



Responsabilidad social universitaria y los elementos fundamentales para su implementación sostenible

Lenin Torres*
Joscellym Díaz**
Jambel García***

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar la responsabilidad social universitaria y sus elementos fundamentales para una implementación sostenible. Se basa en los postulados teóricos de Martín (2000), De La Cuesta y Valor (2003), Cortina (2003), entre otros. Metodológicamente este estudio se realizó bajo un diseño documental descriptivo. Se concluye que, desde el contexto de la sostenibilidad, la responsabilidad social es para las universidades un desafío importante, es el incremento de su incidencia en las comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo, a través de comportamientos socialmente responsables ante las necesidades, recursos sociales, orientados al potenciamiento del progreso humano desde la propia universidad y con los stakeholders.

Palabras clave: Responsabilidad social, implementación sostenible, universidades.

* Doctor en Ciencias Sociales, mención Gerencia. Magíster en Organización y Sistemas, mención Gestión Administrativa. Magíster en Ciencias mención, Orientación de la Conducta. Especialista en Seguridad, Higiene y Ambiente. Especialista en Desarrollo de Múltiples Competencias en Psiconeurolingüística. Administrador. Practitioner en PNL. Director de FAME Consultores Gerenciales. E-mail: ltorresvenezuela@hotmail.com, ltorresvenezuela@gmail.com, fameconsultoresgerenciales@gmail.com.

** Magíster en Gerencia de Mercadeo. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Consultora Gerencial de FAME. Docente del Instituto Universitario de Tecnología READIC. E-mail: joscellym@hotmail.com, joscellym@gmail.com.

*** Especialista en Relaciones industriales y Comerciales. Licenciada en Administración de Empresas. E-mail: jambelgarcia@gmail.com.

University Social Responsibility and Fundamental Elements for its Sustainable Implementation

Abstract

The objective of this research is to analyze university social responsibility and fundamental elements for its sustainable implementation. The study is based on the theoretical postulates of Martín (2000), De La Cuesta and Valor (2003) and Cortina (2003), among others. Methodologically, it uses a documentary, descriptive design. Conclusions are that, in the context of sustainability, social responsibility is a significant challenge for universities; it is an increase of its effect on communities of mutual learning for development through socially responsible behavior in the light of needs and social resources, oriented toward empowering human progress in the university itself and for the stakeholders.

Key words: Social responsibility, sustainable implementation, universities.

Introducción

La entrada al nuevo milenio muestra que la responsabilidad social empresarial ha venido tomando un auge significativo de gran investidura, a tal punto que la Organización de la Naciones Unidas y la Organización Mundial del Trabajo (OIT, siglas en inglés), han inmiscuido dentro de sus lineamientos el carácter social de las empresas y su compromiso, tanto laboral como comunitario, tomando como referencia el Libro Verde de la Comisión de la comunidades europeas.

En este sentido, queda planteado que la responsabilidad social empresarial viene compenetrándose de tal manera en el ámbito mundial, que a nivel organizacional, considerando el sector público universitario, se muestra la necesidad de contar actualmente con un compendio de profesionales educados bajo los lineamientos de una verdadera responsabilidad social. Por tanto, la educación cumple un rol fundamental, pues en ella descansa la verdadera formación integral del ser humano; es a través de ella donde el hombre logra interiorizar el cúmulo de valores que logran forjar la personalidad, no sólo dentro del ámbito productivo mismo, sino también para la convivencia.

En la presente investigación se busca analizar la responsabilidad social universitaria y sus elementos fundamentales para

su implementación sostenible, puesto que las mismas tienen frente a sí uno de los retos más difíciles, al tomar en cuenta que la gestión gerencial debe estar orientada a cumplir con la sociedad, pero no de una manera donde se disponga de su capacidad científica únicamente, también debe tomar en cuenta que en ella conviven seres humanos y que a su alrededor existe una comunidad que no puede pasar desapercibida; por lo cual hay que trabajar para la comunidad. Para tal efecto, se describe la gerencia en las universidades, para luego tratar la responsabilidad social universitaria como enfoque sostenible de gestión para finalmente describir cada uno de sus elementos.

1. Fundamentación teórica

1.1. La gerencia en las universidades

La gerencia universitaria como proceso orienta la conducción de los sujetos inmersos en el proceso universitario hacia el logro de objetivos preestablecidos; además, constituye la herramienta que permite a los gerentes reformar aspectos de la organización educativa y adaptarlos a las concepciones filosóficas que establecen el tipo de hombre que se ajusta al paradigma establecido por la sociedad

Con referencia a lo anterior, la educación es un proceso que compromete grandes recursos de toda índole, tanto humanos como materiales; por ello es primordial la búsqueda de la efectividad y eficiencia, a fin de garantizar el logro de los objetivos. Dichas consideraciones dan preeminencia a los niveles jerárquicos superiores, al velar porque la inversión realizada por un país en educación alcance los objetivos y metas propuestas. Es evidente entonces que el gerente educativo venezolano es el protagonista indispensable en la labor de mejorar la educación e impulsarla con el perfil adecuado hacia el siglo XXI.

