempo cíclico. El “tiempo puro del instante”.
- 6) La justicia social internacional como valor preeminente en materia de derechos humanos.
- 7) El posicionamiento del aprendizaje virtual.
- 8) El rol del conocimiento como valor económico vs. valor cultural.
- 9) Apertura de nuevos espacios tecnoformativos basados en la empresa; no en la escuela.
- 10) La investigación percibida como inversión; no como gasto.
- 11) Nuevos modelos organizacionales basados en la visión en red.
- 12) Nuevos desafíos multiculturales: bloques de resistencia local ante la influencia avasallante de la globalización.

13) Insurgencia de la creatividad e innovación en tanto “espacios sociales creativos” (tecnópolis vs. universidades).

14) Redefinición a nivel internacional del concepto de riqueza: recursos humanos calificados vs. disponibilidad de materia prima.

15) Insurgencia del *spiritus artisticus* como configuración del saber.

16) El espacio transdisciplinario y políglota como ambiente reflexivo y tensional de los saberes sociales.

17) Redefinición de las tendencias proyectivas como recurso de planificación y la insurgencia de la dimensión genealógico-tendencial.

18) Los sistemas nacionales de innovación científica y tecnológica como correajes del proceso de investigación y sus impactos en lo tecnoformativo.

19) El lugar de lo recreativo en la competitividad: los recorridos internos del ser (yoga; meditación plena).

20) El reforzamiento de la individualidad (Internet) y los parámetros de la filosofía mutualista como modo de vida.

21) La visión ecológica del desarrollo: el desarrollo sostenible.

22) El “yo-red” mundializado (Giddens).

23) La noción del Estado Red como gestor de las políticas públicas (Castells).

24) El posicionamiento de la sociedad postpetrolera.

25) El impacto de la productividad en los modelos tecnoformativos escolares.

26) El plano político-estratégico como lugar de resistencia sociocultural, histórica y política.

27) Una nueva noción de ciudadanía centrada en la netocracia (gobierno basado en la red tecnológica) y el netocrat, como alusión conceptual al nuevo ciudadano.

Estas nuevas tendencias societarias tienen un impacto crucial en el ámbito de los negocios y redefinen el marco de las relaciones de las empresas corporativas a nivel mundial. Esto incluye, por supuesto, no sólo las relaciones laborales sino el grado de compromiso y responsabilidad de las empresas con el entorno social (responsabilidad social empresarial). En este contexto, no sólo hay un desplazamiento operativo en el orden técnico (racionalidad técnica) sino en el aspecto político (racionalidad política) como marco definitorio del mundo de los negocios a escala planetaria.

3. Los alcances gnoseológicos de la responsabilidad social

El estudio de la responsabilidad social requiere establecer —a propósito de los planteamientos formulados por Leonardo Schvarstein (2003)— las distinciones pertinentes a los distintos tipos de organizaciones que están asociadas a la temática en referencia. En el Cuadro 1 se presenta un resumen de esas organizaciones. Toda organización —se entiende— es un objeto único, dado que cada una de ellas posee sus propias características así como también sus propios alcances, objetivos y metas.

En principio, podríamos decir que la responsabilidad social no es algo novedoso en el ámbito empresarial. No obstante, es necesario destacar que en los últimos años ha adquirido una nueva dimensión desde la gestión empresarial,

en virtud del especial interés que conlleva en términos del bienestar privado, individual y de grupo. En todo ello está presente el bien común como parte de los principios que rigen la responsabilidad social. Indudablemente, estos

factores permiten evaluar y comprender los aspectos que le son constitutivos y condicionan —por así decirlo— los proyectos que intentan dar cuenta de su pertinencia y sus alcances socioestructurales.

Cuadro 1 >>

Organizaciones asociadas al desarrollo de la responsabilidad social

Tipo de organización	Requerimiento y/o alcance	Finalidad de la RS	Justificación básica para la social
Del Estado	Mayor autonomía relativa Control de gestión Gerencia social	El ejercicio de la RS en las instituciones estatales persigue como finalidad la satisfacción del bien común	Teleología
Privada sin fines de lucro	Complementación con el Estado y acción para su fortalecimiento. Cooperación interinstitucional. Formación de redes y funcionamiento en red. Gerencia social	Los miembros de estas instituciones asumen el compromiso del bien común, a través de convicciones propias. El poder es de carácter normativo y el consentimiento que prestan sus miembros es moral.	Deontología
Privada con fines de lucro	Solidaridad y equidad como programa de gobierno. Estrategias de crecimiento. Desarrollo y participación de sus miembros.	Encuentra justificación a priori en un principio de orden utilitario, se hace porque tiene consecuencias favorables para la organización.	Utilitaria

Fuente: Adaptación propia a partir de Leonardo Schavartein (2003) Responsabilidad Social e Inteligencia Social

En los últimos años se han dado a conocer proyectos de alcance social desde la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y desde la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Esto ha permitido que la RS se convierta en un punto de referencia sustantivo para el debate acerca del crecimiento y desarrollo de los países.

