

2012-06-01

## Prestación de servicios para pymes. Bases teóricas para el modelo de responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle

Nelson Andrés Molina Roa

*Universidad de La Salle, Bogotá, nelsonmolina@unisalle.edu.co*

Omar Andrés Sierra Morales

*Universidad de La Salle, Bogotá, osierra@unisalle.edu.co*

Víctor José Rodríguez Restrepo

*Universidad de La Salle, Bogotá, vrodriguezrestrepo@hotmail.com*

José Rodrigo Mondragón Ávila

*Universidad de La Salle, Bogotá, jmondragon@unisalle.edu.co*

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

---

### Citación recomendada

Molina Roa, Nelson Andrés; Sierra Morales, Omar Andrés; Rodríguez Restrepo, Víctor José; and Mondragón Ávila, José Rodrigo (2012) "Prestación de servicios para pymes. Bases teóricas para el modelo de responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle," *Gestión y Sociedad*: No. 1 , Article 5.

Disponible en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# Prestación de servicios para pymes. Bases teóricas para el modelo de responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle

Nelson Andrés Molina Roa\*  
Omar Andrés Sierra Morales\*\*  
Víctor José Rodríguez Restrepo\*\*\*  
José Rodrigo Mondragón Ávila\*\*\*\*

**Recibido:** 20 de noviembre del 2011 – **Aprobado:** 12 de marzo del 2012

## Resumen

La exploración de la literatura sobre las actividades de Responsabilidad Social en Colombia, tanto del sector empresarial (RSC) como del universitario (RSU), evidencia el proceso histórico de desvinculación de las universidades con respecto a las necesidades educativas de la sociedad productiva y el consecuente aprovechamiento de este vacío educativo, por parte de las empresas, para ofertar servicios de educación bajo el amparo de acciones de RSC. En ese sentido, debido a que las empresas están compitiendo y llegando a poner en tela de juicio ante

---

\* Licenciado en Filología, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Magíster en Lingüística, Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Entornos Virtuales de Educación de la Escuela de Altos Estudios de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Docente investigador, Universidad de La Salle. Miembro del grupo de investigación Gestión, Administración y Organizaciones (GAO). Correo electrónico: nelsonmolina@unisalle.edu.co.

\*\* Administrador de Empresas, Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia. Magíster en Administración (MBA), Universidad de La Salle. Docente investigador de la misma universidad e integrante del grupo de investigación GAO. Correo electrónico: osierra@unisalle.edu.co

\*\*\* Administrador de Empresas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia. Especialista en Gerencia de Talento Humano y en Pedagogía Universitaria, Universidad EAN, Bogotá. Docente investigador, Universidad de La Salle e integrante del grupo de investigación GAO. Correo electrónico: vrodriguezrestrepo@hotmail.com

\*\*\*\* Administrador de Empresas, Universidad EAN, especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad EAN, magíster en Gestión de Organizaciones Universidad de Quebec, Montreal, Canadá. Docente investigador, Universidad de La Salle e integrante del grupo de investigación Emprendimiento y Gestión de Empresas de Familia (GEF). Correo electrónico: jmondragon@unisalle.edu.co

la sociedad el prestigio de las universidades como instituciones portadoras del saber educativo, se hace necesario que estas revalúen sus paradigmas, sobre todo, en cuanto a su relación y responsabilidades con la sociedad. En consecuencia, el presente artículo ofrece, a partir de un proceso de reflexión y de revisión bibliográfica de un grupo interdisciplinar de investigadores adscritos a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle de Bogotá, las bases teóricas e institucionales del futuro modelo de RSU para dicha facultad, el cual, según parecer de los investigadores, se debería basar en una oferta de servicios educativos para pymes.

### **Palabras clave**

Universidades, responsabilidad social corporativa, responsabilidad social universitaria, servicios educativos, pymes.

## **Provision of Services for SMEs. Theoretical Foundations for the University's Social Responsibility Model from the Management and Accounting Sciences Department at La Salle University**

### **Abstract**

The exploration of literature on Social Responsibility activities in Colombia, both in the business sector (CSR) and the higher education sector (RSU), shows the historical process of the universities' separation from the educational needs of productive society and the consequent use of this educational gap, by companies, to offer educational services under the cover of CSR actions. In that sense, because companies are competing and putting into question before society the prestige of universities as institutions carriers of educational knowledge, it is necessary for them to reassess their paradigms, especially in regards to their relationship and responsibilities towards society. Consequently, this article offers, based on a process of reflection and literature review of an interdisciplinary group of researchers associated to the Management and Accounting Sciences Department at La Salle University in Bogotá, the theoretical and institutional basis of the future RSU model for this department, which, according to researchers, should be based on an offer of educational services for SMEs.

### **Keywords**

Universities, Corporate Social Responsibility, Social Responsibility, Academic, Educational Services, SMEs.

## Antecedentes históricos: distanciamiento de la Universidad del entorno socio productivo a raíz del concepto *profesional*

La definición de las funciones académicas, culturales y sociales de la Universidad a lo largo de la historia, del mismo modo que, la determinación precisa de su origen como institución educativa han sido temas, aun hoy día, de discusión histórico académica, sobre todo, por causa de la importancia que las naciones, tanto orientales como occidentales han atribuido a sus universidades como motor de desarrollo económico, cultural y productivo.

Por esta razón, con el fin de delimitarla, la *Magna Charta Universitatum*, aprobada en Bolonia el 18 de septiembre de 1088, intenta recoger las diversas circunstancias históricas y sociales que han tenido que ver con la conformación de la institución y el concepto *Universidad* y la separa del resto de mediaciones educativas propias de la cultura, para aproximar una definición actual:

[...] institución autónoma que de manera crítica produce y transmite la cultura por medio de la investigación y la enseñanza [...] que para abrirse a las necesidades del mundo contemporáneo exige disponer para su esfuerzo docente e investigador de una independencia moral y científica frente a cualquier poder político y económico [...] a través del proceso de formación de sabios e intelectuales y de la preparación de futuros profesionales (Bricall, 1998, p. 195).

Esta compleja definición, plena de elementos, ha influido, entre otros fenómenos sociales, en la consolidación de la típica organización funcional de las universidades: docencia, investigación y extensión (Malagón, 2005) y en la configuración del papel social *profesional*, entendido el término

profesión como: “empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución (*Diccionario de la lengua española*). Por ser parte fundamental del engranaje económico global, el término profesional justifica, en bastante medida, la existencia de las universidades.

