I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2009.

Prácticas de responsabilidad social empresarial desde una lectura del poder.

Burbano, Johanna, Soler, María Claudia y Moreno, Nancy.

Cita:

Burbano, Johanna, Soler, María Claudia y Moreno, Nancy (2009). *Prácticas de responsabilidad social empresarial desde una lectura del poder. I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-020/299

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/eYG7/FBK

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org.*

PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DESDE UNA LECTURA DEL PODER

Burbano, Johanna; Soler, María Claudia; Moreno, Nancy
Pontificia Universidad Javeriana. Argentina

RESUMEN
El objetivo general de este estudio fue indagar por las prácticas de responsabilidad social empresarial desde la lectura del poder en tres empresas multinacionales en Colombia, utilizando como instrumento entrevistas semiestructuradas a profundidad con guía de tópicos realizada a los encargados del programa de Responsabilidad Social. A partir del análisis de discurso se identificaron repertorios interpretativos presentados en una matriz de sentido, cuyo posterior análisis, permitió leer la Responsabilidad Social como una "moda" de obligado cumplimiento para las organizaciones, con indicadores concretos de rentabilidad, que surge como producto de la integración de programas y discursos anteriores relacionados con la seguridad industrial, los derechos humanos y el bienestar. A su vez, se apoya fundamentalmente en actos "caritativos", contribuyendo con la comunidad desde lugares comunes e incluso, llegando a sustituir al Estado en algunas de sus responsabilidades con el objetivo de "apuntalar" la base social necesaria para la sostenibilidad de las organizaciones mismas. De allí que la Responsabilidad Social resulte ser instituyente de nuevos modelos de sujetos y de organizaciones socialmente responsables

Palabras clave
Psicología organizacional Responsabilidad social

ABSTRACT
ENTERPRISE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES
FROM A LECTURE OF POWER
The main objective of this study was to investigate about Enterprise Social Responsibility practices from a lecture of power in three Colombian multinational companies, using as an instrument deep semi structured interviews with a guide of topics that was applied to the people in charge of social responsibility programs in the companies mentioned. From the speech analysis was possible to identify interpretative repertoires presented in a matrix analysis, whose later analysis, let us read the Social Responsibility as a "fashion" of fulfillment for the organizations with concrete profit indicators. Mentioned "fashion" arises as a product of integration of programs and previous speeches related to industrial security, human rights and well-being. As well, this program essentially leans on "charitable" acts, contributing with the community from common places and even more, getting to replace the State in some of its responsibilities with the aim of propping up the necessary social base for the sustainability of the same organizations. Therefore, Social Responsibility turns out to be instituting from new models of subjects and socially responsible organizations.

Key words
Organizational psychology Social responsibility

Las actuales dinámicas de la globalización y del neoliberalismo han traído consigo diversidad de cambios en la sociedad y en cada una de sus dimensiones. Contextualizar en ellas a las organizaciones resulta pertinente, pues en un "mundo dominado por el conocimiento" en donde las organizaciones son los lugares de generación de información, la globalización ha traído consigo cambios en el concepto de tiempo y espacio; ha implicado una racionalidad del mercado y de producción diferente; propiciando la reproducción de nuevas identidades y subjetividades; la construcción de redes de interpretación; el desdibujamiento de las fronteras; formas de hibridación inimaginables; una culturización y flexibilización de la producción con especialidades diferenciadas e impenetradas, y en general, una geoeconomía jerárquica donde se distinguen zonas centrales, regiones de interés, relaciones de poder y franjas marginadas.
En semejante contexto muchas organizaciones han incursionado en los terrenos de tendencias globales relacionadas con la responsabilidad social (RS) entendida a partir de prácticas que inciden en lo interno y externo de la organización y que según Correa, sobrepasan los terrenos de la filantropía y se concentran en una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, pues se convierte en un factor que es más que económico; una parte integrante más del proceso de creación de valor que afrontan las empresas en las cuales el poder se presenta como elemento fundamental de su organización, pues junto con el modo como se producen las cosas, con los discursos organizacionales y con las formas de comunicación y de relación, se constituye como un sistema de supervisión y de control. Desde allí, el poder en concordancia con Ibarra (2001), se constituye como una manera de referir las relaciones entre sujetos que se desdoblan en las redes de su continuo quehacer, entre materiales y símbolos que dan forma a estrategias, programas y metas para facilitar el gobierno de conductas de individuos y poblaciones, produciendo-fabricando-inventando particulares modos de existencia o estilos de vida.
En este marco de ideas, toda la gama de disciplinas han buscado intervenir para reorientar las nuevas fronteras y preguntas acerca de la complejidad humana pero entre estas, la psicología -en especial la organizacional-, parece haber aunado sus mayores esfuerzos en aras de la productividad y eficiencia de las y los trabajadores, dejando de lado las complejas dimensiones sociales, culturales y la construcción de sentido que hacen los sujetos en estos ámbitos.

