

ÉTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE PAZ, ¿MITO O REALIDAD?

Albanid Mosquera Castro • José Vicente Berruecos Patiño • Wilson Eduardo Romero Palacios

Resumen:

La práctica y el estudio de la ética, y de la responsabilidad social son de los campos del conocimiento con mayores referencias en la historia de la humanidad. Varios siglos antes de nuestra era, las civilizaciones egipcia, hebrea, mesopotámica, china, hindú, griega y muchas más, en el marco de sus dogmas religiosos, establecían disposiciones encaminadas a regular los actos humanos desde el plano de la moral, que enseña a distinguir entre lo bueno y lo malo; una hegemonía similar se encuentra en la actualidad y es ocasión que todavía no comprendemos del todo el fenómeno, sencillamente porque se desconocen los mecanismos del aprendizaje en el ámbito de conocimiento de lo ético/moral, que poco tiene que ver con la memoria y el razonamiento, sino con la conciencia individual y colectiva y al circunscribirse en el terreno de lo cultural, adquiere una alta dosis de relativismo. Existe la impresión que la ética es un tema que difumina las fronteras entre el delito y el pecado, el primero, un acto punible por las leyes civiles; el segundo, por las leyes morales, en relación con la ética en los negocios, una cultura debe aprender que adquirir riquezas respetando los derechos de los demás, en el marco del desarrollo económico, no contraviene imperativos de conductas dogmáticas, como lo refiere Max Weber en una de sus obras magistrales, pero la ética en los negocios no debe restringirse solamente a la célebre dicotomía hebreo/romana de Dios y César”, su ámbito de influencia se extiende ahora hasta alcanzar un elevado nivel de responsabilidad de los individuos y la colectividad en tiempos de paz reales.

Palabras claves: *Ética, Responsabilidad, Liderazgo, Conducta, Compromiso, Paz.*

Abstract:

The practice and study of ethics and social responsibility are fields of knowledge with further references in the history of mankind, several centuries before our era, Egyptian, Hebrew, Mesopotamian, Chinese, Indian, Greek and many more, as part of their religious dogmas, established provisions to regulate human acts from the plane of morality, which teaches to distinguish between good and evil, a similar hegemony is today and it is time that still do not fully understand the phenomenon, simply because the mechanisms of learning are unknown in the field of knowledge of the ethical / moral, that has little to do with memory and reasoning, but with the individual and collective consciousness and confined in the field of culture, takes a high dose of relativism, there is a perception that ethics is a subject that blurs the boundaries between crime and sin, the first, an act punishable by civil law; the second by the moral laws regarding business ethics, a culture must learn to acquire wealth while respecting the rights of others, within the framework of economic development, contravenes imperatives of dogmatic behavior, as regards Max Weber in one of his masterpieces, but business ethics should not only be restricted to the famous Hebrew / Roman dichotomy of God and Caesar “, their sphere of influence now extends to reach a high level of responsibility of individuals and the community in times of real peace.

Keywords: *Ethics, Responsibility and Commitment, Leadership, Conduct, Peace.*

Introducción

Antecedentes Históricos. la función del Gerente de Recursos Humanos puede englobar una importante diversidad de prácticas como tratar con temas de desempeño, resolver conflictos personales entre empleados, ocuparse de asuntos gremiales y legales, supervisar programas capacitación, entre muchos otros. El Gerente de Recursos Humanos actúa como un nexo entre los mandos y los empleados e inevitablemente se enfrentará a conflictos propios de la función; resolverlos requerirá de mucho entendimiento y capacidad para los distintos temas y, sobretodo, de la aplicación de principios éticos¹. wAristóteles y Platón² fueron dos de los filósofos más importantes que pensaron la ética, por lo cual entender las diferencias filosóficas entre ambos es vital para cualquier directivo de recursos humanos, de acuerdo a la literatura reciente sobre la ética en los negocios.