Sus alcances llegan al compromiso que debe tener y manifestar las organizaciones en términos de responsabilidad tributarias, de medios de comunicación, de derechos humanos así como en el mejoramiento de la calidad de vida de los propios empleados. La responsabilidad social empresarial es una tendencia de acción social, que a escala mundial estimula la participación solidaria de la empresa privada en el desarrollo sustentable y humano de las comunidades donde presta sus servicios y desarrolla sus actividades. La idea principal de la responsabilidad social empresarial es convertirse en un factor estratégico de desarrollo y de competitividad en función de la rentabilidad que se produzca en base a beneficios para la sociedad y para la comunidad donde están inmersas las organizaciones. Es conocido por todos que la principal función de una empresa consiste en crear valor y generar así beneficios para sus propietarios y accionistas; en la actualidad también busca contribuir al bienestar de la sociedad.

El éxito económico empresarial ya no depende exclusivamente de un componente estratégico de negocios, sino de estrategias que conformen y garanticen beneficios de

índole social, como es el caso de la protección del medio ambiente y de la cooperación con la comunidad. Las empresas han reconocido la relevancia de la responsabilidad social con especial interés en programas de mejoramiento ambiental, dado que las regulaciones existentes en requerimientos ambientales le han exigido el cumplimiento absoluto de normativas puntuales. Estas iniciativas les han permitido obtener cada vez un mayor reconocimiento por parte de la sociedad, altamente sensibilizada hoy por la protección del ambiente y la salud de los ciudadanos.³

Robbins (2000) coincide con estas iniciativas y sostiene que la responsabilidad de la administración va más allá de obtener ganancias, lo que incluye la protección y el bienestar de la sociedad. Drucker (1998:79-80) aborda la RS de las organizaciones haciendo énfasis en la necesidad de que la organización moderna tenga poder social. Las entidades que no son estrictamente comerciales —argumenta— tienen mayor poder social que las empresas comerciales. En tal sentido, señala:

El poder de la organización puede ser restringido por el poder político. Puede ser sometido al debido proceso de la ley y a revisión por los tribunales. Pero deben ejercerlo las organizaciones individuales más bien que las autoridades políticas. Esta es la razón por la cual en la sociedad post-capitalista se habla tanto de la responsabilidad social de la organización.

En virtud de ello, las organizaciones tienen la responsabilidad de encontrar un enfoque

³ Según el informe presentado sobre responsabilidad social ambientalista, el análisis de la RS de las empresas puede descomponerse en dos dimensiones: una interna y otra externa. La dimensión interna comprende la administración de los recursos humanos, la protección del trabajo y la realización de actividades de producción y/o comercio, siguiendo normas de protección del ambiente. Cada empresa tiene la posibilidad de influir sobre la calidad del lugar de trabajo, de las relaciones con sus "socios sociales", de sus productos y servicios y, también, sobre las características de sus procesos productivos e inversiones. La dimensión externa trata sobre las relaciones de las empresas con su entorno más próximo, socios, proveedores y clientes, así como sus actitudes con relación a los derechos fundamentales: igualdad de oportunidades, no discriminación, promoción del arte y la cultura, salud, educación y medioambiente.

para los problemas sociales básicos que esté de acuerdo con sus competencias y que, ciertamente, convierta los problemas sociales en oportunidades para la organización. Es evidente que Drucker destaca la función social de las organizaciones como un factor de desarrollo y de beneficios tanto para las empresas como para la sociedad misma. La consideración de ser socialmente responsable desde las empresas va más allá de una repuesta social simple. En términos concretos, implica crear aquellos escenarios que puedan convertirse en beneficios óptimos para la sociedad; implica igualmente la creación de políticas de bienestar social. De este modo, afianzan y fortalecen la imagen institucional y empresarial tanto a nivel de las propias organizaciones que desarrollan estos planes como en la comunidad donde operan.