Por esta razón, por ejemplo, durante la Edad Media, médicos, abogados, clérigos y funcionarios eran formados en los florecientes campus universitarios, mientras que el resto de la población (campesinos, artesanos y guerreros) se formaba gracias a la tradición oral popular y las escuelas de artesanos, entre otros (Bayen y Pont, 1978; De la Fuente, 1885). Luego, debido a la industrialización, el artesanado y las profesiones liberales quedaron por fuera del sistema universitario, así como los conocimientos técnicos necesarios para trabajar ciertas maquinarias y equipos (conocimiento técnico, tecnológico, educación no formal, incluso las ingenierías) (Bricall, 1998, p. 196).

Los teóricos del siglo XIX consideraban las profesiones como una modalidad de lo que Tocqueville<sup>1</sup> denominó *corporaciones intermediarias*, que eran organismos por medio de los cuales se podía instaurar un nuevo orden social, en sustitución de la sociedad tradicional existente antes de la época preindustrial. El concepto es producto de la industrialización y de la división del trabajo. Para Max Weber (2003), la profesión estaba vinculada a lo religioso en la tradición cristiana, puesto que el acto de profesar está relacionado con la voluntad de consagrarse a Dios, obedecer a un ser superior, con un alto contenido de ascetismo, de entrega y de sufrimiento (Acess: my Library, 2012). Quizá, esta es una de las razones sociológicas por las cuales,

<sup>1</sup> Alexis de Toqueville: pensador de la ciencia política del siglo XIX que aportó algunos lineamientos teóricos para la conformación de la democracia en América (*Biografías y vidas*, 2012).

la mayoría de las sociedades asumieron la educación universitaria como una tradición mística, llena de protocolos, requisitos e imaginarios sectoriales que la alejan de la sociedad y sus necesidades y el concepto *profesión* se complejizó y se dejó de referir a quien aprende un oficio para referirse a un experto teórico imbuido en un mundo laboral mediado por el prestigio, las jerarquías sociales y los prejuicios.

Ahora bien, puesto que la definición ofrecida por la *Magna Charta Universitatum* atribuye bastantes responsabilidades a las universidades, sería restrictivo decir que estas existen únicamente para producir profesionales; no obstante, pareciera que en ciertos momentos históricos, en ciertas naciones y en ciertas instituciones, la profesionalización se entendiera como la actividad central universitaria y el parámetro de medida para definir su calidad. Un ejemplo de esto es el sistema de acreditación institucional de Colombia, Venezuela y Argentina los cuales determinan como uno de sus parámetros de medición de calidad el número de programas profesionales que se ofrecen en detrimento de otros tipos de estudios (tecnólogos o técnicos, por ejemplo). Desde esta perspectiva se podría asumir que, incluso actualmente, los Estados conciben las universidades como las entidades encargadas de formar profesionales (teóricos) en contraposición a instituciones educativas de otras naturalezas, menos prestigiosas, que forman técnicos, tecnólogos y en educación no formal.

Hasta finales del siglo XX, e incluso durante el XXI en algunas instituciones, las universidades continuaron dejando al margen responsabilidades, actividades, procedimientos, sistemas de aprendizaje, personas y grupos sociales de sus objetivos, hasta el punto de alejarse de la sociedad y las dinámicas laborales y económicas circundantes y convertirse en una entidad ajena y apática a los problemas sociales y productivos

globales y de las regiones. Sin embargo, entrado el siglo XXI, a raíz de diversas coyunturas socio-económicas, la sociedad civil inició campañas de exigencia a las universidades en pro de una revolución en la educación superior desde la premisa "la Universidad moderna debe aportar al desarrollo" (Malagón, 2005, p. 57); además, la Universidad debe reevaluar su postura netamente académica, regresar a la practicidad implícita en el concepto *profesional*; buscar el acercamiento con la realidad económica y social; y reconocer que existen saberes en los demás actores sociales que vale la pena rescatar y que podrán alimentar también a la Universidad en una simbiosis (Malagón, 2005).

### **La Universidad necesita renovar sus vínculos con la sociedad en pro de la competitividad**

Cabe aclarar que, al margen de las diversas leyes educativas nacionales que actualmente definen la división de trabajo (y los conceptos) en profesionales, tecnólogos, técnicos, etc.; el presente artículo pretende, en prospectiva, evidenciar cómo las exigencias sociales actuales invocan una reevaluación de dichos conceptos en pro de un saber inclusivo y un vínculo estrecho con la sociedad que ayude a resolver los problemas de esta última pues, si la Universidad no derriba las barreras conceptuales que le impiden insertarse en las actividades económica y sociales, será reemplazada en estas funciones por otro tipo de mediaciones educativas (Mac Daniel, 1977; Kraft, 1995).

Como consecuencia de lo anterior, las tradicionales funciones de la Universidad como son: docencia (profesionalización), investigación (producción del conocimiento) y extensión (servicio social), etc. se han ido modificando y se han enriqueciendo y, de alguna manera, transformando.

Hoy en el contexto de la Universidad moderna [...] la formación profesional se ha transformado en formación permanente, continua y para toda la vida; la investigación ha pasado de práctica para alimentar la academia a práctica para la producción, socialización y comercialización del conocimiento; y la extensión ha pasado de ser un servicio social asistencial a ser un conjunto de acciones que involucran las dos funciones anteriores y favorecen la intervención y proyección social de la Universidad (Malagón, 2005, p. 56).

La inserción de la Universidad a la realidad social se ha favorecido gracias al surgimiento de conceptos y corrientes teóricas que, nacidos de ambientes educativos y teóricos, han penetrado el quehacer económico, laboral, productivo de la sociedad; he aquí un par de ejemplos: *sociedad del conocimiento*, entendida como la sociedad mediada por tecnologías de la información y la comunicación (TIC), para la cual el mayor valor está en la posesión de conocimiento y no de bienes materiales (Morales et ál., 2000; Olivé, 2007); *competencias*, entendida, como el desarrollo de la capacidad de obtener empleo por la adquisición de las habilidades y conocimientos que comportan los cambios en el trabajo y en la organización de este, así como la capacidad de explotar la creatividad, la flexibilidad, la adaptabilidad, la habilidad de “aprender a aprender” y la destreza para la resolución de problemas que pudieran presentarse (Cuesta, 2009; Mondragón, 2005).

De esta manera, el énfasis cada vez más acusado entre necesidad de formación en conocimientos y competencias y el desarrollo de la cultura de la investigación ha ocasionado que una parte significativamente importante de la actividad universitaria esté estableciendo vínculos con la sociedad circundante y que esta parte tienda a comportarse al largo plazo, como un nuevo

sector del sistema de producción de un país unido al resto por un conjunto de *inputs* (medios de comunicación y de información, laboratorios de ensayos y de investigación, etc.) y de *outputs* (investigación aplicada, formación, particularmente bajo el concepto de *vocational training*, etc.) (Commission of the European Communities, 1977). Para este menester, el puente predilecto usado por las universidades han sido las actividades de extensión y la priorización, dentro de su misión y visión, de la investigación.