OBJETIVO GENERAL
Indagar por las prácticas de responsabilidad social empresarial (PRSE) desde la lectura del poder en tres empresas multinacionales en Colombia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1) Develar los discursos que circulan entorno a prácticas de RSE en tres empresas multinacionales en Colombia. **2.)** Identificar las relaciones de poder que se fundan en dichas prácticas de RSE en las tres empresas multinacionales. **3)** Comparar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial entre las tres empresas multinacionales en Colombia desde una lectura del poder.

MÉTODO
La presente investigación se llevó a cabo desde una metodología de corte cualitativo que en donde más allá de la búsqueda de objetividad o de intentar establecer la verdad, la pregunta se desplaza hacia la utilidad del conocimiento que pueda ser obtenido de las narraciones, fragmentos, memorias, textos que se estén analizando. Se trata de establecer unas metas pragmáticas y políticas de manera tal que la lectura del investigador contribuya a cambiar las condiciones de la población estudiada. De ahí que el análisis de discurso desde la propuesta metodológica de Potter y Wetherell (1998) permitió encontrar todos esos "textos organizacionales", que determinaron los repertorios interpretativos usados por los actores sociales para construir su identidad desde distintas versiones y para negociar la cotidianidad del mundo laboral (Burbano, Carvajal, Pardo & Pulido 2006).

PARTICIPANTES
Para esta investigación se seleccionaron tres empresas multinacionales a partir de un muestreo intencional: una del sector extractor, una del sector de alimentos y otra del sector bancario. En cada una se trabajó específicamente con las personas con poder de decisión y acción frente a las PRS.

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES
Se expondrán los discursos y prácticas de RS que se encontraron dentro de las tres empresas leídos desde la teoría foucaultiana del poder. En ello se analiza la forma de construcción de sujetos en estas organizaciones.

CÓMO, CUÁNDO Y DÓNDE APARECE LA RS

Indagar por el surgimiento de la RS implica mirar los programas de las organizaciones como el bienestar y la seguridad industrial, pues pareciera ser que se valen de éstos mezclándolos para promoverlos bajo el "logo" de la RS. Semejante hibridación, podrían representar la existencia de cierto "plagio" en las organizaciones, porque pareciera ser que las multinacionales se valen de "discursos prestados", frente a las cuales no existe respeto de autoría y sentido, como si el carácter ¨multi¨ de las organizaciones les exigiera darle multi-usos a sus prácticas y discursos.

Ahora, construir programas de RS responde también a una exigencia social que se instaura como una "moda", esto es, como una tendencia de las multinacionales para responder a normativas de obligado cumplimiento y estar a la vanguardia. Esto debido a un doble condicionamiento entre la sociedad y las organizaciones: la sociedad le exige a las organizaciones actuaciones socialmente responsables según estándares mundiales, y las organizaciones no sólo le exigen reconocimiento por el cumplimiento de dichos estándares, sino que intentan apoyar ciertas iniciativas de desarrollo social que podrían llegan a hacer más "digeribles" los procesos de globalización. Se teje así una compleja relación entre organizaciones y ciudadanos que piensan que debido a la inefectividad del actual modelo de gobernanza, las organizaciones deben jugar un rol clave frente al desarrollo social y por ende, las prácticas de RS se evidencian como un ejercicio colectivo entre entes privados y públicos en el que hay una ruptura de límites en la relación comunidad-Estado-empresa y trabajo.