Existen múltiples discursos en torno a la responsabilidad social empresarial.⁴ Hay argumentos a favor y en contra. Los primeros están orientados al comportamiento que genera para la empresa la búsqueda y consecución de beneficios sociales, lo que facilita igualmente el hecho de poseer recursos tanto humanos como técnicos para intervenir en proyectos públicos y de beneficencia social. De otra parte, la participación empresarial en el desarrollo de proyectos sociales genera una imagen protagónica en la opinión pública lo que le permite una mayor aceptación social. Los argumentos en contra se refieren a la inviabilidad e inconveniencia de asumir como criterio un rol social para lo cual no fueron proyectadas. Es decir, las empresas generalmente están asociadas a beneficios económicos y no sociales. Otro problema radica en que los costos de las actividades sociales no son cubiertos generalmente en su totalidad por la

empresa, lo que se traduce en un encarecimiento en los productos y obliga a trasladar parte de estos costos a los clientes. Estas consideraciones de carácter global en torno a las organizaciones que buscan desarrollar proyectos de responsabilidad social, hace suponer, según Servitjec (1981), que se sustentan en:

- No hay fuerza que motive más que la del interés de las personas.
- La economía del mercado cada vez más demuestra la capacidad de proporcionar prosperidad material por su eficacia en asignar los recursos disponibles donde son más necesarios.
- La propiedad privada es un valor social primordial.
- Los gerentes sólo son profesionales contratados para manejar las empresas a favor de los dueños del capital.
- La expansión del poder privado a cuestiones sociales, y por ello a las públicas, puede permitir en el futuro que el sector privado participe aún más.
- Charo Méndez (2005) hace posible comprender que la responsabilidad social ha evolucionado a través del tiempo con base en (entre otros) los siguientes argumentos:
 - En la búsqueda de acciones sociales con los trabajadores.
 - En la filantropía empresarial.
 - En más inversión social.
 - En la gestión del impacto socioambiental.
 - En la necesidad de crear licencias sociales para operar.
 - En el cumplimiento de las obligaciones

⁴ Ver documentos en web tales como: Grupo Kaixen (s/f). Autoevaluación de la responsabilidad social empresarial; Rodríguez y Hernández (s/f). La responsabilidad social. Un enfoque dialéctico; Sotner Freeman y Gilbert (1996); entre otros.

La investigación acerca de la responsabilidad social en Venezuela, permite comprender la evolución de la misma en base a diversos

momentos que han vivido las organizaciones. En el Cuadro 2 se indican los alcances de ese proceso.

Cuadro 2 >>>

Evolución de la responsabilidad social empresarial en Venezuela

Periodo	Evolución
1900-1930	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Casas comerciales. ▪ Explotación petrolera. Nuevas actividades productivas. Campos petroleros y residenciales.
1930-1960	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de empresas nacionales. ▪ Constitución de 1936. Maximización de la renta petrolera. ▪ Proceso de urbanización. Fundaciones y servicios sociales.
1960-1970	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espíritu de unidad nacional ▪ Sustitución de importaciones. Subversión armada ▪ Constitución de 1961. Empresarios como promotores
1970-1980	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acuerdo de Cartagena. ▪ Nacionalización petrolera. Regulación ambiental. ▪ Fundación corporativa. ▪ Articulación empresarial.
1980-1990	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viernes negro. ▪ Reforma del Estado. Restricciones publicitarias. ▪ Fundaciones culturales y alianzas. Pensamiento económico liberal.
1990 -2000	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatizaciones. ▪ Crisis bancarias. Apertura petrolera. ▪ Constitución 1999.
2000 a la actualidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nueva Constitución. ▪ Regulaciones y reestructuras de leyes laborales. ▪ Requerimientos para la protección ambiental. ▪ Mayor participación con la sociedad y comunidad.
Actualmente 2007	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se busca estrategias que midan la RS en Venezuela tales como: paz laboral, capacidad de movilización, apoyo al consumidor, lealtad y respeto, mayor sostenibilidad del modelo de negocio, mayor inclusión social (IESA, 2007).

Fuente: Elaboración propia a partir de Méndez (2005)

Hoy por hoy, existe una mayor exigencia por parte de los entes públicos y privados en cuanto al desarrollo empresarial. De ese modo, se crean acuerdos entre actores sociales y empresariales basados en los siguientes principios:

• **Propietarios y accionistas:** no basta sólo con máximos dividendos sino con el cumplimiento de las regulaciones y mayor transparencia.

• **Los empleados y los trabajadores:** No se conforman sólo con compensaciones, sino con mayores derechos humanos y beneficios que mejoren su calidad de vida.

• **Los proveedores:** no suelen conformarse con la seguridad que provee su contratación sino con procesos de desarrollo.

• **Los clientes:** no les basta sólo servicio y calidad sino una publicidad ética.

• **Autoridades:** no basta con cumplir regulaciones sino con mayor sistema de cooperación.

• **Comunidades:** no sólo les basta con donaciones sino la garantía de un desarrollo social.