Platón creía que todos los seres humanos tienen la capacidad de entender objetivamente en forma correcta e incorrecta, pero los hombres más sabios o los “reyes de los filósofos” son los mejores en reconocer y aplicar lo correcto e incorrecto y, por lo tanto, ejercer un poder de autonomía en la toma de decisiones; básicamente el enfoque de Platón es más centrado en una élite superdotada que

puede tomar decisiones. Aristóteles, por otro lado, pensaba que no había reyes filósofos y que todos los hombres son infalibles; el mejor sistema de gobierno es aquel basado en reglas éticas lo que hará una sociedad más estable y justa, en los tiempos modernos. Parece que la ética de Aristóteles ha ganado ya que ha sentado las bases para cada constitución democrática, así como las prácticas éticas en los negocios exitosos. Utilizando la ética aristotélica como punto de partida se puede entender el verdadero rol del liderazgo, los líderes de acuerdo con Aristóteles deben esforzarse por maximizar el potencial de los individuos, porque se está gestionando humanos y no robots programados. Un gerente de recursos humanos exitoso ayudará a cada individuo a desarrollar un conocimiento único y una serie de competencias, que a cambio conseguirá maximizar el valor de esa persona para la compañía. Dado que la ética empresarial está basada en reglas y no en emociones, es importante que el Gerente de Recursos Humanos resuelva conflictos utilizando un estándar de prácticas éticas (o lo que en muchas empresas se llama “Qué consideramos como ético”), en lo posible publicado en un manual disponible para todos los empleados. Esto evitará situaciones en las que el Gerente de Recursos Humanos se deje influenciar por sus sentimientos.

Algunos teóricos recomiendan usar un protocolo a seguir para aplicar estos estándares: en primer lugar comprender el problema, buscar el consejo de expertos, hacer una tormenta de ideas y considerar todas las soluciones posibles, tomar una decisión y lo más importante, revisar los resultados de esa decisión y aprender de ellos. La acción más importante de un directivo de RR.HH. en cuanto a ética, según el especialista en el tema James O’Toole, es hacerse preguntas difíciles, pues en cada decisión que tome un Gerente de Recursos Humanos ético, debe decidir no sólo si la decisión afecta las ganancias de la empresa, sino también si es ética para todos los involucrados.

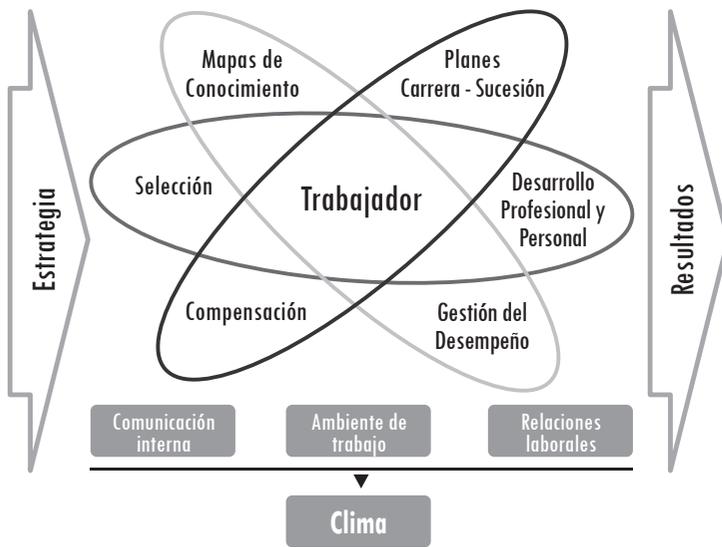
Un negocio poco ético termina no siendo un buen negocio, como ejemplifica O’Toole con el caso de Enron cuyo derrumbe comenzó con balances contables e información para los accionistas falsa. En la actualidad, el concepto de liderazgo ya no se basa sólo en las variables clásicas: dimensión y valor bursátil³; esta concepción es efímera y cambiante, se debe añadir un nuevo factor para consolidarlo y lograr la reputación corporativa, como se observa en este modelo integral de gestión humana, el ser humano, el trabajo, como centro de la estrategia para el logro de los resultados y obtener una reputación.

1 **Ética**=> <http://www.losrecursoshumanos.com>

2 **Aristóteles y Platón** han sido dos de los filósofos más importantes, que han trascendido con sus escritos a nuestra cultura. Pero entre ellos encontramos varias diferencias y similitudes.

3 **Justo Villafañe. Libro La reputación corporativa** Es la antesala del buen prestigio de cualquier organización.