En ese sentido, la gerencia universitaria hace posible los objetivos y metas académicas y administrativas. Según Bonilla (2001), la gerencia “es un proceso interactivo que otorga al individuo y a los grupos la responsabilidad de crecer y desarrollarse en un ambiente organizacional apto para el aprendizaje” (p. 95). Asimismo, permite designar y guiar a los demás para lograr que las cosas se hagan mediante la ejecución de acciones constructivas preestablecidas. Esto compromete al personal directivo con la aplicación de estrategias gerenciales, en particular cuando se re-

quiere vincular a las personas con la construcción de los procesos y funciones institucionales.

Al respecto, Méndez (2002) expresa que la gerencia académica “es una ciencia y una praxis social que tiene como finalidad explicar primero, reformar o cambiar después la organización educativa, derivada de la gerencia a efecto de comprender las especificaciones de la estructura y funcionamiento del sistema educativo” (p.55). Según el autor antes citado, se trata de compaginar los principios y procesos universales de esta ciencia, expresada en la lógica de la organización educativa. Se destaca en sus planteamientos que en dicha gerencia se deben considerar los principios rectores del programa o proyecto educativo y los procedimientos de la gerencia en general para sistematizar las acciones educativas que permitan consolidar una praxis basada en una concepción educativa, capaz de abarcar la razón de ser la educación como acto administrativo-académico y comunitario.

1.2. Responsabilidad social universitaria, enfoque sostenible de gestión

La Comisión de las Comunidades Europeas (2001), define la responsabilidad social empresarial o corporativa como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y relaciones con sus interlocutores: accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, administradores y comunidades locales. Es un concepto que va más allá del cumplimiento pleno de las obligaciones jurídicas. De igual manera, la responsabilidad social empresarial parte del supuesto de que las empresas cumplen con sus obligaciones normativas y voluntariamente invierten “mas” en capital humano, entorno y vínculos con los participantes.

Por su parte, Ramos (2003), citando a la Instituto *Ethos* de Empresas y Responsabilidad Social, sostiene que la responsabilidad social universitaria es una forma de conducir los negocios de la empresa, de tal manera que la convierta en aliada y corresponsable por el desarrollo social. En ese sentido, la empresa socialmente responsable es aquella que tiene la capacidad de oír los intereses de las diferentes partes e incorporarlos a la planificación de sus actividades.

En ese orden de ideas, Vargas (2004) comenta que no existe una definición que cuente con total consenso en el ámbito internacional de la responsabilidad social universitaria. Se trata de un

concepto en desarrollo, que por su propia naturaleza, es dinámico, variable en el tiempo, en el espacio y entre las distintas empresas, en función de las cambiantes expectativas de los accionistas o *stakeholders*.

Por su parte, Vidal y Torres (2003) afirman que la responsabilidad social universitaria no es una simple retórica política y su popularidad es síntoma de nuevos caminos morales para experimentar nuevas formas de resolver problemas sociales. Además, es una nueva forma de conceptualización, no solo de la política social, sino también de hacer en la empresa privada.

Asimismo, los autores citados manifiestan que dicha responsabilidad es un concepto que permite establecer puentes entre las racionalidades económicas y sociales, una tarea que hasta ahora ha gestionado el estado social. Dicha definición se concreta en la constitución de un trabajo mucho más inclusivo e integrador, de creación de empleo, basada en la estabilidad y mejores condiciones del entorno laboral y en una formación continuada que facilite mantener la empleabilidad de los trabajadores a lo largo de toda su vida activa.

Del mismo modo, Guédez (2008), citando al Instituto *Ethos* define la responsabilidad social empresarial como una forma de gestión que se determina por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

En función de lo anterior, se manifiesta que la responsabilidad social universitaria va más allá de la forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, al tratarse más bien de una estrategia de la institución, que junto a su gestión y reflejando sus valores, debe ser atendida como un caso de negocio más.

Por tanto, las empresas que apliquen la responsabilidad social universitaria como estrategia de sostenibilidad, tal como es el caso de la universidades públicas, deben asumir el rol de proveedoras de recursos, coparticipes de las acciones y asumir el liderazgo en la ejecución de la acción, hecho que las convierte en más atractivas para sus estudiantes, empleados y el colectivo en general; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores niveles de rentabilidad. Asimismo, las universidades, como organizaciones, representan un escenario privilegiado para la po-

tenciación de recursos humanos, sociales y promoción de profesionales socialmente responsables en un mundo con nuevas necesidades.

Por tanto, desde una gestión responsable, se ha de implicar en una formación que responda a dichas necesidades, a través de la docencia, investigación y vinculación con la gestión universitaria. Así, la universidad se legitima socialmente en la medida que, desde la adecuada capacidad de análisis del contexto, la relación sea clara con los grupos o realidades sociales y responda a la promoción y calidad de vida del entorno del que forma parte.