En este contexto, podemos visualizar que las empresas tienen grandes responsabilidades, no sólo frente a los *procesos de desarrollo económico, sino que también y sobre todo, en términos sociales y medioambientales*. En las últimas décadas, especialmente en el mundo desarrollado, cobra gran sentido el desarrollo teórico del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), como un modo de poner coto a una actitud empresarial, que está fuera de todo valor ético, centrándose únicamente en la obtención de ganancias. En Venezuela, el término RSE, es bastante nuevo y son pocas las empresas que lo aplican. Su origen se deriva de lo que antiguamente se entendía por filantropía o ayuda caritativa. La ONG Prohumana, y la Organización Acción Empresarial (actual Acción RSE), a través de publicaciones y de sus respectivos portales en Internet, son quienes

más difunden esta tendencia que se ha ido instalando en el discurso de diversos actores en nuestra sociedad, especialmente en los últimos años.⁵ La RSE es vista a partir de los siguientes criterios:

a) Comisión de las Comunidades Europeas (Unión Europea). El libro verde: *Fomentar un marco para la responsabilidad social de las empresas*, fue presentado por esta comisión en Julio de 2001. De acuerdo a su argumento, el “...objetivo más importante es favorecer un amplio debate en Europa sobre las relaciones empresa y sociedad (...) En el libro existen ejes de argumentación altamente significativos, fundamentalmente en cuanto a “...la necesidad de una mayor coherencia de las actuaciones públicas y privadas con el modelo social europeo (...)” Describe lo que deberían ser las finalidades y responsabilidades de las empresas, destacando que deben considerar las demandas y presiones de los consumidores, los trabajadores, los inversores y la opinión pública, como parte de la ampliación de sus responsabilidades, más allá de las exigencias contempladas en las leyes y regulaciones”.

b) Organización de las Naciones Unidas: El *Global Compact*. En enero de 1999, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, propuso la idea de un Pacto Global. El proyecto se inició en Julio de 2000, con el propósito de contribuir a que los mercados sean más sustentables y que incluyan a todos. El Pacto intenta promover además, una relación más fructífera entre empresa y sociedad, dando especial importancia a los más pobres. “El pacto desafía a los líderes empresariales a promover y aplicar, dentro del ámbito de sus empresas, nueve principios vinculados a los Derechos Humanos, a Estándares en el Trabajo y al Medio Ambiente. La finalidad es ayudar a fortalecer los

⁵ Tomado del ensayo La responsabilidad social y sus significados. Disponible en <http://www.geocities.com> (Consulta: agosto 30 de 2006).

pilares sociales de cualquier economía, incluida la economía global... si se quiere sobrevivir y crecer”. Los principios que sustentan el proyecto se derivan de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de los Principios Fundamentales sobre los Derechos en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo, y de los Principios de Río, sobre medio ambiente y desarrollo.

c) Global Reporting Initiative: Sustainability Reporting Guidelines: La Iniciativa de Divulgación Global (GRI), creada en 1997, llega a ser independiente en 2002. Es un centro de colaboración oficial del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP) y realiza trabajos de cooperación con el *Global Compact* de la ONU. Es una institución cuya misión es desarrollar y divulgar las dimensiones económicas, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

d) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico: Las directrices de la OCDE fueron elaboradas en 1976 y fueron revisadas en el 2000, especialmente en lo concerniente a las empresas multinacionales. Estas directrices contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales, aceptadas por 30 gobiernos, incluidos Argentina, Chile y Brasil. Promueve y define la responsabilidad corporativa, a través de una serie de principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones aplicables, que potencie la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible y que garantice una coherencia entre objetivos económicos, sociales y ambientales, con el fin de restablecer y mantener la confianza del público en las sociedades y los mercados.

e) World Business Council for Sustainable Development: El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, es una red de 150 empresas internacionales de más de 30 países. Se

funda durante el período previo a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en Río de Janeiro, el año 1992. Ha impulsado una serie de diálogos sobre los *stakeholders* (partes interesadas que rodean a las empresas: empleados, accionistas, proveedores, consumidores y comunidad en general) que se centran en desarrollar el concepto de RSE, identificando sus elementos constitutivos. Define la RSE, como “el compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajar con los empleados, sus familias, la sociedad y la comunidad local en general, para mejorar su calidad de vida”.

f) Corporate Social Responsibility Europe: Es una red europea creada en 1995 por 48 empresas, bajo el nombre de *European Business Network for Social Cohesion*. Esta organización no ofrece una definición única de RSE, sino que cada país desarrolla la propia. Así, el socio español, la define como “El operar de una empresa de una forma que excede las expectativas generales que la sociedad tiene con relación a las empresas”.