Este propósito se ha llevado al extremo de generar conceptos como el de *Universidad-empresa* y *Universidad-región* que buscan amarrar la educación superior a las regiones y los casos y sectores empresariales específicos, por cuanto estos tienen una definición más concreta y medible que en la relación ambigua, teórica *Universidad-sociedad* (Malagón, 2005, p. 67). La premisa básica de la que parten estas acciones es la siguiente:

La democratización de la Universidad en este sentido debe ser más un reto para encontrar nuevos modos pedagógicos de inmersión en la sociedad, en las tradiciones culturales, la historia, los saberes y los bienes del patrimonio, así como, para sacar provecho en la misma dirección de los instrumentos de la información (Llanodosa, 1998, p. 239).

No obstante lo anterior, esta posición socialmente vinculante que están asumiendo las universidades implica que sus acciones y políticas discurren entre dos polos no fácilmente reconciliables: la autonomía universitaria, por un lado, y la necesaria penetración de ella en el mundo contemporáneo, por otro (Bricall, 1998). Ahora bien, ¿hasta qué punto puede considerarse una universidad, a sí misma, una empresa?, ¿si existe una frontera entre la acción académica y la productiva?, ¿vincularse con la sociedad no implica permitirle que penetre la academia?

En realidad, la disyuntiva va más allá: mientras la Universidad ha venido gestando lentamente su marco teórico conceptual para vincularse con la sociedad, esta ya ha adelantado, desde las mismas premisas, su invasión a los campos de acción que, tradicionalmente pertenecían a la educación: “las universidades han dejado de disfrutar del monopolio que en el pasado les fue característico [...] se hallan compitiendo con otras instituciones que —con diferentes métodos, niveles y objetivos— no participan del propósito de conjuntar las actividades de formación e investigación” (Bricall, 1998, p. 197).

Este fenómeno ocurre debido a que la educación superior no abastece la gran extensión de necesidades educativas y de formación que requieren los diversos grupos sociales, por ejemplo, el empresarial. La educación continuada, virtual, para el trabajo, no formal, entre otras, admite fórmulas, quizá artesanas, de difusión de conocimientos que suplen diversas necesidades educativas de variados sectores sociales; ¿de qué manera puede competir la educación superior frente a este fenómeno?, ¿afirmando qué forma profesionales? A este respecto Llanodosa afirma:

Se proclama con frecuencia que los estudiantes son el centro de la institución universitaria ¿qué pueden recibir los estudiantes de la misma? La primera respuesta, de acuerdo con los tiempos actuales, seguramente será la de proveer habilidades profesionales. Sin embargo, estas podrían adquirirse, con un coste más barato, a través de la empresa privada, las cámaras de comercio, las asociaciones empresariales y sindicales o los colegios profesionales (Llanodosa, 1998, p. 238).

Sumado a esto, las innovaciones en el campo de las TIC originan proveedores sin fronteras nacionales que ofrecen servicios de enseñanza secun-

daria, superior y empresarial; estos prometen, con ánimo de lucro, programas educativos a la medida exacta de las demandas y las necesidades de los grupos interesados. Bajo estas circunstancias, las universidades y los colegios de educación superior deberán demostrar que son las entidades más calificadas para definir cuál es la sustancia, los niveles y los métodos de enseñanza-aprendizaje para no perder, poco a poco, la acreditación social que ahora poseen como entidades que determinan los paradigmas educativos. En últimas, las universidades deben plantearse el problema de las relaciones con respecto al resto de la sociedad desde otro ángulo y ciertamente con una mayor ambición; la solución radica en “los servicios que ha venido prestando históricamente: es decir, como depositaria de un saber no permanente, provisional y por tanto crítico y renovador y como unidad coherente que integra saberes parciales” (Bricall, 1998, p. 205) y en “ofrecer algo significativo al estudiantado. Ello no puede ser más que un conjunto de saberes, metodologías, reflexiones e interpelaciones que formen capital humano, que hagan consolidar en aquel que se acerca al aula universitaria el deseo de la excelencia humana” (Llanodosa, 1998, p. 238).

### **Oferta de servicios educativos como actividad de responsabilidad social corporativa: el reto para las universidades**

El concepto responsabilidad social corporativa (RSC) se ha consolidado como uno de los más importantes del debate global actual sobre el cual varios autores y personalidades han dado su opinión; sobre todo, a causa de la exigencia que el mundo le está haciendo a las empresas de adecuar sus ideologías, políticas, relaciones y prácticas hacia la conservación del medio ambiente, una interacción favorable con los

*stakeholders* (partes interesadas)<sup>2</sup> y el compromiso social con las comunidades (Kraft, 1995; Paladino, 2004; Cortés, 2010).

Aunque el concepto está aún en proceso de construcción y, por lo tanto, las diversas organizaciones han venido creando y aplicando sus propias interpretaciones, las normas Internacionales de Negocios, Gobierno y Sociedad (ISO) están trabajando continuamente en “Los estándares internacionales ISO 26000, Guía para la Responsabilidad Social”, elaborados a partir del consenso de un grupo de expertos internacionales, representantes de los diversos gremios, comunidades y organizaciones involucradas que proveerán a todo tipo de organizaciones del sector público y privado, a lo largo del planeta, la manera idónea de implementar mejores prácticas de responsabilidad” (ISO, 2010).

En esencia, según esta norma, una organización que ejerce prácticas de responsabilidad social tiene las siguientes características:

- Se responsabiliza de los impactos que sus decisiones y actividades puedan tener en la sociedad y en el medio ambiente.
- Es transparente y ética en sus comportamientos.
- Actúa en pro del desarrollo sostenible y del bienestar de la sociedad.
- Tiene en cuenta a los *stakeholders*, sus expectativas e intereses.

<sup>2</sup> Se continuará usando, para este artículo, el término inglés *stakeholders* a cambio del español “partes interesadas”, porque consideramos que este último ha ganado mayor carga significativa global; con él nos referimos a “todos aquellos que pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa” (Bernal, 2007).

- Se rige por la legislación vigente y en consonancia con las normas internacionales de conducta.
- Integra en todos los componentes de su organización en sus prácticas y relaciones.