1.3. La responsabilidad social universitaria y sus elementos

La aplicación de la responsabilidad social, como gestión en la gestión de las organizaciones, específicamente las del sector universitario público, tiene implicaciones en todas las áreas funcionales y en otras facetas relacionadas: gobierno corporativo; dirección estratégica; gestión o control; elaboración, comunicación, así como validación de la información, inversión, certificación de los procesos administrativos y productivos. Dichas implicaciones se traducen en lo que se podría denominar elementos de la responsabilidad social universitaria.

En tal sentido, Fernández (2005) infiere que la responsabilidad social es una estrategia corporativa que implica el compromiso de las empresas, a través de la aplicación sistemática de recursos, para respetar, promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad con el cuidado del ambiente. Ese compromiso se traduce en acciones concretas que buscan el beneficio de todos los actores involucrados en las actividades de la empresa (accionistas, trabajadores, proveedores, distribuidores y la comunidad en su conjunto), alcanzando un mejor desempeño, logrando su sostenibilidad con la de su entorno; todo ello como soporte de los elementos que conforman la responsabilidad social universitaria, los cuales son el valor añadido, la integración eficiente, código de ética, naturaleza social y medio ambiental. A continuación se describe cada uno de ellos:

Valor añadido: El término valor añadido ha venido empleándose por los economistas desde finales del siglo pasado; sus primeras aplicaciones prácticas se realizaron en el campo de la macroeconomía, básicamente en la contabilidad nacional, más

adelante evolucionaron al área empresarial. A partir del año cincuenta es cuando la noción de valor añadido comienza a ser aplicada a la gestión empresarial desarrollándose junto a la corriente doctrinal que propugna la responsabilidad social de la empresa. Por otra parte, es usado inicialmente en el ámbito empresarial e interpretado como una buena medida del *output* agregado por la empresa. Su utilización se ha orientado más desde el punto de vista de la producción que desde el financiero.

En este sentido, Doménech y García (1999) entienden el valor añadido para la empresa como un indicador de eficiencia, en virtud que el mismo integra en su concepto los elementos generados dentro de la unidad económica. Esto permitirá a la empresa evaluar, a través del mismo, el grado de utilización de los recursos efectuados. Asimismo, su evolución puede emplearse como una medida del crecimiento de la empresa, pues mide el desarrollo experimentado en función de los medios de producción incorporados a su actividad.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, alcanzar el ansiado valor añadido que toda empresa persigue para diferenciarse de su competencia, sólo se puede conseguir a través de la implicación de todas las personas que la integran, es decir, asegurándose de que pueden, saben o quieren utilizar todos sus recursos reales y potenciales; para ello deben prepararse e identificar los riesgos más importantes, calcular todos los costes directos e indirectos de las estrategias, utilizar medidas alternativas y evaluar todas las opciones que permitirían reducir los despidos.

Por su parte, Hernández y García (1999), citados por Berrueta (2011), verifican que las características económico-financieras de las distintas actividades inciden en la distribución de la renta; por tanto, en la responsabilidad social se puede hablar de actividades con distinta responsabilidad. Para la autora, la generación o distribución del valor añadido entre los distintos agentes que han contribuido a su generación, constituye un aspecto de especial importancia en el ámbito de la información social de la empresa, pues supone un nexo entre lo económico y social, además de un instrumento de utilidad en el análisis de la responsabilidad social empresarial; en este contexto, el papel más importante del valor añadido puede ser el de proveer la información a los distintos grupos implicados en la generación de la riqueza, el más relevante es el de los trabajadores.

Cabe destacar que según lo planteado por Hernández y García (1999), la responsabilidad social universitaria es un instrumento que tiene que ayudar a la creación de un valor añadido capaz de repercutir en la mejora de la empresa a medio o largo plazo. Dicho valor se mide en relación con la atención enfocada en las diversas actividades que afectan a los grupos de interés más relevantes, atendiendo a la especificidad de su negocio y al entorno en el cual opera: clientes, consumidores, accionistas, inversores y en especial trabajadores.

Por ello, los estudios que versan sobre el valor añadido, en general se orientan hacia las formas de agregar valor a las actividades empresariales o de medir dicho valor. En cuanto a la asociación del valor añadido a la responsabilidad social de las empresas, todavía son pocos los que se encuentran en esa línea, y entre esos, el enfoque más recurrente es el que busca analizar la relación de las acciones de responsabilidad social corporativa con la agregación de valor, como referente importante para el éxito organizacional.