g) Canadian Business for Social Responsibility: Asociación canadiense fundada en 1995, que reúne a más de 110 empresas. Brinda apoyo en lo que respecta a la implementación a largo plazo de políticas y prácticas que fomenten el éxito sostenido y responsable frente a las exigencias de sus principales accionistas, inversionistas, empleados/as, clientes, socios corporativos, la comunidad y el medio ambiente. En este contexto, esta organización define “... la responsabilidad social empresarial como un proceso de tres etapas. En la primera, las empresas buscan evitar hacer daño a los tres pilares de la sustentabilidad (económico, social y ambiental), garantizando la seguridad de los/las trabajadores/as y de los productos, evitando la corrupción y mitigando los riesgos financieros. En la segunda etapa las empresas inician el proceso de consulta con sus accionistas y socios, incorporando sus intereses y valores al modelo

empresarial. En la etapa final, las empresas están completamente comprometidas con sus socios, aumentando al máximo sus oportunidades económicas, sociales y ambientales”. Se trata en consecuencia, de una responsabilidad social proactiva, “...en la que la empresa revisa sus políticas corporativas centrales y determina cómo canalizarlas para lograr algún cambio positivo”.

h) Fundación Prohumana: Organización sin fines de lucro, que nace en Venezuela en 1999, con el propósito de promover una cultura de responsabilidad social empresarial, mediante el liderazgo temático y creación de redes y encuentros. Junto al PNUD, ha desarrollado el portal www.plazanueva.org, que tiene por finalidad promover la cooperación e intercambio de experiencias, el compromiso y desarrollo de prácticas exitosas en numerosas publicaciones —entre ellas una revista trimestral— y estudios de casos. Esta organización define a la RSE “... como el compromiso que asumen las empresas a través de sus planes estratégicos con las necesidades que emanan de sus políticas internas y externas más allá del beneficio inmediato y la generación de riqueza”. En este contexto, la empresa pasa a tener un nuevo rol dentro de la sociedad, “...ya no como meramente limitada al ámbito de mercado, sino como sujeto de acción al interior de la sociedad y pieza clave para el desarrollo social y económico del país”.

i) Acción Empresarial: Es una organización sin fines de lucro, que surge en Chile en el 2000, con el fin de promover la RSE entre las empresas que están operando en ese país. Vale indicar que a partir de junio de 2004 ha cambiado su nombre por el de Acción RSE. Al igual que otros organismos, coincide en que no existe una definición única de RSE, sin embargo, incorpora valores, normas y diversos aspectos ya señalados por otros organismos. La define como “... una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente (...) es vista como un amplio

set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial, que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración”. Así también, esta organización ha elaborado indicadores de responsabilidad social empresarial, como una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable.

4. Las experiencias en Venezuela

En Venezuela, la responsabilidad social se adelanta en empresas y corporaciones de máxima envergadura, tales como la Cadena Capriles, el Grupo Polar, el Grupo Sivensa, algunas empresas del sector Bancario (Mercantil, Banesco, Provincial y Banco Occidental de Descuento; entre otros), empresas del sector automotriz (General Motors, Ford Motors y Grupo Toyota; entre otros) la Fundación MERCE, Petróleos de Venezuela, la Federación Venezolana de Fundaciones Privadas, diversas asociaciones culturales nacionales, la Asociación venezolana de padres de niños excepcionales (AVEPANE) el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) y la Fundación Ford.

Las principales empresas nacionales activas en RSE enfocan sus esfuerzos en tareas de promoción y asesoramiento. Así por ejemplo, la asociación sin fines de lucro Dividendo Voluntario para la Comunidad (DVC) tiene como misión impulsar y canalizar la participación del sector privado en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales del país. Así también encontramos organizaciones como Venezuela sin Límites, la Alianza Social VenAmCham (Cámara de Comercio Venezolano-Americana) el Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales, así como el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana

Industria (INAPYMI). Cabe resaltar el desarrollo de programas que realizan instituciones como el Fondo Nacional de de Ciencia y Tecnología (FONACYT) cuyo propósito es contribuir a la protección del medio ambiente mediante

la ejecución del Programa Impacto Socio-Ambiental. Vale destacar algunas de estas experiencias relacionadas con la práctica de la RSE (Ver Cuadro 3).