Modelo Integral de Gestión Humana



Fuente Imagen: www.gestionhumana.com

Pero ¿qué es la reputación? Por definición, es la consideración, opinión o estima que se tiene de alguien o de algo; dependiendo del contexto puede tener una connotación negativa o positiva y se halla íntimamente relacionado con el desempeño de las empresas y su vinculación con los públicos que encuentran interés en ella (stakeholder).

A partir de esto se debe plantear la sutil diferencia que existe entre imagen y reputación; la primera es el conjunto de percepciones, ideas o significados que una persona tiene con respecto a una empresa, mientras que la segunda, es un juicio o valoración que se efectúa sobre dicha imagen. La reputación corporativa tiene carácter estructural, proyecta la identidad corporativa, genera valor, hay un reconocimiento del comportamiento y permite una evaluación rigurosa. La reputación corporativa comprende tres categorías de análisis:

En primer lugar, la axiológica, que tiene que ver con los valores, la ética y responsabilidad social de la empresa. En segundo lugar, el comportamiento corporativo comprometido con los clientes, accionistas y empleados a lo largo de su historia. Y, por último, la actitud proactiva de la organización en cuanto a administración y comunicación de la reputación.

El buen prestigio trae consigo muchas ventajas importantes:

- a) El mejoramiento de los resultados económicos: existe una relación directa proporcional entre el valor bursátil y la reputación, cuanto mejor es la reputación de la empresa, mayor es el valor de sus acciones.
- b) El aumento del valor comercial de los productos: la reputación permite diferenciarse de otras empresas.

De esa manera, los clientes permanecen fieles al consumo de dicha marca, elevando el valor económico del capital simbólico de la compañía (brand equity). El valor real de las marcas reside en las mentes de los consumidores, es decir, cuánto pagan por ese producto.

- c) La capacidad de combatir las crisis: la reputación juega un papel importante en relación con el valor agregado de mercado, calificándolo positivamente sin tener en cuenta la rentabilidad y el capital.

En consecuencia, la reputación corporativa forma parte de los cimientos de este nuevo concepto de liderazgo; construir una reputación positiva es una tarea que lleva años y que requiere de coherencia. Resulta mucho más difícil alcanzar una buena reputación que destruirla por una acción equivocada o un comentario desacertado, exige el cumplimiento, por parte de las compañías, de tres condiciones:

Sensibilidad organizativa: se establecen objetivos positivos y su viabilidad; una gestión proactiva de la reputación, incorporándola a la administración y organización de la empresa (management empresarial); y un comportamiento corporativo comprometido. A su vez, los procedimientos y metodologías para evaluar y medir la reputación cada vez cobran mayor importancia.

Para que la empresa contribuya a la paz es vital que esta adopte

lo que se ha llamado en el argot humanitario una perspectiva de “sensibilidad al conflicto”⁴. Esto significa que, partiendo del análisis del conflicto, la empresa debería comprender y anticipar su interacción con el contexto, evitando los impactos negativos y maximizando los positivos en el proceso de construcción de paz.

De la mano de la teoría del Do no harm, la empresa debería también ser capaz de fomentar los elementos “conectores”, es decir, aquellos que reducen la tensión, y minimizar los elementos “divisores”, aquellos que incrementan potencialmente la violencia en su área de influencia. Ser sensible al conflicto no significa necesariamente que la empresa deba implicarse en acciones de construcción de paz, pero sí que significa que esta, como mínimo, no debe impactar negativamente en el conflicto o en el proceso de consolidación de la paz.

Para concluir, la reputación es un activo más de la empresa y, tal vez, el más importante, por lo cual la organización debe gestionarlo eficaz y sistemáticamente como lo hace con los demás, debe administrarse en todos los niveles de la empresa y en todas las áreas de su actividad, ya que el comportamiento de la empresa y los actos de sus empleados influyen en el camino al liderazgo; los hipotéticos dilemas éticos a los que un gestor de recursos humanos

puede hacer frente son infinitos, el modelo de gestión humana, involucra un elemento importante el clima de la organización.