Integración eficiente: Las actuaciones en el ámbito de la responsabilidad empresarial deben tender a integrarse progresivamente en las distintas políticas de la empresa, de manera que desde el propio núcleo de la actividad empresarial se extienda a los distintos procesos y sistemas de gestión. La responsabilidad social empresarial busca la mejora continua y eficiencia del proyecto empresarial, con el fin de gestionarse tomando en cuenta la viabilidad económica de la empresa a corto y a largo plazo, con el rigor de una inversión económica.

En este sentido, la responsabilidad social, según Prado (2004), busca un mayor compromiso de los trabajadores con los objetivos y la misión de la empresa para incrementar la productividad; además, busca tener una comunidad estable, con buenos niveles de salud o educación para proveerse de mano de obra capacitada, saludable, bajos índices de criminalidad, buenas relaciones con las instituciones, que garanticen el normal ejercicio de sus operaciones, manteniendo un medio ambiente limpio, implementando procesos de tratamiento de residuos que permitan la reutilización de estos; con la finalidad de optimizar el manejo de los insumos y la reducción de los desperdicios, todo esto con el objetivo de mejorar las utilidades de la empresa, garantizando su sostenibilidad a largo plazo.

El autor antes citado plantea que la responsabilidad social corporativa ayuda a reducir los costos al mejorar los procesos productivos, mediante la disminución de gases contaminantes, reducción de desperdicio, lo cual conlleva a la disminución del consumo de energía. Por otra parte, al interesarse por los empleados minimiza el ausentismo y aumenta la retención de talento con lo que reduce costos de despido y control.

Asimismo, Fernández (2005) opina la empresa tiene como responsabilidad conseguir que las personas que trabajan en ellas estén seguras que su participación resulta importante y el trato dentro del grupo sea justo y equitativo para todos; es decir, no se encuentren aisladas dentro de una estructura excesivamente formalizada.

Precisando de una vez, se expresa que para que las instituciones universitarias logren su objetivo, la dirección de las mismas debe garantizar lo siguiente: la desaparición de los perjuicios, reducción de las distancias entre los niveles jerárquicos, fomento de la comunicación tanto en sentido vertical como horizontal del organigrama, creación de grupos de trabajo donde se impulse la ayuda mutua; lo cual contribuye además a la integración de los trabajadores como miembros de un equipo dentro de la empresa, permitiendo la potenciación de la participación de forma activa y dinámica en los procesos de toma de decisiones continua a través del establecimiento de vías formales que permitan canalizar las opiniones, críticas o sugerencias que desean aportar.

Además, la integración, inevitablemente, genera movimientos en las estrategias de las instituciones antes descritas, asegurando así su permanencia. También, se redefinen espacios, lo que favorece el uso de los recursos existentes. De igual manera, en términos de oportunidades, la integración, deja retos porque permite definir una serie de procesos que la institución educativa que funcione bajo este criterio, debe asumir como nuevos o como más complejos.

Adaptabilidad: Para Córtese (2004), la adaptación al cambio puede concebirse como un cambio emocional, expresa con toda claridad, ayuda a entender los decisivos aspectos subjetivos del desarrollo de una organización. Este mismo se puede distinguir en cuatro etapas, descritas a continuación: negación o impacto inicial: en la que el individuo percibe un peligro generado por el cambio, siente ansiedad, se le dificulta dominar la nueva situación y prefiere quedarse en el pasado; defensa: donde la perso-

na se aferra a las costumbres y tradiciones evitando la realidad, reaccionando con apatía o ira, prácticamente se niega a cambiar, sin embargo, puede empezar a realizar una valoración de las ventajas o desventajas que ofrece el cambio y comenzar la etapa de aceptación.

No obstante, cuando el autor habla de la etapa número tres se refiere a la aceptación: en la cual las respuestas pueden percibirse ineficaces y la persona se siente impotente para impedir el cambio, no obstante, comienza a buscar soluciones y desarrollar nuevas habilidades; por último, la cuarta etapa es de adaptación o asimilación: donde las consecuencias del cambio se hacen evidentes, provocan satisfacciones en el individuo, dando nuevamente sentido a su vida, y en esta etapa los cambios efectuados llegan a la institucionalización.

En este sentido, el autor antes citado aporta que en este proceso de adaptación es muy importante el papel que juega el departamento de recursos humanos, para que entre las etapas de negación y defensa realice un trabajo de sensibilización e información acerca de los cambios organizacionales, así como para que proporcione las herramientas o conocimientos necesarios.

Del mismo modo, el autor concluye mencionando los diferentes niveles de resistencia, estableciendo como primer nivel las resistencias ligadas a la personalidad como hábitos, miedo a lo desconocido, satisfacción de necesidades identificación con la situación actual y protección de privilegios; en segundo lugar, menciona las resistencias ligadas al sistema social: conformidad con las normas, coherencia de un sistema, intereses, derechos adquiridos en el sistema, carácter sagrado de ciertas cosas, rechazo a lo extraño; por último, establece el tercer nivel que representan las resistencias ligadas al modo de implementación del cambio, el tiempo con los medios proporcionados para integrar el mismo.