Cuadro 3 >>
Instituciones que desarrollan proyectos de RSE en Venezuela

Institución	Carácter	Actividades
Alianza Social VenAmCham	Asociación privada sin fines de lucro	Promoción
Dividendo Voluntario de la Comunidad	Asociación privada sin fines de lucro	Recolección de fondos
Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI)	Público	Asesoramiento, fomento, formación y financiación
Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridades Laborales	Público	Promoción, asesoramiento, difusión, capacitación
Venezuela sin Límites	Asociación privada sin fines de lucro	Recolección de fondos, asesoramiento, promoción

Fuente: Informe Nacional Venezolano

Para el empresario venezolano, la gestión de la RS debe estar vinculada a la toma de decisiones estratégicas del negocio y/o de la corporación. También puede definirse la empresa con RS aquella que crea valor a la sociedad, respeta a las comunidades y forma parte de ellas, y sus directivos interactúan como ciudadanos corporativos preocupados por el ámbito público por las brechas y por las oportunidades que se pueden crear para ciertas poblaciones en desventaja. Por tanto, el fin no sólo es generar dinero, sino construir bienestar, entendiendo como un mecanismo clave para garantizar la sostenibilidad del negocio, la responsabilidad social como un estado de conciencia del impacto

del negocio. Para un país con alto índice de pobreza, donde más de un 96% de la población se ubica en las clases C, D y E, necesariamente debe involucrarse cambios a nivel empresarial donde se fortalezca más la labor social que el producto que deba vender. Por tanto, en Venezuela empresas como Polar, Ron Santa Teresa, Cemex, Proter & Gamble, Nestlé, Electricidad de Caracas, desarrollan estrategias para segmentos de bajos ingresos. No obstante, se deben realizar mayores esfuerzos para que estas iniciativas de gestión social puedan extenderse al parque industrial de la pequeña y mediana empresa en Venezuela.

Cuadro 4 >>>

Gestión empresarial y responsabilidad social en Venezuela

Empresa	Proyecto	Alcance y/o fin
Ron Santa Teresa	Proyecto Alcatraz , Fundación Consetours, Fundación Taller del Constructor popular, Camino Real, Pro vive y Fundación Revenga	Darles solución a problemas sociales; de una crisis poblacional surgieron oportunidades para muchas de las personas de la localidad el Consejo.
Fundación Bigott	Talleres de cultura popular. Grupos musicales	Ofrecer planes de educación musical en las áreas de ejecución de instrumentos, canto, danza, literatura y artesanía.
Inelectra	Promoción del desarrollo sustentable	Impulsar el desarrollo sustentable en las zonas vecinas de las áreas de operación de las empresas. Realizar programas educativos, ambiental, cultural y de salud, y fomentar las actividades del voluntariado entre los empleados y la capacitación del talento humano.
Alianza social de la Cámara Venezolano- Americana de la Industria y el Comercio (VenAmCham)	Responsabilidad social en el ciclo de valor del proyecto de inversión de capital	Es un modelo gerencial fundamentado en la conservación del ambiente, el ahorro de energía y el cuidado de la gente.
Enelven (Sector Eléctrico) Energía eléctrica venezolana. Empresa líder del sector eléctrico en Venezuela.	Su filosofía va dirigida al compromiso y relación con el entorno. Se fundamenta en propiciar el desarrollo comunitario, la calidad de servicios, las iniciativas de acción social constructivas, así como la sensibilidad y solidaridad social.	Realizar acciones concretas con las comunidades, con el propósito de ejecutar programas dirigidos a contribuir con una mayor calidad de vida, utilizando las capacidades y competencias con las que cuenta en la organización. Tres proyectos macro: uno en el barrio Pedregal-barrio Cañada honda y otro en barrio Soler; todos ubicados en Maracaibo.
Brigapen. Es una brigada de ayuda del personal de Enelven.	Organización civil sin fines de lucro que tiene 26 años operando en beneficio de las comunidades.	Colaborar con la comunidad educativa del país. dotación de útiles y mobiliarios para las bibliotecas de escuela y comedores públicos, donación de equipos etc.
Banco central de Venezuela (BCV) (Sector Bancario)	Persigue la creación de bienestar público y la satisfacción de las necesidades de la sociedad.	Ejecutar acciones estratégicas dirigidas a las prioridades sociales del país. Colaborar con el desarrollo económico sostenible, trabajando con los funcionarios y la comunidad local así como con la sociedad en general.
Citibank de Venezuela (Sector Bancario)	Tiene como propósito contribuir al desarrollo social del país a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas. Fundación Citigroup	Colaborar con el desarrollo educativo conjuntamente con la universidad simón bolívar. Ayudar a la comunidad a través del proyecto Operación Sonrisa. Los métodos del banco se basan en alianzas con organizaciones no gubernamentales.
Banco del Caribe	Fundación Bangente	Apoyar a pequeños microempresarios de la economía informal, desarrollo de proyectos que generen impacto social, formación y vínculos hacia una mejor educación de la ciudadanía.
Banesco (Sector Bancario)	Promueve planes de desarrollo social conjuntamente con otras instituciones del país.	Rifa de Fe y Alegría. Red de casas Don Bosco. Universidad Central de Venezuela. Museo de los Niños. Cruz Roja Venezolana. Asociación Venezolana de Educación Católica.
Grupo de bebidas y gaseosas AjeGroup (BIG COLA)	Asumen la RS con componentes de formación positiva en la comunidad laboral y de impacto en las comunidades a través de obras sociales.	Desarrollar proyectos de RS de la empresa a través de la combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, incluyente, transparente, generadora de oportunidades, creativa, trascendente y de largo alcance social.
Cadena Capriles	Proyecto Tricolor. El objetivo de este proyecto fue generar la creación de una editorial que imprimiera libros de educación básica, favoreciendo a miles de niños venezolanos.	Fundación Tricolor se encarga de desarrollar tres programas: Reparación y mantenimiento de escuelas (al 2003, 7 escuelas se repararon con un total 5 mil niños beneficiados. Dotación de bibliotecas de aulas (34 escuelas y 15 mil niños beneficiados). Una mano para sus estudios: donde trabajadores y relacionados de la empresa fungen de padrinos de niños con escasos recursos económicos (20 niños apadrinados por 54 empleados y 17 contratistas clientes y amigos).