Ética organizacional y su consecución empresarial

Durante los años 2001 y 2002 los medios masivos de información recreaban los escándalos financieros de grandes organizaciones norteamericanas, principalmente, tales como: Enron, una de las productoras de petróleo más importantes; Polaroid, empresa emblemática de la industria fotográfica; WorldCom, segunda compañía más grande en el campo de las comunicaciones; Xerox Company, creadora de equipos de oficinas; Merck y Johnson & Johnson, líderes en el sector farmacéutico, entre otras. Todas ellas, desarrolladoras de las más avanzadas tecnologías en su campo, tuvieron problemas en la gestión y de manejos financieros, desvíos y registros ilegales de recursos por varios miles de millones de dólares; los fracasos son imputables a la falta de apego a sus códigos de ética, a sus principios y sistemas de valores, afectando a la organización en los aspectos: financieros, prestigio y lo más lamentable, el despido de miles de personas.

El escándalo hizo intervenir al Presidente de los Estados Unidos

en julio de 2002 para anunciar un programa de *Responsabilidad Corporativa* con la finalidad de reencausar la conducta de los ejecutivos y sancionar a quienes violen los códigos éticos empresariales, cometan fraudes al fisco y, en general, propicien un clima de desconfianza entre la sociedad; ante la reincidencia de las empresas en los desfalcos financieros, se anuncia la *Ley contra fraudes empresariales*, a la postre conocida como la Ley Sarbanes-Oxley, en este contexto, Charam y Ussem (2002), articulistas de la Revista Fortune, realizan un análisis de las causas de la quiebra de empresas en EEUU, asegurando que solo en el año 2001, 257 empresas –Fortune 500– cotizadas en bolsa, con 258 mil millones de dólares en activos, declararon la suspensión de pagos, rompiendo el récord del año anterior de 176 empresas y 95 mil millones de dólares.

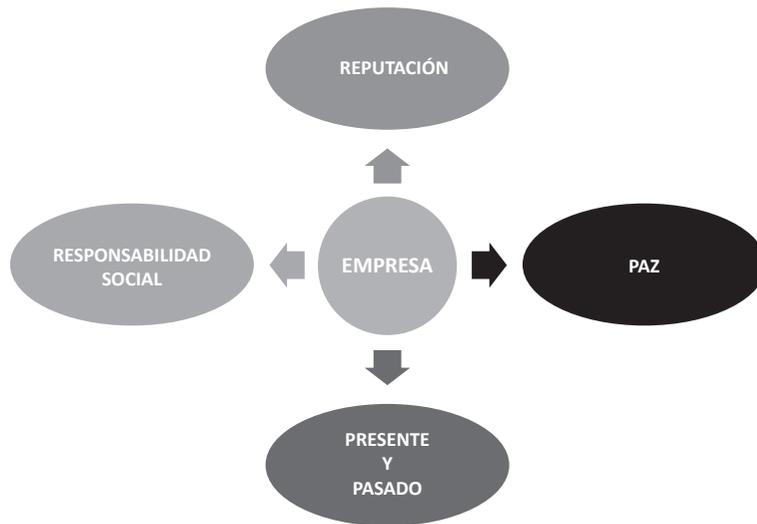
Una parte importante de las operaciones empresariales y de la inversión directa extranjera a escala mundial tiene lugar en países en conflicto o postconflicto⁵. A grandes rasgos, son países que pueden contar con diversos atractivos en el ámbito de los negocios como son la explotación de recursos naturales, mercados importantes o costes de producción ventajosos, entre otros. Así pues, y a pesar de suponer entornos complejos y, a menudo, inseguros, han atraído a empresas que

4 Fuente: *RSE en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor* Maria Prandi y Josep M. Lozano (Eds.)

5 Fuente: *RSE en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor* Maria Prandi y Josep M. Lozano (Eds.)

actúan a nivel global o albergan un cierto tejido empresarial de carácter nacional que alimenta, desde la economía formal o informal, a las cadenas de suministro a escala global. La aportación de estos capitales privados es, en algunos casos y a lo largo del tiempo, equivalente o superior a la ayuda procedente de donantes internacionales por lo que su peso en la economía del país, tanto a nivel micro como macro, es de gran importancia. Sin embargo, en estos entornos frágiles, la orientación o dirección que tome esta inyección de divisas puede sentar las bases para la consolidación de la paz, continuando con los comportamientos cuestionables de los órganos de gobierno de grandes corporaciones transnacionales.