Evidentemente, cada vez tiene más importancia en las organizaciones el cuidado del personal o de los colaboradores. Tan importante es atraer a los mejores al proyecto de la empresa como saber retener a los que ya forman parte de ella. Pero, la experiencia demuestra que muchas empresas y departamentos de recursos humanos trabajan de espaldas a esta realidad. Es frecuente observar condiciones de trabajo que desmotiven o alejan emocionalmente a los trabajadores.

En tal sentido, el cambio más importante de esta era es la incorporación de la gente como parte de la infraestructura tecnoló-

gica de empresas u organizaciones. La economía es la gente, para maximizar sus prestaciones, la motivación y coordinación serán la clave. Asimismo, la revolución de los próximos años en el seno de las empresas será aprender a maximizar la información de sus proveedores, socios, equipos, clientes o comunidad, para convertir las ideas e innovación en resultados; especialmente estratégico es que las empresas aprendan a adaptar sus formas de trabajo y gestión del personal en los valores sociales emergentes.

Código de ética: Uno de los elementos de la responsabilidad social, de acuerdo con Martín (2000), son los códigos de ética, los cuales pueden ser considerados como un medio para alcanzar la estructuración interna de la cultura empresarial y lograr una trama que vincule las diversas generaciones actuantes de la organización; además, es una herramienta de formación, un instrumento valioso de gestión de los recursos humanos de mejoramiento con la eficiencia empresarial y de legitimación de roles gerenciales. Este mismo autor señala que las conductas impulsadas por los valores o principios determinan una orientación dispuesta a relacionar responsablemente a todos los miembros que tengan que ver con la empresa.

Por su parte, De La Cuesta (2007) plantea que los códigos pueden usarse con dos fines principales: fomentar la reflexión ética en la empresa, visión basada en valores o asegurarse que los empleados, a nivel individual o departamental, cumplan con determinadas normas, enfoque de resultados. Al respecto, Llano y Zagal (2001) consideran el código de ética como la máxima expresión de la cultura de una empresa. Una descripción de valores que son aceptados por la corporación, así como por cada uno de los empleados y propietarios.

Por tanto, es un compromiso de la corporación con los accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, sociedad civil y el gobierno; de allí que la empresa hace pública su visión de los negocios en la elaboración del código de ética, así como los compromisos adquiridos al desarrollarlos; además, asume una posición vulnerable frente a los demás, por cuanto a partir de su implementación se expone a que sus debilidades sean recriminadas en el desempeño de las actividades realizadas.

Dentro del mismo contexto, Guédez (2004) establece que el código de ética es un sistema de reglas, que pueden ser morales, éticas, jurídicas, sociales, protocolares, entre otros. Son guías de comportamiento asociadas con espacios particulares de activi-

dad. Así como en el campo jurídico existen interpretaciones diferentes, en materia empresarial los contenidos de los códigos se hacen menos obvios y evidentes.

En este sentido, los códigos siempre deberán moverse en la resonancia de una acción supervisora motivadora y orientadora. Además, ellos pueden esclarecer pautas para contribuir con la reducción de los índices de discrepancia entre las conciencias o las conductas, entre estas y la norma organizacional. Lo importante es que los códigos se aprecien como una referencia de apoyo que no agota las dimensiones de la ética empresarial, pero que si puede contribuir a establecer reglas más claras.

No obstante, debe insistirse que para planificar, decidir, implantar, evaluar algo debe disponerse de recursos que iluminen criterios orientativos. En este compendio emergen los códigos de ética, los cuales pueden contener, entre otras cosas, algunos enunciados de lo que debe hacerse, observaciones: descripciones de situaciones posibles juicios de valor: convicciones de lo que es importante, supuestos: si se hace tal cosa puede producirse otra y enfoques alternativos: otras opciones, juicios, entre otros.

Por otra parte, Cortina (2003) plantea que el código de ética y conducta institucional constituye una de las expresiones de la ética en las organizaciones, que cada vez más adquiere un papel relevante, fuente de inspiración conductual orientado hacia la excelencia, mejores prácticas y estrategia de acción preventiva, la cual sirve como base para la aplicación de otros instrumentos de gestión como la administración por valores, de herramientas, transparencia, al igual que responsabilidad social.

En este mismo orden de ideas, el autor infiere que la conducción ética de las organizaciones implica la adopción de una verdadera cultura que impregne todo su quehacer y el de todos los que participan en su dinámica, a fin de que la ética se convierta en un útil instrumento de gestión. Por ende, la vinculación de la ética a las empresas e instituciones del Estado surge, entre otros factores, como consecuencia de la falta de eficacia y eficiencia en la administración pública, la proliferación de las malas prácticas y los perjuicios sociales producidos por los comportamientos anti éticos. En concordancia con lo planteado, Certo (2002) revela que el código de ética para las empresas debe ser una declaración formal que sirve a la gente como guía ética sobre cómo actuar y tomar decisiones.