Fuente: Elaboración propia a partir de informes nacionales

Según una reciente encuesta adelantada por Datos en Venezuela, la mayoría la define la RS como la ayuda de la empresa a la comunidad (40% de las empresas consultadas) y el resto consideró que se refiere a efectuar donaciones a los más necesitados. De acuerdo a los consultados, la empresa Polar es la empresa líder en RS en el país, seguida de Kino Tachira, Pdvsa, Coca-Cola, Ace y Pepsicola. El estudio realizado por Datos, aseguró que las actividades de responsabilidad social deberían tener mucha mayor divulgación (IESA, 2007).

En el Cuadro 4 pueden identificarse algunos proyectos relativos al desarrollo de la RS en Venezuela. Los planes de inversión en RSE por parte de las empresas venezolanas, adquieren cada vez un perfil significativo. Organizaciones como la Fundación Polar hacen fuertes inversiones en proyectos orientados al desarrollo comunitario. En el 2006 invirtió 63.5 millardos de bolívares y este año prevé incrementar esa cifra. Citibank, que opera mediante la Fundación Citigroup, invirtió 550 millones de bolívares en 2006 y espera invertir más de 850 millones este año. El Banco del Caribe (Fundación Bangente) tiene una política de RS que se expresa en el otorgamiento de créditos a microempresarios, el desarrollo de planes de capacitación en asesoría legal para fortalecer las vocaciones empresariales, planes de formación ciudadana y edición de obras especializadas de formato popular. La Electricidad de Caracas (EDC) ha invertido más de 4 millardos de bolívares en los últimos 2 años; su plan de acción llega a más de 200 líderes vecinales en más de 55 comunidades. La empresa McDonald's recolectó a finales de 2006, cerca de 700 millones de bolívares mediante operativos especiales realizados en sus 131 restaurantes; el monto recaudado ha sido donado a diversos hospitales. Fundafarmacia, que agrupa a los diversos laboratorios

farmacéuticos que operan en Venezuela, trabaja con una política de descuentos significativos en productos medicinales y la realización de jornadas gratuitas de atención en salud; estos últimos programas permitieron atender a más de 56.000 personas en el 2006 (Revista *Producto*, 2007, pp. 51-65) El número de empresas que desarrollan programas de RSE se hace cada vez más numeroso.

5. Aspectos metodológicos

En su fase inicial, se desarrollaron dinámicas de trabajo en el curso de verano 2006 de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de Carabobo, Venezuela. La actividad preliminar tuvo lugar con la participación de los estudiantes de la Escuela de Relaciones Industriales, en el marco del seminario sobre Organización de Empresas, que se desarrolló mediante diversas consultas documentales y de organismos oficiales como la Cámara de Industriales del Estado Carabobo, el Centro de Productividad de Carabobo (Ceproco) y la Cámara de Pequeños y Medianos Industriales del Estado Carabobo (Capemiac). Así mismo, se recogieron diversas experiencias que se describen en bibliografía nacional y local (Valencia, estado Carabobo) con respecto a los planes que actualmente se llevan a cabo sobre la RS en Venezuela; de esta manera, se realizó un registro de los aspectos más destacables de las estadísticas y alcances de RSE en Venezuela (Ver Cuadro 4).