Werner y Weiss (2006) publican los resultados de su investigación, desnudando las prácticas empresariales de “prestigiosas” compañías de diferentes países “altamente desarrollados”, principalmente en relación con la violación de derechos humanos, pésimas condiciones de trabajo, mano de obra barata, explotación de trabajo infantil, violación a derechos de comercio internacional, daño irreversible al medio ambiente, infracciones a los valores éticos-morales elementales, pruebas de laboratorios en seres humanos, financiamiento de conflictos bélicos en países pobres para obtener materias primas, entre otras gracias.



Autores.2016

Como síntoma de aceptación de esta realidad, afirman los autores, los directivos de las organizaciones multinacionales, además del *shareholder value* (el valor bursátil de una empresa para los accionistas), ahora se privilegia el *stakeholder value*, el valor de mercado proveniente de la aceptación de los diversos grupos de interés de su entorno, axioma bajo el cual sólo tendrá éxito la empresa que actúe en forma correcta frente a todos los grupos afectados directa o indirectamente por la misma, entre ellos trabajadores, directivos, sindicato, clientes, proveedores, gobierno, medio ambiente y el país en que opera.

No al cambio: en la práctica existen ocho (8) razones más comunes por las que la gente se resiste al cambio organizacional en marcos de responsabilidad social en tiempos de paz⁶:

1) Pérdida de estatus

o seguridad en el trabajo.

No forma parte de nuestra naturaleza realizar cambios que puedan ser dañinos para nuestra situación actual. En un entorno organizacional esto significa que ciertos empleados pueden resistirse a un cambio tecnológico si sus puestos van a hacer eliminados o reducidos, desde su perspectiva el cambio es dañino para su rol dentro de la organización. Sin una estrategia para el cambio bien pensada los líderes deberán enfrentar muchísima resistencia y rotación.

2) No se refuerzan los sistemas de recompensas.

Hay un dicho común en el mundo de los negocios: que los gerentes obtienen lo que recompensan. Los empleados van a rechazar el cambio

⁶ Robert Tanner. Presidente de Business Consulting Solutions LLC Cambio organizacional: ocho (8) razones por las cuales la gente se resiste al cambio <http://www.losrecursoshumanos.com>.

cuando no vean que les reporta alguna recompensa. Cuando se implementa un proceso de cambio hay que preguntarse ¿cuál es el beneficio de este cambio para el resto de los empleados? Sin una recompensa no hay motivación para apoyar el cambio a largo plazo.

Esto significa que el sistema de compensaciones debe modificarse para complementar la gestión del cambio que se quiere implementar.

3) Sorpresa y miedo a lo desconocido.

Cuanto menos conozca la organización sobre el cambio y su impacto en la gente, más miedo se genera. Liderar el cambio requiere que no vayan surgiendo sorpresas. La organización necesita estar preparada para el cambio. En ausencia de una comunicación fluida con el liderazgo, los rumores llenan el espacio

y sabotean cualquier esfuerzo en pos del cambio.

4) La presión de los pares.

Los grupos de interés de la organización resistirán al cambio para proteger los intereses del grupo. Algunos empleados pueden resistirse al cambio para proteger a sus compañeros. Los gerentes pueden resistir al cambio para proteger a sus equipos.

5) Clima de desconfianza.

Los cambios organizacionales importantes no se producen en un clima de desconfianza. La confianza involucra tener fe en las intenciones y comportamiento de los otros, la desconfianza mutua condenará a una iniciativa de cambio.

6) Políticas organizacionales.

Algunos se resisten al cambio como una estrategia política para probar que la decisión es

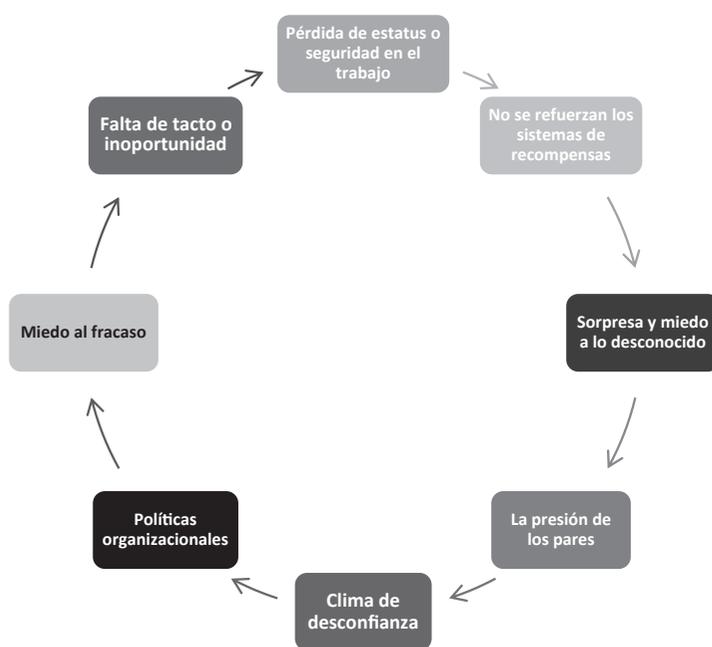
equivocada. También puede resistirse para demostrar que el que lidera el proceso de cambio no es apto para la tarea. Están expectantes de ver que falla el proceso.