Sin embargo, se vive en un mundo en constante cambio y expansión, tiempos de globalización que han hecho que las organi-

zaciones cambien, se descentralicen con empleados más autónomos con mayor poder de decisión, por esto se hace necesario que las relaciones no sólo al interior de las empresas sino entre empresas, organizaciones y el mercado se basen en valores, lo cual generará mejores patrones de conducta.

Asimismo, es importante que una institución universitaria maneje valores fundamentales como: igualdad, respeto, libertad, diálogo, solidaridad, además de luchar por alcanzar la satisfacción de todos los agentes involucrados en la empresa. En virtud de ello, el código de ética suele mejorar el funcionamiento de la institución mediante las siguientes vías: reduce los conflictos de los miembros que la forman, mejora la imagen exterior de si misma, facilita el comercio internacional, agrega valor o confianza a la actividad económica a la que se dedica, supone un componente esencial del concepto de calidad total y atrae a mejor capital humano agregando valor a la comunidad donde opera.

Naturaleza social: De La Cuesta y Valor (2005), manifiestan que la responsabilidad social empresarial expone que es reforzar la función social de la empresa, asumiendo voluntariamente compromisos más allá de la legislación vigente y teniendo en cuenta los distintos grupos de interés trabajadores, clientes, accionistas, proveedores, consumidores, medio ambiente, derechos humanos, que son, en última instancia, los beneficiarios de los resultados de los procesos productivos.

Es por ello que las posiciones a favor del tratamiento de las corporaciones como personas tienden a trabajar, explícita o implícitamente, sobre el supuesto que las actividades empresariales se desarrollan dentro de un contexto social. Este nuevo enfoque se fundamenta en la investigación acerca de la naturaleza de los negocios, en general, de las empresas, en particular, a fin de determinar el carácter o grado de responsabilidad social empresarial.

Cabe señalar que las empresas son instituciones sociales; existen solamente por la decisión de un conjunto de individuos que se unieron para desarrollar un emprendimiento destinado a la producción de un bien o servicio particular. Asimismo, la forma que esta actividad empresarial se lleva a cabo está sujeta a las normas que rigen la sociedad en el momento y lugar particular en que se desarrolla. La manera singular en que las empresas se constituyen, actúan en un momento y lugar determinado, depende de las características, normas o costumbres de la sociedad dentro de la cual se encuentran inmersas.

De este modo, las corporaciones son también instituciones sociales en otro sentido. La estructura que adopta la empresa, determina una serie de obligaciones o responsabilidades para los individuos que forman parte de la institución.

Naturaleza medio ambiental: A partir de lo expuesto por De La Cuesta y Valor (2003), se plantea que la naturaleza medioambiental está vinculada estrechamente al concepto de desarrollo sostenible, entendiendo ésta como la vía de asegurar que el crecimiento económico y social satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. Teniendo en cuenta la situación actual, las estrategias de los poderes públicos en materia medioambiental deberían propiciar la implicación de las empresas, los sindicatos, las organizaciones de ciudadanos, entre otros en virtud que la desatención o los ataques al medio ambiente pueden provocar violaciones de los derechos económicos, sociales y culturales de las personas que trabajan o viven en ese ambiente afectado.

En la misma perspectiva, Villarraga (2000) plantea que las empresas deberían actuar en interés del público, contribuir a la solución de los problemas sociales, ecológicos, de ahí que a partir del año 1980 las organizaciones dedican mayor atención a lo que se llamó “responsabilidad social de la empresa”. Las regulaciones gubernamentales, hasta las expectativas del público en los últimos años, han incrementado esta visión fundamental del negocio, donde se encuentran dos modelos o enfoques específicos que orientan las actitudes del administrador hacia ésta perspectiva de desarrollo.

Según Guerra y Aguilar (1997), el primer modelo data del siglo XVIII, nacido bajo la concepción que la sociedad se beneficiará más cuando la empresa se dedique sólo a producir los bienes o servicios que ella necesita, está el modelo económico de responsabilidad social, donde la concepción pasa a ser compromiso del gobierno, de las organizaciones ambientalistas o instituciones similares, pues la empresa paga impuestos que deben ser invertidos posteriormente en el ambiente físico, social y cultural.

El segundo enfoque es el modelo socioeconómico de responsabilidad social, donde el administrador asume responsabilidad no sólo con los accionistas, sino también con los consumidores, abastecedores, trabajadores, el público en general, dando énfasis al impacto de las decisiones del negocio en la sociedad, en la cul-

tura y en lo natural. En este modelo opera el objetivo permanente de la empresa en el bienestar social.

A este respecto, el entorno económico en los países desarrollados ha sido cambiante en las últimas décadas. Los consumidores, los inversores y la sociedad, en general, piden y exigen a las empresas no únicamente resultados económicos sino también resultados sociales. Por tanto, las empresas actúan en un entorno en el que cada vez más, un requisito para competir es el de ser responsable ya sea en el área medioambiental, en el área social o bien la económica.