LOS SENTIDOS Y LOS PARA QUÉ DE LA RS

Los argumentos frente a las prácticas de RS se empiezan a sustentar desde un interés por el desarrollo social, esto es, que la empresa trata de mejorar o conservar su entorno porque lo necesita para su desarrollo. Con este propósito empiezan las organizaciones a buscar, lejos de la filantropía, "contribuciones" sociales para "apuntalar" base social. Dichas contribuciones se encuentran fuertemente asociadas a prácticas asistencialistas que desde una tradición judeo cristiana, buscan fortalecer los lugares de lo común en la sociedad a partir de "la caridad" en materia de necesidades básicas. Todo ello justificado en una serie de ventajas que representan las prácticas de RS de las cuales las mayores beneficiadas podrían ser las mismas organizaciones, en tanto representan un aumento de la productividad -la rentabilidad; compromiso y adhesión de sus clientes; respaldo de instancias gubernamentales; imagen corporativa positiva y estima de la sociedad; mejoramiento de la cultura organizacional; y confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas.

LA MIRADA ECONÓMICA DE LA RS

De cualquier forma, las ventajas mencionadas se mueven sobre una lógica de la productividad y la eficiencia desde la cual la RS representa un plus económico: pues "*es un tema que le suma valor a las empresas*". La RS toma entonces el carácter de estrategia más administrativa que social, pues aunque se destina una parte del presupuesto para ello, existen ciertas restricciones que dependen de indicadores que le representen mayor rentabilidad a la organización, como se evidencia en uno de los discursos encontrados "*la conciencia colectiva mundial frente a las prácticas de RS golpea las acciones de la empresa en la bolsa de valores: si la conciencia colectiva es positiva, suben los valores de las acciones y viceversa*". De ahí que la RS tenga que ser económicamente sostenible: las empresas le deben rendir cuentas a la sociedad en términos de dinero, porque por un lado, la RS está dirigida a todo aquello por lo cual uno se siente internamente responsable; pero también, el rendirle cuentas a otros debido a una obligación o compromiso asumido. Por ende, la RS se configura como una forma de poder que produce y opera infinidad de saberes y tecnologías que ordenan/normalizan/prescriben particulares modos de existencia.

EL SENTIDO DE LA RS DEPENDE DE SU DIVULGACIÓN

El sentido de la RS depende de su divulgación en la medida en que existe una fuerza discursiva cuya constante circulación permite que se instaure como un discurso instituyente. Así se reconoce la funcionalidad de las prácticas de RS para vender pues como lo menciona uno de los entrevistados: *"cada acción que nosotros hacemos debe ser comunicada, porque también es cierto que de nada me sirve ser sino parezco, o sea no sólo hay que ser, sino parecer. Porque es que somos una empresa a la que le sirve, le conviene y se le hace necesario que la gente sepa, sus clientes sepan, sus accionistas sepan…".* Entonces, el discurso organizacional de prácticas de RS se configura como un elemento fundamental de poder cada vez más sutil, menos evidente, y por esta razón, que se manifiesta en un amplio interés por divulgarlas ocultando su carácter disciplinar a través de la "visibilidad".

LA CONCEPCIÓN DE ORGANIZACIÓN EN RELACIÓN CON EL DISCURSO DE LA RS

En este proceso una modalidad distinta de organización se empieza a construir. Se configuran organizaciones dinámicas, con proyección, con claros lineamientos de mejoramiento de las condiciones externas y sobretodo, íntegras en la medida en que llevan a cabo prácticas socialmente responsables, porque como lo evidencia uno de los discursos *¨el tema de responsabilidad social está en toda la organización y todos son responsables¨.*

Junto con la implementación de prácticas de RS, las organizaciones introducen cambios en sus dinámicas cotidianas, como en la del vestuario. Cambian las formas protocolarias del mundo del trabajo por una mayor aceptación frente a la presentación informal, en donde discursos como: "*aquí nadie usa una corbata de lunes a viernes, todos se visten común y corriente"*, que funcionan como regulaciones de lo corporal que implican ejercicios de disciplinamiento distintos. La organización empieza a permear el ámbito de lo privado y en consecuencia el sujeto se fusiona con el mundo del trabajo.

Simultáneamente empiezan a perderse los conductos regulares pero no las jerarquías en las organizaciones. Lo que se pierde es el procedimentalismo y se individualizan las relaciones volviéndose "cara a cara", aunque los Otros no son otros "planos", sino que son Otros investidos en dinámicas de producción lo que aminora las oportunidades de construir comunidad. Entra el afecto, que es un tema del mundo de lo privado al mundo de lo público, y las organizaciones empiezan a afectivizar y personalizar las relaciones, pero con la ausencia de un colectivo trabajador unificado.

LAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS

En el ámbito de las prácticas administrativas enmarcadas en prácticas y discursos de RS, aunque hay un claro lineamiento de mejoramiento de las condiciones internas de la organización, la RS sigue estando relacionada con un ejercicio de producción que intenta penetrar el mundo de lo privado cada día más y en donde sigue apareciendo la fantasía de la familia. Las organizaciones implementan prácticas administrativas relacionadas con el bienestar o el equilibrio entre la familia y el trabajo buscando satisfacer las necesidades sociales de sus integrantes a través del mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias que en últimas, gira en torno a la manera como pueden prosperar los negocios a partir del conocimiento que las organizaciones adquieren porque en la medida en que las y los trabajadores se involucran con la estrategia corporativa, al ajustarse a prácticas de RS estipuladas dentro de la misma, aumentan tanto su productividad como la del negocio.

LA CONFIGURACIÓN DE SUJETOS

Ahora bien, el ejercicio de configuración de ciertas subjetividades a la luz de prácticas de RS también se explicita. Las organizaciones a través de un ejercicio de disciplinamiento referido a prácticas y discursos de RS, configura sujetos flexibles, autónomos, autodirigidos, empáticos y con buen manejo de relaciones interpersonales pero sobre todo, sujetos responsables y comprometidos con unos sentidos compartidos por sus compañeros de trabajo y con la organización. Allí tienen cabida los intereses de configurar sujetos trabajadores(as) en disposición de ayudar a otros a través de prácticas asistencialistas y de voluntariado corporativo -susceptibles de ser alineados a las prácticas y discursos de RS-, que denotan una intención de formación de ética civil. Al intentar transformar la "moral", los discursos y las prácticas suponen el establecimiento de ciertas reglas de conducta en función de ciertos estilos de vida asociados a la RS. De este modo, terminan

siendo los mismos trabajadores quienes se convierten en fuente de ventaja competitiva. Ya que el factor fundamental de producción no es la fuerza física del trabajador, sino su iniciativa, responsabilidad, autonomía y poder de decisión, es decir, una subjetividad enmarcada en la empatía y compromiso necesarios para la realización de un trabajo socialmente responsable y por ende, más productivo para la organización. Así, al romperse el límite entre lo privado y lo público, éste se rompe para todos lados dándole cabida a una todavía más efectiva incorporación de valores y estrategias corporativas de RS.

El gran reto y la apuesta compleja de la RS es que ésta se posicione en todos los niveles de la organización y esto empieza respondiendo por los efectos e implicaciones de las propias acciones del negocio. Desde allí, resulta fundamental preguntarse si las prácticas de RS empleadas en las organizaciones no le apuntan a reproducir los órdenes sociales cuestionados en medio de relaciones de poder verticales y más aún, si las prácticas de RS social son integrales en el sentido de ser tanto internas como externas pero sobre todo, si tocan el foco del negocio en cuanto estrategia básica de la organización. Una estructura organizacional en donde la RS no se encuentre aislada en un área independiente de la organización sino en la cual exista un "comité interdisciplinario" de RS posibilita una mirada integradora de prácticas de RS que le apunten a opciones éticamente distintas, conscientes que tanto la configuración de sujetos, organizaciones, discursos, sentidos y prácticas entorno a la RS no termina siendo producto de aquello que se impone sino que se incorpora, y en esta medida pasa por el cuerpo y transforma realidades.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, L.E. (1995). Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En Delgado, J & Gutiérrez, J. (1995). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales. Madrid: Síntesis.

ARIZA, L & DÁVILA, R (2005) Balance social y Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones solidarias. Unidad de Estudios Solidarios. Pontificia Universidad Javeriana.

BECK, U. (1998). ¿Qué es la globalización? Paidós: Barcelona

BURBANO, J.; CARVAJAL, L.; PARDO, C. & PULIDO-MARTÍNEZ, H. (2006). Oscilar entre lo cotidiano y lo académico psicosociología del transporte (Cap.7) En: Saber, Sujeto y Sociedad: una década de investigación en psicología. (2006). Bogotá: Editorial PUJ

CÁRDENAS, J.H. (S.F). La responsabilidad social empresarial en el contexto colombiano. Bogotá: Fundación Corona.