7) Miedo al fracaso.

Los cambios radicales en el trabajo pueden provocar que los empleados duden sobre sus capacidades para desempeñar sus tareas. Lo conocido es confortable, los empleados resisten estos cambios porque están preocupados y no se pueden adaptar a los nuevos requerimientos laborales.

8) Falta de tacto o inoportunidad.

A veces no es lo que un líder hace sino cómo lo hace y esto genera resistencia al cambio. La resistencia puede darse porque los cambios se introducen de forma poco sensible o de manera inoportuna. La oportunidad que el arte de las relaciones humanas aguardaba, se presentó en los talleres Hawthorne de la Western Electric Company de Chicago, durante una serie de experimentos entre 1927 y 1932, el adalid fue en esa ocasión Elton Mayo y su tribuna, la eminentemente respetable Harvard Graduate School of Business Administration.



Conclusiones

Los procesos de responsabilidad, paz, ética y recursos humanos son imperativos para las conductas organizacionales del nuevo milenio; esta contribución activa, voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental debe ser una constante real; bajo este concepto la gestión administrativa se engloba en un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresarial que persiguen un nuevo equilibrio en las dimensiones económica, social y ambiental aplicables a todo tipo de organización en momentos de paz reales. La responsabilidad social según García (2006) es “la obligación gerencial de tomar las medidas que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad como un todo y también los intereses organizacionales” (p.54).

Se deduce que este término hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos del personal que labora en la organización, tanto nacionales, estatales o privadas, que se derivan de los impactos de las actividades de la organización, las cuales se producen en los ámbitos social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos, que ayuden a proyectar los sacrificios de los últimos 100 años de guerra, por eso es necesario alcanzar los mecanismos éticos y sociales de forma responsable.

La apertura de las puertas organizacionales, éticas, sociales y responsables, está para examinar los puntos de vista propios y para recibir información que puede ser útil; estas experiencias llevan a la formación de ciudadanos que empiecen a experimentar los problemas reales del país a que, seguidamente, comiencen a valorar y a participar activamente en lo político y lo social. En este orden de ideas y siguiendo a García (2006), pueden identificarse elementos importantes que comparten las diferentes definiciones de responsabilidad social, a saber: el compromiso, la acción voluntaria y la adaptabilidad al cambio, de manera ética, social, responsable, real, ya, hoy en tiempos de paz.

Bibliografía

Agüero, F. (2002) “La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú”. Escuela de Estudios Internacionales. Universidad de Miami. Traducción: Jacobo Schatan (CENDA).

Caravedo, Baltazar (1996), “Liderazgo, Empresa y Sociedad, Hacia una estrategia de responsabilidad social”, SASE y Perú 2021, Lima, Perú.

Caravedo, Baltazar (1998), “Responsabilidad Social de la Empresa, un eje para cambiar el país”. SASE, Lima, Perú. Caravedo, Baltazar (1999), “Lo Social y la Empresa a fines de siglo”, Universidad del Pacífico, SASE y Perú 2021, Lima, Perú.

Caravedo, Baltazar, (2002), “Cambio de Sentido, una perspectiva para el Desarrollo Sostenible”, Universidad del Pacífico y LIDES, Lima, Perú.

Caravedo, Baltazar (2004), “La Revolución de las significaciones”, Universidad del Pacífico, Lima, Perú.

Caravedo, Baltazar (2004), “La Transformación de la sociedad peruana”, AVINA, Lima, |Perú.