Ahora bien, para que las organizaciones no perciban la RSC como un gravamen más, la sociedad les ha permitido que asuman estos factores, más que como pesadas cargas, como oportunidades de desarrollo económico para ellas y la sociedad misma; diversos autores han argumentado que, en general, cuidar el medio ambiente, apostar por la sostenibilidad, apoyar a las comunidades y favorecer el desarrollo *más humano* de los procesos interno de las organizaciones repercute en ganancias tangibles e intangibles, como: la recordación de la marca, su prestigio social, la apertura de nuevos nichos de mercado, la apertura de nuevos convenios y alianzas, la expectativa social por nuevos tipos productos y la posibilidad de diversificar los campos de acción (Ander-Egg, 2003; Paladino, 2004; Cortés, 2010). Por supuesto, las organizaciones no se han hecho esperar, por un lado, para generar diversas estrategias y modelos de RSC que les ofrezcan beneficio y, por el otro, por hacer público “como hacen las cosas (Responsabilidad Ambiental) y como las comercializan (comunicación con los *Stakeholders* y respeto por los clientes)” (Sierra, 2007, p. 14).

En esencia, las empresas que han incursionado en la RSC actúan desde dos macro modelos básicos de participación empresarial:

- El asistencialista, que consiste en patrocinar, aportar dinero a ciertas iniciativas o campañas particulares de RSC. En este modelo, la empresa no participa directamente de las actividades y, por tanto, según Sandra Idrovo, profesora de la Escuela de Dirección y Negocios Inalde (Inalde-Escuela de Dirección y

Negocios, 2012), entrevistada por Sierra (2007), se genera dependencia económica por parte de las comunidades y grupos involucrados.

- El de desarrollo participativo mediante el cual la empresa misma es la gestora de las acciones de RSC, genera compromisos dentro de las comunidades intervenidas, consigue algún tipo de beneficio y perpetua el estatus quo dentro de los grupos sociales (Inalde-Escuela de Dirección y Negocios, 2012).

Es de esperar, entonces, que muchas empresas con claros objetivos de mercadeo prefieran aplicar el segundo macro modelo para así aprovechar la RSC como una herramienta de fidelización, penetración e integración con el grupo social intervenido, de modo que, las acciones de RSC, además de ayudar a dichos grupos, también aporten a los intereses de las empresas.

Industriales, como Alfredo Carvajal, presidente de la organización Carvajal (Carvajal SA, 2011), opinan que: "más allá de la filantropía, la empresa hace Responsabilidad Social cuando hace bien lo que hace y cuando transmite estos valores de manera responsable, a la sociedad" (Sierra, 2007, p. 76), no obstante, para él, la sociedad y la empresa misma deben dejar de ver la RSC desde una visión instrumentalista:

[...] desarrollar un proyecto social solo *porque da buena imagen* para la empresa resulta un objetivo corto que arroja pocos frutos; por esta razón, el propósito de Carvajal es el desarrollo de proyectos ligados al quehacer y valores propios de la empresa, a su misión, visión e identidad y a sus estrategias de posicionamiento, producción y consolidación (Sierra, 2007, p. 79).

Vista así, como parte del modelo de gestión de las empresas, el concepto *responsabilidad social* ha favorecido el surgimiento de nuevos campos

de acción de las empresas y de fundaciones y pequeñas empresas que se dedican a desarrollarla y ofrecerla como producto y que intentan, por ejemplo, aportar poco dinero a una acción de RS y, más bien, intervenir vinculando aportantes privados y públicos, nacionales e internacionales y buscando gestionar los recursos de estos aportantes desde premisas como las siguientes:

- Fomentar el concepto de alianza entre diversos entes (ONG, otras empresas), pero sobre todo, con el Estado.
- Trabajar en lo local más que en lo general (municipios, barrios, escuelas, pequeñas comunidades).
- En vez de dinero, aportar conocimiento, legitimidad, credibilidad y talento humano.
- Introducirse en los gobiernos locales de las pequeñas comunidades (juntas de acción comunal, grupos de líderes, instituciones educativas) desde la figura del asesor empresario experto: ofrecer juntas asesoras a directivos y líderes locales; prestar funcionarios por voluntariado, para que presten servicios administrativos o capaciten en aspectos administrativos de liderazgo.
- Diseñar un gran portafolio de proyectos innovadores y un grupo de aliados en los medios que les permite moverse con soltura en el mundo comercial.
- Apropiarse de la oferta de educación, o de aprendizaje, sobre todo el no formal, no universitario, como principal oferta de interacción y ayuda a las comunidades.

En este punto de quiebre, las empresas, gracias a la puerta que la RS les abre, aprovechan las áreas baldías en educación que la Universidad ha

dejado, incluso, en algunos casos, rebasándolas al competir directamente con ellas por medio de su oferta educativa. De esto se pueden ver numerosos ejemplos, por lo menos en Colombia, desde diversos niveles:

- Intromisión presencial: bajo el estandarte de la RS, la fundación Santo Domingo donó dinero a la Universidad de los Andes a cambio de becas para estudiantes pobres. Julio Mario Santodomingo construyó el edificio con su nombre. Asimismo, Luis Carlos Sarmiento Angulo, dentro del campus de la Universidad Nacional (Vélez, citado por Sierra, 2007).
- Grandes empresas que ofrecen servicios de educación no formal: Indupalma, que además de una escuela para los niños de los trabajadores incluye formación en temas de cooperativismo, solución de conflictos, empresarismo, tecnologías. Carvajal, que creó el Instituto de Desarrollo Humano (ICDH), que dicta, contrata y desarrolla cursos en diversas temáticas a empleados y familiares mundialmente (Sierra, 2007, p. 98). Telefónica, que desarrolla internamente los procesos educativos para sus empleados mediante TIC, pues “es lo que más sabemos hacer, donde somos más eficientes y donde más podemos ayudar” (Sierra, 2007, p. 122).
- Empresas que compiten con los programas universitarios: Telefónica (2011), que maneja programas como: EducaRed, Proniño y Forum que ofertan alianzas y programas educativos certificados, incluso internacionalmente, como profesionales. Para dar algunos ejemplos: Sanitas (Fundación Sanitas, 2012), Cafam (Fundación Universitaria Cafam, 2012), Compensar (Compensar, 2011).
- Empresas que ofertan servicios de responsabilidad social educativa: Inalde es una empresa

que ofrece capacitar a empresarios, funcionarios y demás en temas de responsabilidad social. Ofrece además asesorar y ayudar a implementar dichos programas en las empresas (Inalde-Escuela de Dirección y Negocios, 2012). La Fundación Empresario por la Educación (Fundación Empresarios por la Educación, 2012) es una entidad que con el apoyo del Gobierno, gestionado recursos propios y del Estado ha penetrado en el corazón de la educación formal colombiana en todos sus niveles, interviniendo en escuelas y centros educativos, realizando convenios, e incluso, logrando cambiar el contenido de los programas en pro de las tendencias del mercado y de su oferta: temas de emprendimiento, liderazgo y empresarismo “así las escuelas aprenden a manejarse como pequeñas empresas (plan estratégico, indicadores, plan de seguimiento, etc.)” (Sierra, 2007, p. 279). Las acciones de esta empresa parten de la premisa de que la educación es una empresa que cuenta en Colombia con nueve millones de clientes, 25 000 sucursales, 350 000 empleados y cuya inversión anual asciende a 6 billones de pesos. Esta empresa, además, es principal insumo de otras empresas directa o indirectamente relacionadas.