CARNEIRO, M. (2004). La responsabilidad social corporativa interna: la "Nueva Frontera" de los recursos humanos. Madrid: Universidad Francisco de Vitoria.

CASTELLS, M. (1999). La era de la información: economía, sociedad y cultura. (1ª.ed.). (Vol 3). México: Siglo Veintiuno Editores

CEGARRA-NAVARRO, J.G. & RODRÍGUEZ-CARRASCO, J.M. (2004). Prácticas De Gestión Social Y Componentes De La Responsabilidad Social Corporativa. En Cuadernos de administración. (Vol.17) (No. 28), p.p. 53-70.

CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAl (CCRE). (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2006, de http://www.ccre.org.co/boletines/EICCRE.asp.

CÓRDOVA, M.C. (1996) Análisis de las relaciones de poder en un proceso de cambio organizacional planificado. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Psicología.

CORREA, M.E. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Santiago de Chile: CEPAL.

DEL CASTILLO, S. (2007, 16 al 22 de Septiembre). La responsabilidad empieza en casa. El Espectador,

DESLAURIERS, J.P. (2004). Investigación Cualitativa: guía práctica. Pereira: Editorial Papiro.

DREYFUS, H. & RABINOW, P. (2001). La genealogía del individuo moderno como objeto en Michel Foucault: más allá del estructuralismo y la hermenéutica. Buenos Aires: Nueva Visión.

ESTUPIÑÁN, S.P. y OCHOA, N. (2006). Construcción de subjetividades laborales en SuperCable Telecomunicaciones S.A. Práctica por Proyecto "Subjetividades Laborales". Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Psicología.

FAJARDO, N.E.; JIMÉNEZ, J.A. y MONTENEGRO, D.G. (2004). Discursos acerca del trabajo y del trabajador en el contexto actual de flexibilidad laboral y globalización. Tesis de grado Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá: Facultad de Psicología.

FORÉTICA. (2002). Informe sobre gestión ética y Responsabilidad Social de las organizaciones en España. Recuperado el 3 de Febrero de 2007 en de http://www.foretica.es.

FOUCAULT, M. (1970). El orden del discurso. España: Tusquets Editores

FOUCAULT, M. (1983). El orden del discurso

FOUCAULT, M. (1983b). Vigilar y Castigar: nacimiento de la prisión. México: Siglo Veintiuno Editores

FOUCAULT, M. (1991). El sujeto y el poder. Bogotá: Carpe Diem

FOUCAULT, M. (1991a). Espacios de poder. En Genealogía del Poder Nº 6. (2ªed). Recuperado el 21 de Abril de 2007 de http://www.rau.edu.uy/fcs/dts/miguez/foucaultespaciosdepoder.pdf

FOUCAULT, M. (1991b). Tecnologías del yo y otros textos afines. Barcelona: Paidós

FOUCAULT, M. (2000). Clase del 14 de Enero de 1976: Hay que defender la sociedad. Curso en el College de France 1976 - 1976. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. pp. 15 - 31.

FRANK, R. (1992). Microeconomía y Conducta. Madrid: Mc Graw Hill

GAITÁN, A. (1991). Investigación cualitativa como enfoque investigativo. Taller de educación continuada: investigación cualitativa: una alternativa para las Ciencias Sociales. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

GALÁN, G. (2007). Responsabilidad Social Empresarial en el mundo universitario. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Lectio Inauguralis. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero 6 de 2007. Bogotá.

GARCÍA, C.M. (2007). Tecnologías Empresariales del Yo: la construcción de sujetos laborales en el contexto del trabajo posfordista. Universitas Psychologica. 1(6)

GARCÍA, C.M. (2006). El hospital como empresa: nuevas prácticas, nuevos trabajadores. Proyecto de investigación llevado a cabo para el Programa de Psicología de la Universidad Piloto de Colombia. Artículo en prensa.

GARRET, H. (1973). Las Grandes Realizaciones de la Psicología Experimental. México: Fondo de Cultura Económica. Biblioteca de Psicología y Psicoanálisis.

GRUPO ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESA. (2005). Ética, responsabilidad social y empresa. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.