Caravedo, Baltazar (Editor) (2008), “Responsabilidad Social TODOS, Hacia el encuentro de todos los peruanos”. PNUD, Lima, Perú.

Caravedo, Baltazar (2009), “Responsabilidad Social Todos, La voz de las Regiones”. PNUD, Universidad Correa, M^a E.; Flynn, S. Amit, A. (2004) *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial* CEPAL División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos.

Flores, J.; Ogliastris, E.; Peinado-Vara, E. y Petra, I –edit.- (2006) “El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe” BID e INCAE. Presentación de Antonio Vives.

Fuentes; S. (2007) “Memorias Colombia Responsable. 1er Encuentro de Responsabilidad y Desarrollo Social”. Grupo SAF (Bogotá, Colombia)

Guédez, Víctor (2001) “La ética gerencial. Instrumentos estratégicos que facilitan decisiones correctas” Editorial Planeta (Colombia)

Guédez, Víctor (2004) “Ética, política y reconciliación. Una reflexión sobre el origen y propósito de la inclusión” Editorial Critería.

Guédez, Víctor (Compilador) (2010) “La RSE: visiones complementarias”. En imprenta: se estima su salida en Julio del presente año. Editado por Alianza Social de Venamcham.

Guía de Buenas Prácticas en Responsabilidad |Social para el Sector Farmacéutico, Cosmético y del Cuidado Personal. Publicación conjunta de: Simbiosis Comunidad

& Empresa de Colombia, Forética y Ética de España. Edición: noviembre de 2009.

IRSE; Ekos (2009) "Memoria de Responsabilidad Social Empresarial Ecuador 2009". Se publicará todos los años.

Machado, C, Berti, Z, Caraballo, L (2002)"Balance Social para la empresa venezolana. Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social" (FEGS). VenAmCham. Alianza Social. Venezuela

Mayorga, P.; Volmar, O. y González, J. J. (2001) "Responsabilidad social de la empresa. Elementos teóricos y experiencias". Fundación Corona, Bogotá.

Méndez, Ch. (2003) "Libro de responsabilidad empresarios y empresas en Venezuela" durante el siglo XX. Caracas

Memorias Colombia Responsable 1er Encuentro de Responsabilidad y Desarrollo Social. Corferias, 2007 – Bogotá, Colombia

Montero, M (2007) "De la filantropía a la Construcción de tejido y capital social. Responsabilidad social empresarial. Teorías y experiencias". Ediciones Velea. Venezuela

Olga Lucía Toro y Germán Rey (1996), "Empresa Privada y Responsabilidad Social, Centro Colombiano de Filantropía, Asociación Nacional de Industriales y Fundación Social, Bogotá, Colombia.

Paladino, M y A Mohan, (2002) "Tendencias de la Responsabilidad Social en Argentina", Documento de Investigación, IAE/Universidad Austral, ACES, Pilar

Pizzolante; I. (2007) "El Poder de La Comunicación Estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo". Círculo de Lectores Colombia. 6ta. Edición (Bogotá, Colombia). Existen otras ediciones anteriores.

Pizzolante; I. (2009) "De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable". Ediciones Ciencias Sociales (España, Madrid)

Puterman, P (2008) "La LOCTI una oportunidad para la apropiación social del conocimiento. Derechos humanos

empresas venezolanas". Ediciones Paredes. Venezuela Vargas Red Interamericana (2005) Situación de la RSE en Latinoamérica. Hacia un desarrollo sustentable. Vincular

Puterman, P (2007) Una propuesta de Responsabilidad Social. Responsabilidad social empresarial. Teorías y experiencias. Ediciones Velea. Venezuela.

Puterman, P, "Guía mundial de responsabilidad social. Caso Venezuela". En imprenta, para ser publicado por International CSR

Restrepo Ramiro (2009) "Responsabilidad Social: Nueva Teoría, Nuevas Prácticas". Primera Edición: Universidad de San Buenaventura Medellín y la Asociación Colombiana de Relaciones de Trabajo Ascort. Segunda Edición: Septiembre de 2009 por parte del ICONTEC Responsabilidad Social y Políticas de Empleo en el contexto de las Respuestas a la Crisis Económica". La publicación (N° 5) también es fruto de un seminario internacional, celebrado el 28 de octubre de 2009 en Santiago de Chile por la Fundación "Trabajo y Sociedad", en colaboración con la Universidad Central de Santiago y el "Observatorio Social Internacional" de Francia.