De lo anterior se puede deducir que las universidades que se consideran a sí mismas empresas deben afanarse por consolidar un modelo de RS que les permita también competir en la oferta de servicios educativos para los sectores públicos y privados, educativos o no necesitados que le confiera beneficios tangibles o intangibles. Puesto que la Universidad ha sido la institución históricamente responsable de los procesos de educación superior y profesional en las naciones, se hace necesario que sea ella la ofertante, que retome aquellos terrenos baldíos que en materia educativa había abandonado y que afiance los

que todavía empodera para consolidar una oferta de intervención social responsable la oferta de servicios educativos, formales y no formales, a los sectores sociales necesitados, para así coadyuvar a mejorar su calidad de vida.

En esencia, para conservar su statu quo la Universidad debe ofrecer servicios de capacitación formal e informal para el empleo; afianzar el vínculo, real y permanente, universidad-sector empresarial en ambientes de innovación y desarrollo tecnológico en la cual ella sea la parte portadora de conocimientos y ofrecer asesorías y consultorías en RSU y temas de capital intelectual a empresarios como alternativa de acercamiento (Paladino, 2004).

### **Responsabilidad social universitaria: acercamiento a la sociedad**

Por ser empresas, las universidad están asumiendo bajo el término responsabilidad social universitaria RSU su responsabilidad de aportar al desarrollo de las regiones, ciudades, países y mundo global en el que están insertas (Cortés, 2010; Paladino, 2004). Al igual que las empresas, ellas también están llamadas a reconsiderar su papel dentro de la sociedad y a evaluar su relación con el ambiente, los *stakeholders* y la comunidad en general. A este respecto, el Fondo Mundial para la Gestión Ambiental del Centro de Educación (EMSU) define la responsabilidad social universitaria (RSU) en el siguiente texto:

Las universidades, que funcionan como torres de marfil, aisladas de la sociedad, son anacrónicas e irrelevantes; despilfarran tiempo y recursos necesarios para dar soluciones sostenibles. El periodo dogmático que proclamaba la libertad académica y la *titulería* ha muerto. Las universidades están llamadas a construir puentes hacia las comunidades locales, a servirles directamente ofreciéndoles servicios y productos nacidos del

conocimiento, y para enseñar en el campus, con el ejemplo, como operar en la cultura para crear soluciones sostenibles (Phillips, 2008).

Desde esta perspectiva, como resultado de la ejecución de su Proyecto Institucional, explícito en la Visión y Misión, se debe ver reflejado el propósito de desarrollar acciones encaminadas a mejorar el bienestar de las comunidades en coherencia con sus valores y con sus principios institucionales.

Las universidades tienen la responsabilidad de crear programas, cuyos objetivos a largo plazo, contribuyan a la construcción de una sociedad más justa y equilibrada y a ofrecer las condiciones necesarias para que nuestra tierra sea un hogar cómodo para las futuras generaciones.

Una universidad que cumple con estos requisitos trasciende desde su campus, primero, a la comunidad regional que la acoge y, en seguida, a su nación y al planeta afectándolos con sus servicios y productos. Es solo cuestión de tiempo, para que los adelantos que en ella se realicen representen verdaderas oportunidades de desarrollo social y económico de las regiones (Valleys, 2007). La universidad que adelanta procesos de intervención social se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Una gestión que tiene en cuenta el factor ético y ambiental.
- Constante capacitación y asesoramiento al ciudadano.
- Producción y difusión de conocimiento relevante para la sociedad.
- Participación, como actor social, en proyectos que busquen un desarrollo más equitativo y sostenible.

Ahora bien, para que una universidad pueda llevar a cabo con éxito estrategias de RSU debe, en principio, velar por: lograr que todos los *stake-*

*holders* (internos y externos) se vean reflejados en la misión de la universidad; buscar articular el currículo, las estrategias pedagógicas y didácticas y los programas de investigación y extensión en pro de la solución de problemas mediatos e inmediatos de la sociedad; por último, debe desarrollar un sistema de autoevaluación periódico, que se componga de herramientas adecuadas para medir los diversos factores implicados y facilite la rendición de cuentas (Molina, 2011).

De esta manera, uno de los frentes desde los cuales las universidades pueden generar acciones efectivas en pro de la sociedad en la que está inmersa es difundiendo entre las personas el conocimiento académico que podría ayudarles a mejorar su calidad de vida y a solucionar problemas laborales, empresariales y de la vida cotidiana que se les presentan. La capacitación y el asesoramiento de los ciudadanos, desde una perspectiva inclusiva, afectuosa, tolerante y respetuosa es una de las maneras de lograr este objetivo.

Enseñar, transmitir o divulgar aspectos específicos de los conocimientos propios de sus programas académicos a grupos de interés dentro de las comunidades frágiles que, entre sus muchos problemas, no tienen fácil acceso a la educación superior y, por ende, al conocimiento que podría ayudar a resolver su problemática socioeconómica es una práctica pedagógica que implica una interrelación directa con la sociedad, a la cual, algunos autores han denominado *pedagogía social*. Esta teoría se basa en la creencia de que todas las personas tienen la capacidad de ayudar a desarrollar, de respetar y de cuidar a los demás, y de trabajar por el bien de la comunidad “esto implica un desarrollo pleno del educando y educador; el fortalecimiento de la capacidad de decisión, de tomar iniciativas y de expresión de ambos; incentiva la alegría por las experiencias de la vida, la lucidez y el deseo de descubrir cosas” (Günther, 1994).

Se consideran acciones de la pedagogía social, además del trabajo social realizado por los estudiantes y los profesores de instituciones educativas: “las actividades de los trabajadores jóvenes (con niños o adultos), el trabajo con los delincuentes, las actividades lúdicas con fines didácticos que hacen ciertas entidades y las terapias ocupacionales” (Galuske, 2009); incluso, también se ha considerado para describir varios de los aspectos de la obra social de la iglesia y algunas actividades de desarrollo comunitario que realizan entidades gubernamentales y no gubernamentales (Molina, 2011).