GUTIÉRREZ, R.; AVELLA, L.F. & VILLAR, R. (2006). Aportes y desafíos en responsabilidad social empresarial en Colombia. Editado por las fundaciones Corona, Carvajal, Compartir, Dividendo por Colombia, Ideas para la Paz, Empresarios por la Educación, Restrepo Barco, Mario Santo Domingo, Social, Saldarriaga Concha y Suramericana.

HARDT, M. & NEGRI, A. (2002). Imperio. Buenos Aires: Paidós.

IBARRA, E. (1993). Foucault, entre el poder y la organización.

LA TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN COMO CAJA DE HERRAMIENTAS. México: Mercados y regulación, UAM-I. p.p. 11-32.

IBARRA, E. (2001). Foucault, gubernamentalidad y organización: una lectura de la triple problematización del sujeto. México: UAM-Iztapalapa, (21) 50, 321-358.

LEGGE, K. (1995). Human Resource Management. Londres: MacMillan Bussiness.

LOZANO, A.M. & PINILLA, M. P. (1997). Hacia una mayor comprensión de los conflictos y las relaciones de poder en un cultivo de flores. Tesis de grado Pontificia Universidad Javeriana.

MARTÍN- BARÓ, J.I. (2003). Poder, ideología y violencia. Madrid: Trotta

MARTÍNEZ, H. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana

MAYORGA, P. & JAIME, V.J. (2001). Fundación Corona, Responsabilidad social de la empresa: elementos teóricos y experiencias. Disponible en http://www.fundacioncorona.org.co/descargas/pdf_publicaciones/responsabilidad/rsemayorga.pdf

MILLÁN DE BENAVIDES, C. (2007). El espacio investigativo. Conferencia del programa de Jóvenes Investigadores. Instituto Pensar. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

MILLER, L. (2002). La resolución de problemas en colaboración. En Reigeluth, Ch (2000). Diseño de la instrucción. Teoría y modelo. Madrid: Santillana

MÚNERA, L. (s.f). Poder: trayectorias teóricas de un concepto. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

PEÑA, J.; PRIETO, F. & ROEL, R. (s.f.) .El Trabajo como Fenómeno Psicosocial. Tratado de Psicología del Trabajo.

PESCE, D. (2007). Áreas Claves de la Gestión en Responsabilidad Social Empresarial. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana. Abril 23 de 2007. Bogotá.

PINILLA, R. (1998). Función social de la empresa privada. Revista de Derecho Privado Universidad de los Andes. Bogotá

POTTER, J. y WHETERELL, M. (1998) El análisis del discurso y la identificación de repertorios interpretativos. En Gordon J. Psicología, Discursos y Poder. Barcelona: Editorial Visor.

RESTREPO, C.I. (1994) Compromiso social y Liderazgo Empresarial. 30 Años Fundación Corona. Bogotá.

REYES LADRON DE GUEVARA, S.M. (1999). Las relaciones de poder vistas a través del vestido en la segunda mitad del siglo XIX. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

ROSE, N. (1998). Inventing Ourselves, psychology, power and personhood. Cambridge University Press.

ROZO, J.M. & ÁLVAREZ, P.T. (2006) Subjetividades Laborales, las prácticas en Recursos Humanos y la Subjetividad del Trabajador. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Psicología.

SCHVARSTEIN, L. (2003). La inteligencia social de las organizaciones: desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social. (1ªed). Buenos Aires: Paidós

SOLARTE, R. (s.f.) ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?. Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE). Recuperado el 10 de Febrero de 2006 de http://www.ccre.org.co/boletines/EICCRE.asp.

SOLARTE, R.; HERRERA, J. C.; VERGARA, A. & SIERRA, S. (2007). Programa implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresaril en pequeñas y medianas empresas colombianas. (1ª). Confecamaras. Bogotá: Digiprint Editores

TORO, O.L. (1997). Responsabilidad empresarial y Responsabilidad social. De la Teoría a la Práctica. Revista ANDI No.144. Bogotá, Enero - Febrero de 1997

TORRES, J. (2006). La responsabilidad social empresarial: el estado actual. Revista Javeriana Vol.142, no. 723 (abr. 2006), p. 13-21

VALLES, M.S. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis.

ZAPATA, J.V. (1997). Desarrollo Sostenible: Marco para la Ley Internacional sobre el Medio Ambiente. Bogotá: Ediciones Librería del Profesional.