Schwalb, Matilde y Malca, Oscar (2003), Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. Universidad del Pacífico, Asociación Los Andes de Cajamarca y Yanacocha, Lima

Solarte, Mario Roberto. Manual para la elaboración del reporte de sostenibilidad. Bogotá: BID-Confecámaras. 2007. ISBN: 978-958-683-975-5

Solarte, Mario Roberto; Vergara, A; RODRÍGUEZ, H Guía para la gestión ética en PYMES. Bogotá: Confecámaras, Pontificia Universidad Javeriana, CIPE. 2005. ISBN: 958-973-97381-7-6.

Vives, A.,(2008) "El papel de la RSE en América Latina: ¿Diferente al de Europa?" Capítulo 6 de América Latina, España y la RSE: Contexto, perspectivas y propuestas, Ramón Jáuregui, Coordinador, Fundación Carolina, Madrid. Vives, A. y E. Peinado-Vara, editores, (2004) "RSE como herramienta para la competitividad: Anales de la I Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa, Banco Interamericano de Desarrollo.

Autores



**Albanid
Mosquera
Castro**

MBA Magíster En Gestión Empresarial. Universidad Libre
Posgrado Especialista en Administración Estratégica del Control Interno.
Universidad Libre
Pregrado Contador Público. Universidad Libre
Especializaciones de Alta Gerencia en Markets and International Negotiations
Southeastern Louisiana University. Panama.
Introductory Financial Investigative Auditing. US InterAmerican
Financial Investigative Forensic Auditing.
Docente Universitaria, Gerente de Auditoría y Finanzas Romo International Business.
Grupo de Investigación Armonización Contable - Universidad Libre
Grupo de Investigación GICES - Institución Universitaria Antonio José Camacho



**Wilson Eduardo
Romero Palacios**

DBA Candidato of Doctor En Business Administration.
AUI University Atlantic International. EEUU.
MBA Magíster En Gestión Empresarial. Universidad Libre
Posgrado Especialista en Administración Estratégica del Control Interno.
Universidad Libre
Advanced Strategic Planning. University Of California Berkeley.
UC Berkeley
Markets and International Negotiations Southeastern Louisiana University.
Panama.
Pregrado Contador Público. Universidad Libre
Especializaciones de Alta Gerencia en Marketing City. Universidad de La
Habana. La Habana - Cuba
Normas Internacionales de Contabilidad. NIIF-NIC / NIAS y Técnicas de
Auditoría Interna BASC.
Educación Gerencial “Rompiendo Fronteras”. Perú Universidad ESAN
Lima-Perú
Docente Universitario, Gerente de Romo International Business
Director Ejecutivo Fundación Consuelo para el Mundo
Grupo de Investigación Armonización Contable - Universidad Libre
Grupo de Investigación CONSTRUCECS y UniRSE de la UNICUCES
Vicerrector Académico Corporación Universitaria Centro Superior
(UNICUCES)



**Jose Vicente
Berruecos Patiño**

MBA Magíster En Mercadeo. Universidad Libre
Posgrado Especialista en Mercadeo Universidad Libre
Posgrado Especialista en Gerencia del Talento Humano. Universidad Libre.
Pregrado Administrador de Empresas. Universidad Autónoma de Colombia
(Tesis Laureada)
Tecnólogo en Administración de Empresas. Fundación Centro Colombiano de
Estudios Profesionales
Técnico Profesional en Administración Empresarial e Informática (Mención de
honor excelencia académica)
Docente Universitario, Institución Universitaria Antonio José Camacho.
Director de Programa de Administración de Empresas y Tecnología en
Mercadeo y Negocios Internacionales de la Institución universitaria
Antonio José Camacho.
Diplomados en: Gerencia del Talento Humano,
Universidad San Buenaventura.
Diplomado en: Uso de las TIC Institución universitaria Antonio José Camacho
Diplomado en: Dirección Universitaria, Institución Universitaria
Antonio José Camacho
Grupo de Investigación GICES-Institución Universitaria
Antonio José Camacho

Correo: Jberruecos@admon.uniajc.edu.co
Semillero Gy-marketing de la Institución universitaria Antonio José Camacho.
Institución Universitaria Antonio José Camacho