### **Acciones de responsabilidad social de la Universidad de La Salle y de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

La Universidad de La Salle constituyó en su Proyecto educativo, como parte de su misión y visión el siguiente presupuesto: “realiza[r] investigaciones y proyectos con impacto y pertinencia social, con el objetivo de promover la dignidad y el desarrollo integral del individuo, la transformación de la sociedad, la promoción de la cultura y la búsqueda de sentido de la verdad” (Universidad de La Salle, 2007); en este sentido, ha desarrollado programas, proyectos, sistemas de relaciones y centros de investigación que procuran la integración necesaria de los estudiantes, profesores e investigadores con las comunidades.

Para la Universidad de La Salle, Bogotá, la responsabilidad social se ha establecido como un horizonte de sentido; en la parte 4 del numeral 4.7 (los valores de la misión) ordinal C, se menciona:

[...] privilegiar el interés colectivo antes que el individual, el interés público antes que intereses privados, la solidaridad en lugar de la competencia [...] la preocupación por los demás y la creencia de que una sociedad no puede

construirse sin una red social donde el desarrollo de todos los individuos es la condición para la justicia y la paz (Universidad de La Salle, 2007).

Dentro de este marco institucional, con miras a desarrollar acciones de responsabilidad social, relacionadas con su campo diferenciado de acción, la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables realiza, por medio del programa Proyección Social (Programa de Proyección Social, PPS) diversos proyectos y convenios con organizaciones gubernamentales y privadas para ayudar a los colombianos que se encuentren en la marginalidad. Estas actividades generan bienestar socio económico en la sociedad intervenida, repercuten en el medio ambiente y contribuye a la conformación de organizaciones y empresas.

El acercamiento a las comunidades lo realiza el PPS basado en diversas estrategias, pero sobre todo, a partir de la pedagogía social, en la medida en que se promueve entre estudiantes y profesores-investigadores la posibilidad de realizar labores de enseñanza, investigativas y de extensión entre las comunidades vulnerables de la región que han establecido contacto con la universidad. Los interesados participan, ya sea por aplicación directa del desarrollo de sus investigaciones dentro de la comunidad, ya sea mediante la transmisión de sus conocimientos y experiencias a estos. De este proceso de enseñanza-aprendizaje surgen empresas, servicios, productos. En últimas, un mejoramiento de la calidad de vida del grupo social intervenido (Molina, 2011).

La consigna del PPS lo compromete a llevar el espíritu lasallista "en busca de la fraternidad, la solidaridad y la integridad para ponerlas al servicio de la comunidad, de modo que, se aporte a la construcción y la transformación del individuo, la familia y la sociedad con sus conocimientos" (Universidad de La Salle, 2010). De esta manera, el

PPS aporta a la solución de la necesidad de capacitación de la comunidad productiva por medio de la investigación, formación, asesoramiento, apoyo y formación empresarial, y promoviendo la interacción e integración con las comunidades de las ciudades circundantes, el Distrito Capital, los municipios y otras regiones que requieren la participación y el apoyo de la universidad en proyectos productivos (Universidad de La Salle, 2010). Esto lo logra si se parte del constructo teórico y método de investigación cualitativo denominado interacción, acción, participación (IAP) (Borda, 1989). Este método cualitativo se planteó, se diseñó y se perfeccionó en Latinoamérica, específicamente en Colombia, con el propósito de asistir, por medio de la investigación, a las personas que enfrentan problemas sociales. Como premisa básica del método, el proceso investigativo debe hacer partícipes activos a la comunidad intervenida de su propio crecimiento y afectar sus vidas ayudándolos.

En el campo específico de las Ciencias Administrativas y Contables, el paradigma investigación-acción participativa pretende, contradiciendo las teorías y metodologías tradicionales de consumo, promover empresas e ideas de negocio que, además de generar beneficios productivos y económicos, ayuden a la mayor cantidad de personas involucradas alrededor del proyecto a mejorar su calidad de vida y a solucionar sus problemas básicos (Ozzane y Saatcioglu, 2008); la salud, el bienestar, las oportunidades de empleo, la calidad de vida, la educación, la autosuficiencia, el proceso de crear una pequeña o mediana empresa, el clima laboral de las empresas y el desarrollo regional se ven favorecidos por esta postura de investigación social.

De hecho, el proceso enseñanza-aprendizaje se ha convertido muchas veces en una puerta de entrada para acercarse a las comunidades, pues ellos la conocen y no le temen, que abre las puertas a otro tipo de acciones sociales directas o indirectas. Así:

Cuando el PPS lleva a cabo un proyecto social en una comunidad particular, e invita a los profesores-investigadores y estudiantes a participar en ella, la primera estrategia de acercamiento a la comunidad consiste en ofrecer cursos básicos de contabilidad para las pyme, de espíritu empresarial, requisitos legales para conformar y administrar empresas, la función de las cooperativas y demás cuestiones relativas a la Facultad que germinan en progreso para la comunidad y para mejorar las prácticas ambientales (Molina, 2011).

Ahora bien, a pesar de las buenas intenciones, el PPS de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables no alcanza a ser un programa de RS puesto que:

- Faltan criterios claros de medición de las actividades de RS (Sierra, 2007, p. 238).
- No son claros los beneficios que la universidad percibe de sus acciones de RS ni se ha analizado cuáles se podrían recibir.
- No se ha desarrollado una oferta educativa clara ofertable al sector público y privado, de educación formal y no formal.
- No se han establecido alianzas estratégicas con el sector público y privado que contemplen una oferta educativa constante.
- No se han estudiado ni abordado las posibilidades que el nicho de mercado idóneo de la facultad y el sector pymes podrían ofrecer como beneficio de las acciones RS.

### **El enfoque en pymes como alternativa de acción de responsabilidad social universitaria (RSU)**

El interés por las pequeñas y medianas empresas y las empresas de familia, desde la perspectiva

de las acciones de RS, no es nuevo ni exclusivo de las universidades. En esencia, la preocupación por el bienestar social y ambiental en torno a las diversas actividades empresariales se consolida en Colombia, en el ámbito gubernamental, con la Constitución Política de 1991 que daba prioridad al servicio social sobre el interés individual; de este principio nacieron herramientas de medición, como el balance social (Departamento Nacional de Planeación, 2008). En el 2000, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (Icontec 2008) inició la tarea de reunir información teórica y documental acerca de los incipientes conceptos relacionados con la RS, por un lado, y acerca del *modus operandi* de las empresas colombianas, por otro, a fin de normativizar dichos temas. En el 2003, se estableció el Comité Técnico de Normalización 180 Responsabilidad Social que, con apoyo de las principales universidades del país intenta condensar las necesidades e inquietudes de los sectores implicados en el desarrollo empresarial nacional (Pontificia Universidad Javeriana, 2005).