5. Conclusiones

En virtud de las consideraciones teóricas precedentes, pueden inferirse las siguientes conclusiones de orden aproximativo:

En principio, luce pertinente destacar el nuevo contexto en el cual operan las iniciativas coligadas a la RS. Ello pasa por desdibujar la propuesta civilizatoria que implica el capitalismo informacional (infocapitalismo) como paso previo a la consolidación de la sociedad del conocimiento. No sólo se trata, en este caso, del posicionamiento de una nueva racionalidad de acumulación basada en *la aplicación del conocimiento al conocimiento mismo a partir de la innovación y el perfil creativo, flexible y virtual de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*, sino de una configuración subjetiva distinta que opera en un nuevo plano ético-estético y sensorial. Como bien se entiende, este entorno se constituye en una tensión de fuerzas donde convergen y divergen al mismo tiempo los intereses del mercado, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil (ONG) En ese encuadre, las empresas deben redefinir las estrategias convencionales que se aplican en el mundo del trabajo así como sus relaciones con el entorno social en las cuales operan. La RSE encuentra aquí su principal referente. Desde el punto de vista específico, puede decirse que la RSE implica los siguientes aspectos significativos:

- La obtención de beneficios económicos y la contribución con el propósito de lograr mejores índices de bienestar para la sociedad.
- Permite demostrar la sensibilidad social, mediante la participación activa de los miembros responsables de la organización.
- Obtener deducciones significativas en el pago de los impuestos y demás renglones tributarios.
- Constituye un factor estratégico de mejoramiento y desarrollo empresarial.

En lo que respecta a la experiencia de la RSE en Venezuela, vale decir que ha tomado un perfil relevante en los últimos años. Tanto las empresas transnacionales como las nacionales han asumido un compromiso de primer orden en materia de RSE, lo que se expresa en el incremento progresivo de la inversión de capital para el desarrollo de múltiples proyectos comunitarios. Destacan así mismo, las iniciativas de las distintas ONG en lo que respecta al trabajo en los sectores sociales menos favorecidos y la consolidación de esta nueva perspectiva de amplios alcances en lo económico, político, social y cultural.

Bibliografía >>

- Amín, S. (1999). *El capitalismo en la era de la globalización*. Ediciones Paidós Ibérica, Segunda edición, Barcelona.
- Cámara Venezolano-Americana de la Industria y el Comercio (VenAmCham) Informe y Noticias semanales. Disponible en: <http://www.venamcham.com>
- Castells, M. (2001). Tecnología de la información y capitalismo global. En: *En el límite*. Tusquets Editores, Barcelona.
- Drucker, P. (1998). *La sociedad postcapitalista*. Editorial Norma, Bogotá.
- Giddens A. y W. Hutton (2001). Conversaciones entre Anthony Giddens y H. Hutton. En: *En el límite*. Tusquets Editores, Barcelona.
- Grupo Kaizen (s/f). *Autoevaluación y responsabilidad social empresarial*. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com> (Consulta: agosto 26 de 2006).
- Integra RSE (s/f). *Lista de chequeo de la responsabilidad social empresarial*. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com> (Consulta: agosto 26 de 2006).
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad*. McGraw-Hill Interamericana de España, Madrid.
- Méndez, C. (2005). *Responsabilidad social empresarial en Venezuela*. Strate Gos, Realidad Venezolana. Caracas, Venezuela.
- Parra, G. (2005). Infocapitalismo, subjetividad posmoderna y pensamiento educativo. Una aproximación tensional-problemática desde el paradigma político-estratégico. En: *La universidad se reforma III*. UCV-ORUS-IESALC/UNESCO-UPEL-MES, Colección Debates sobre La Reforma, Caracas.

(2006). Educación, reforma y sociedad del conocimiento. IESALC/UNESCO-UCV-ORUS-UNESR, *La universidad se reforma V*, Editorial Metrópolis, Caracas.
- Prestowitz, C. (2004). *¿El nuevo imperialismo estadounidense?* Disponible en: <http://perso.wanadoo.es/laicos/2003/5985-imperio-EUA.htm> (Consulta: marzo 9 de 2004).
- Revista *Producto* (2007). RSE: retribución bonita. Caracas, Año 23, No. 278, enero. Disponible en: <http://www.producto.com.ve>
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Rodríguez y Hernández (s/f). *La responsabilidad social. Un enfoque dialéctico*. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com> (Consulta: agosto 26 de 2006).
- Schvarstein, L. (2005). *La inteligencia social de las organizaciones*. Editorial Paidós, México.

- Silvio, J. (2000). *La virtualización de la universidad*. IESALC/UNESCO, Colección Respuestas, Caracas.
 - Soros, G. (2002). *La crisis del capitalismo global*. Plaza & Janés. Barcelona.
 - Touraine, A. (1999). *¿Cómo salir del Liberalismo?* Ediciones Paidós Ibérica, Tercera edición, Barcelona.
 - Weber, M. (1997). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ediciones Península, Barcelona.
-