En este mismo orden y dirección, la Comisión de Comunidades Europeas (2001), en su Libro Verde, considera que la responsabilidad social es, esencialmente, un concepto con arreglo, al cual las instituciones deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Por tanto, dos factores son básicos en una empresa socialmente responsable: el primero basado en el desarrollo social y medioambiental y el segundo la transparencia de estos frente a los grupos de interés o *stakeholders*.

En este sentido, el consenso de la definición se basa en considerar que el desarrollo económico ya no es la única referencia, la protección del medio ambiente y el bienestar social se tienen que añadir como objetivos de las empresas. Por tanto, la responsabilidad social se remite a las relaciones de la empresa con la sociedad, siendo una oportunidad de diferenciación ante la misma, un compromiso y proceso; también una oportunidad de innovación ya sea en productos o servicios como en valores o actitudes.

Según Lozano (2006), la responsabilidad social corporativa debe contemplarse como un proceso de desarrollo empresarial. Cada vez más empresas consideran la responsabilidad social como un elemento estratégico de sus procesos de negocio y, en los últimos años, se está llevando a cabo un proceso de homogeneización de los formatos de los informes de responsabilidad social y de las normas para auditar responsabilidad social corporativa, así pues, en un futuro próximo la revisión financiera irá acompañada de la revisión de la sostenibilidad.

De allí que, además de ser rentables, competitivas, eficientes y flexibles, deben también disponer de parámetros para medir los efectos de sus acciones en la sociedad, finalmente, la mejora del interés por los aspectos sociales. Incluyendo cuidados médicos, oportunidad de aprendizaje e interés por el mejoramiento de la calidad de vida, entre otros. Asimismo, la disminución del consu-

mo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes que este tipo de institución podría generar, puede reducir el impacto sobre el medio ambiente; de igual manera, resultaría ventajosa para las universidades, al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos, disminuir los insumos y los gastos de descontaminación, lo cual podría generar un aumento de la rentabilidad y competitividad.

2. Metodología aplicada

El presente estudio se basa en un enfoque cualitativo, puesto que para la recolección de la información se aplicó una técnica cualitativa, tomando como basamento teórico autores como Chávez (2007), quien señala que la característica principal de este tipo de investigaciones se basa en contenidos de orden teórico, en los cuales se deben reflejar las posiciones coincidentes y contradictorias de los enfoques o tendencias analizadas, así como la posición independiente del investigador. De igual forma, Stake (1999), citado por Torres (2011), establece que el objetivo de la investigación cualitativa es la comprensión, centrando la indagación en los hechos. De lo expuesto, Torres (2011) manifiesta que se debe recordar que la investigación cualitativa se caracteriza por ver las cosas desde el punto de vista de las personas que están siendo estudiadas.

Por otra parte, es importante destacar que la investigación se considera de tipo documental. A este respecto, Chávez (2007) expresa que los estudios documentales se realizan sobre la base de documento o revisión bibliográfica. De igual forma, Bavaresco (2006) plantea que los estudios documentales permiten el conocimiento previo o bien el soporte documental vinculante al tema de estudio, conociendo los antecedentes y quiénes han escrito sobre el tema; en efecto, la investigación se refiere a una modalidad documental, el cual permitió establecer un marco teórico conceptual y fundamentó un análisis exhaustivo, sobre la responsabilidad social universitaria y los elementos fundamentales para su implementación sostenible.

Reflexiones finales

La responsabilidad social de las universidades es definida como una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo), por medio de la gestión responsable de los impactos educati-

vos, cognitivos, laborales y ambientales que la universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover un desarrollo sostenible.

La responsabilidad social universitaria debe establecerse dentro de la organización, tal como es el caso de las universidades públicas, en alianza con las comunidades, debido a que a estas se dirigen las acciones sociales y a través de las mismas se podrá evaluar el impacto de dichas acciones. En este contexto, la universidad tiene el poder de socializar a gran parte de los miembros de una comunidad como agente principal. Es esa una de sus misiones fundamentales, entendiendo que su rol educativo trasciende la concepción instrumental de formación o transmisión de conocimientos.

El plan de responsabilidad social universitaria debe reunir unas condiciones para que obtenga el éxito deseado, los directivos tienen que estar sensibilizados con el proyecto y apoyarlo en su totalidad y a todos los niveles, involucrándose absolutamente en cuanto a ejercer funciones de representación de la compañía y fomentar las políticas de responsabilidad social empresarial.

Se concluye que las organizaciones sociales les permiten incrementar el número de voluntarios, las estimula a relacionarse de una manera distinta (profesional) con las empresas, reciben una nueva mirada sobre los problemas sociales que enfrentan a diario y sus voluntarios; a su vez, difunden las actividades de las instituciones universitarias.