Ahora bien, a instancias de las múltiples organizaciones y comunidades que se han preocupado por el tema de la RS para pymes, la Organización Mundial del Trabajo (OMT) es la entidad con mayor autoridad, de orden global, sobre el tema. Esta entidad, en su documento *Guía de RSE*, considera que:

[...] con el objeto de aumentar el crecimiento, el potencial de creación de empleos y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, se debería prever el suministro a las mismas y a sus trabajadores de un conjunto de servicios de apoyo directos e indirectos, y el acceso a estos últimos (Organización internacional del trabajo, 2012).

- Asistencia para la fase previa a la creación, el inicio y el desarrollo de empresas.

- Desarrollo y seguimiento de un proyecto de empresa.
- Servicios de ayuda inicial (viveros de empresas).
- Asesoramiento sobre las políticas de las autoridades públicas.
- Consultoría e investigación; respaldo a la innovación y la modernización.
- Perfeccionamiento de las competencias técnicas y en materia de gestión, seguridad y salud.
- Impulso y desarrollo de la formación profesional en la empresa.
- Asistencia para mejorar los niveles de conocimiento general, tecnología de informática y de educación básica de los directores y empleados.
- Asistencia para una mejor comprensión y aplicación de la legislación laboral, disposiciones relativas a los derechos de los trabajadores, desarrollo de los recursos humanos y la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, servicios de carácter jurídico, contable y financiero.
- Asesoramiento en la aplicación efectiva de las tecnologías informáticas y de comunicación al ciclo del negocio.
- Acceso a los mercados de capital, al crédito y a garantías de préstamo; asistencia para la gestión financiera, crediticia y de la deuda.
- Fomento de la exportación y de oportunidades comerciales tanto nacionales como internacionales; estudios de mercado y asistencia en materia de comercialización.

- Asistencia para el diseño, desarrollo y presentación de productos; control y evaluación de la calidad, así como la gestión de la calidad; servicios de gestión del medio ambiente.

La organización misma recomienda en uno de sus acuerdos (OIT, 2004) las iniciativas de enseñanza aprendizaje como una de las mejores herramientas de ayuda a las pymes en la medida en que:

La educación, la formación y el aprendizaje permanente son fundamentales [...] deberían formar parte sustancial y guardar coherencia con las políticas y programas integrales en los ámbitos económico, fiscal, social y de mercado de trabajo, que son importantes para un crecimiento económico sostenible, la creación de empleo y el desarrollo social [...] especialmente en vista de la importancia fundamental que reviste alcanzar el pleno empleo, la erradicación de la pobreza, la inclusión social y el crecimiento económico sostenido en una economía mundializada (OIT, 2012).

En ese sentido, las ofertas que se produzcan desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deben coincidir con estas iniciativas que, en todo caso, ya están siendo atacadas por el sector empresarial:

- Enfoques no formales en materia de educación y formación, en especial, para adultos que no tuvieron acceso a las oportunidades de educación y formación.
- Uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la adquisición de conocimientos y competencias empresariales.
- Provisión de información y orientación profesional sobre los temas: información sobre mercados de trabajo, trayectorias profesio-

nales, derechos y obligaciones de empresas y trabajadores; adopción de prácticas laborales de excelencia, aptitudes profesionales.

## Conclusiones

A lo largo de los siglos, la universidad se ha consolidado como la institución emblemática de educación superior encargada, a grandes rasgos, de la formación de profesionales y de realizar actividades de docencia, investigación y extensión dentro de las comunidades a las que pertenecen. Sin embargo, en busca de la definición de sus funciones, su desarrollo histórico ocasionó que su quehacer se desvinculara de la mayoría de necesidades educativas de la sociedad productiva relegándolas a otras instituciones y mediaciones educativas.

En la actualidad, estos vacíos educativos se han aprovechado por diversas organizaciones y empresas, la mayoría con ánimo de lucro, que han desplegado una amplia oferta de servicios educativos amparándose en acciones de responsabilidad social corporativa (RSC) llegando incluso a competir con y a poner en tela de juicio el campo de acción y prestigio que la Universidad, en materia de educación, monopolizaba.

Por supuesto, las universidades han empezado a reaccionar frente a este fenómeno y bajo el estandarte de la responsabilidad social universitaria (RSU) han iniciado una reevaluación de sus paradigmas y funciones en pro de una efectiva relación con las necesidades sociales y la consolidación de una mejor oferta de servicios educativos que la reivindique como empresa social y autoridad en materia educativa.

Este es el camino que ha optado la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle desde su Programa de

Proyección Social (PPS), el cual, sin embargo, aún no contiene los elementos necesarios para considerarse un programa de RSU. El propósito del presente artículo es ofrecer fundamentos teóricos básicos indispensables para desarrollar esta oferta para las pequeñas y medianas empresas, que son un campo de acción predilecto de la Universidad de La Salle.

## Recomendaciones

A partir de lo anterior, se podría deducir que la oferta de servicios que una universidad, centrada en el tema pymes debería ofrecer a estas como apoyo a su nacimiento, creación, desarrollo y gestión. Por supuesto, dicha oferta se debería adaptar a las necesidades concretas de las pequeñas y medianas empresas, teniendo en cuenta las condiciones económicas, sociales y culturales de cada caso, así como, sus diferencias en lo que atañe al tamaño, el sector económico en que operan y el nivel de desarrollo. Además, se debe intentar hacer partícipes al sector público y al sector privado por medio de figuras como: organizaciones de empleadores y de trabajadores, organizaciones semipúblicas, consultores privados, parques tecnológicos, viveros de empresas y las propias pequeñas y medianas empresas.

Del mismo modo, las asesorías, las capacitaciones y demás actividades que se programen deberían priorizar los temas: aumento de la productividad, competitividad tanto en el mercado interno como en el mercado internacional, mejorar las prácticas laborales y las condiciones de trabajo, acceso de las pequeñas y medianas empresas a la financiación y al crédito. También se debería optar por potencializar una red de comunicación entre empresas, facultad y clientes por medio de las TIC que generen vínculos y convenios de aprendizaje y comerciales.

Este propósito se podría lograr mediante un laboratorio socio empresarial que permita la observación y el análisis de las cuestiones sociales y del mercado de trabajo que afectan a las pequeñas y medianas empresas, en particular, lo que atañe a materias como las condiciones de empleo y de trabajo, la protección social, la formación profesional, la calidad y la productividad, la ética profesional que también recopile información estadística y cualitativa pertinente para el sector. Por ejemplo: datos desglosados por sexo y por edad, por estrato, por empresa, etc.

## Referencias

Access my Library (2011). Access my library. Recuperado el 25 de febrero del 2011, de Access my Library: <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-146546488/elementos-que-consolidan-al.html>.

Ander-Egg, E. (2003). Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad. En E. Ander-Egg. *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad* (pp. 33-34). Mendoza, Argentina: Lumen.

Bayen, M. y Pont, A. G. (1978). *Historia de las universidades*. Barcelona: Oikos-tau.

Bernal, C. (2007). *Introducción a la Administración de las Organizaciones*. Bogotá: Pearson.

Biografías y vidas (2011). *Biografías y vidas*. Recuperado el 13 de febrero del 2011, de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/tocqueville.htm>

Borda, F. (1989). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis*. Bogotá: Tercer Mundo.

Bricall, J. (1998). Participación de la sociedad en las universidades. En P. Jaume y M. Lladonosa. *La universidad en el cambio de siglo* (pp. 195-216). Madrid: Alianza.

Carvajal S. A. (2011). *Carvajal S. A.* Recuperado en octubre del 2011, de <http://www.carvajal.com/responsabilidad-social>.

Compensar (2011). *Informe de Gestión y Responsabilidad Social, 2011*. Recuperado el 23 de diciembre del 2011,

de <http://www.compensar.com/responsabilidadsocial/index.html>.

Commission of the European Communities (1977). *Towards a Europe of Knowledge*. Bruselas: Communication from the Commission.

Cortés, J. (2010). La Responsabilidad Social Universitaria y su importancia para el fortalecimiento de las instituciones. En *Gestión & Sociedad*, 3 (2), 15-26.

Cuesta, J. (2009). Neurodidáctica, neuropedagogía, neurociencia, educación, pedagogía, cerebro, inteligencia, competitividad. En: *Educación y Desarrollo Social* (pp. 28-35).

De la Fuente, V. (1885). *Historia de las universidades, colegios y demás establecimientos de enseñanza en España* (vol. 2). Impr. de la viuda é hija de Fuentenebro.

*Diccionario de la Lengua Española* (2001). Recuperado el 12 de enero del 2011, de [http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=profesi%C3%B3n](http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=profesi%C3%B3n)

Fundación Empresarios por la Educación (2011). *Fundación Empresarios por la Educación*. Recuperado el 26 de abril del 2012, de <http://fundacionexe.org.co/>

Fundación Sanitas (2011). *Fundación Sanitas*. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de <http://portal.colsanitas.com/portal/web/fundacionsanitas/responsabilidad-social-corporativa>.

Fundación Universitaria Cafam (2011). *Fundación Universitaria Cafam*. Recuperado el 1 de febrero del 2011, de [http://www.unicafam.edu.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=160&Itemid=182](http://www.unicafam.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=160&Itemid=182).

Galuske (2009). *Methoden der Sozialen Arbeit: Eine Einführung*. Auflage: Juventa.

Günther (1994). Friedrich Adolph Wilhelm Diesterweg'. En Z. Morsy (ed.). *Thinkers on Education*. París: Unesco.

Inalde- Escuela de Dirección y Negocios (2011). *Inalde-Escuela de Dirección y Negocios*. Recuperado el 15 de enero del 2011, de <http://www.unisabana.edu.co/unidades/investigacion/grupos-de-investigacion/inalde-escuela-de-direccion-y-negocios/>.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas Colombianas, Icontec (2008). *Guía Técnica Colombiana GTC 180*. Junio 25 (pp.46-53=.

International Standards for Business, Government and Society ISO (2010). Recuperado el 12 de abril del 2011, de [http://www.iso.org/iso/ims\\_2009-09-10.htm](http://www.iso.org/iso/ims_2009-09-10.htm).

Kraft, N. (1995). The dilemmas of deskilling: reflections of a staff developer. *Journal of Staff development (EU)*, 16 (3), 31-35.

Llanodosa, M. (1998). La universidad como servicio público en el cambio de siglo. En J. Porta y M. Llanodosa. *La universidad en el cambio de siglo* (pp. 231-244). Madrid: Alianza.

Mac Daniel, O. (1977). *Les établissements d'enseignement supérieur peuvent-ils se passer de l'intervention de l'État*. Gestion de l'enseignement supérieur.

Malagón, L. (2005). *Universidad y sociedad: pertinencia y educación superior*. Bogotá: Magisterio.

Molina, N. (2011, ene.-jun). University social responsibility from social pedagogy-some relevant aspects concerning teaching-learning interaction proces. *Gestión & Sociedad*, 3 (2).

Mondragón, H. (2005). *La pasión por el conocimiento y la enseñanza de la universidad*. Cali: Universidad Javeriana: Vicerrectoría académica.

Morales, F., Cerda, J., Gómez, J. y Peñavel, A. (2000) *Estrategias y modelos para enseñar a usar la información: Guía para docentes, bibliotecarios y archiveros*. Murcia: KR.

Olivé, L. (2007). *La ciencia y la tecnología en la sociedad del conocimiento: ética, política y epistemología*. México: Fondo de Cultura Económica.

Organización Internacional del Trabajo (2004). *Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo*. Ginebra: Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo.

Organización Internacional del Trabajo (2011). Organización internacional del trabajo. Recuperado el 5 de

abril del 2011, de <http://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/small-enterprises/lang-es/index.htm>.

Ozzane y Saatcioglu (2008). Participatory Action Research. *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 423-439.

Paladino, M. (2004). *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*. Bogotá: Ariel.

Phillips (2008, oct.). *Global Environmental Management*. Education Center, U. Wisconsin-Stevens Point, USA EMSU. Recuperado el 3 de abril de 2011, de <http://www.uwsp.edu/cnr/gem/NewsArchive/>.

Departamento Nacional de Planeación Compes Social 91. (2008). *Objetivos del desarrollo del milenio. Responsabilidad Social*. Colombia: Icontec.

Sierra, J. (2007). *Responsabilidad social empresarial: lecciones, casos y modelos de vida*. Bogotá: Panamericana.

Pontificia Universidad Javeriana (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Telefónica (2011). *RSC: el valor de la responsabilidad social*. Recuperado el 22 de marzo de 2011, de <http://www.responsabilidad-corporativa.es/>.

Valleys, F. (2007). Responsabilidad Social Universitaria, un reto para las universidades Uruguayas (plan estratégico 2001-2005). Recuperado el 20 de abril de 2011, de <http://www.cipes.org>.

Universidad de La Salle (2007). *Proyecto Educativo Universitario Lasallista*. Bogotá: Universidad de La Salle.

Universidad de La Salle (2010). Extensión a la comunidad, Proyección a la Comunidad. Recuperado de <http://cayc.lasalle.edu.co/index.php/proyeccion-social.html?start=1>

Weber, M. (2003). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Bogotá: Villegas.