Desde el contexto de la sostenibilidad, un desafío importante de las universidades actuales, es el incremento de su incidencia en las comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo, a través de comportamientos socialmente responsables ante las necesidades o recursos sociales orientados al potenciamiento del progreso humano desde la propia universidad y con los *stakeholders*.

Finalmente, a través del escenario presentado precedentemente sobre la responsabilidad social universitaria, y su relación en el contexto de la sostenibilidad dependerá fundamentalmente de los agentes o procesos que hagan posible la voluntad de implicación en los planteamientos necesarios desde la complejidad de esta.

Referencias bibliográficas

- BERRUETA, T. (2011). **Responsabilidad social en empresas de servicio público**. España: Thompson Editores.
- BAVARESCO, A. (2006). **Las técnicas de la investigación metodológicas**. Editorial Presencia, Bogota, Colombia.
- BONILLA, M. (2001). **Evaluación del Personal Docente**. Venezuela: Editorial Publicaciones Honda.
- CERTO, S. (2002). **Administración Moderna (8ª ed.)**. Bogotá, Colombia: Prentice Hall. Comisión de las Comunidades Europeas COM (2001).
- CHÁVEZ, N. (2007). **Introducción a la Investigación Educativa**. Cuarta Edición, Maracaibo: Ars gráficas.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE). (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Brusela: CCE.
- CÓRTESE, A. (2004). **Las emociones y la adaptación al cambio**. <http://www.gestiopolis.com> 16-04-2010
- CORTINA, A. (2003). **Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial**. Madrid: Editorial Trotta.
- DE LA CUESTA, M. y VALOR, C. (2003). **Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo**. España: Boletín Económico de Información Comercial Española n. 2755.
- _____ (2005). Efectividad de los códigos para el control social de la empresa CIRIEC. España: **Revista de Economía Pública, social y cooperativa** Volumen 2:
- _____ (2007). Códigos éticos, análisis de la eficacia de su implantación. España: **Revista Innovar**. Volumen 1.
- DOMÉNECH, C. y GARCÍA B. (1999). "Análisis dinámico del valor añadido". *Técnica Contable*, año XXXIX.
- FERNÁNDEZ, R. (2005). **Administración de la responsabilidad social corporativa**. España: Thompson Editores.
- GUÉDEZ, V. (2004). **Responsabilidad Social en las Américas. La Ética: Fundamento de la Responsabilidad Social de las Empresas**. Caracas-Venezuela: Fondo editorial del Centro Internacional de Educación y desarrollo (FONCIED).
- _____ (2008). Ser confiable. **Responsabilidad social y reputación empresarial**. Caracas-Venezuela: Editorial Planeta Venezolana S.A.
- GUERRA, G. y AGUILAR, A. (1997). **Economía del Agronegocio**. México: Limusa.

- II DIÁLOGO GLOBAL SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIO (2005). **Capital Social, Ética y Desarrollo de Banco Interamericano de Desarrollo (BID/SDS) y la Red Global de Aprendizaje para el servicio.** 28 de junio de 2005
- LARRAÑAGA, D. (2003). **Lineamientos para Desarrollar La Responsabilidad Social de la Universidad.** Tesis. Universidad Católica del Uruguay.
- LLANO y ZAGAL. (2001). **Código de Ética en las Organizaciones.** México DF: Editorial Trillas.
- LOZANO, J. (2006). **De la responsabilidad social de la empresa responsable y sostenible (ERS).** *Papeles de economía española.*
- MARTÍN, V. (2000). **Acuerdos y Normas. Los Códigos en la Ética Empresarial.** Maracaibo-Venezuela: Revista Telos. Universidad Rafael Bellosó Chacín. Volumen 2: 275-283.
- MÉNDEZ, E. (2002). **Gerencia Académica.** Venezuela: Ediluz.
- NORMAN, B. (1998). **Corporate Management: Doing Good and Doing Well Hastings Center Report.** Special Supplement.
- PRADO, A. (2004). **Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial.** Costa Rica: INCAE,
- RAMOS, B. (2003). **Responsabilidad Social Empresarial en las Américas.** Caracas-Venezuela: Ediciones Alianza Social VenAmCham.
- TORRES, L (2011). **Desarrollo del personal para la promoción de las organizaciones inteligentes del sector petroquímico venezolano. Universidad del Zulia.** Tesis de grado de Dr. Mención publicación.
- VALLAEYS, F. (2005). **Marco Teórico de la Responsabilidad Social Universitaria.** Trabajo de Grado. Perú.
- VARGAS, M. (2004). **Directorio y caracterización de acciones social y nuevas maneras de crear valor para la sostenibilidad; creando valor sostenible: Compromiso y responsabilidad social de la empresa privada en Venezuela.** VENAMCHAM Venezuelan American Chamber of Commerce and Industry.
- VIDAL, A. y TORRES, C. (2003). **Responsabilidad Social Empresarial en las Américas.** Caracas-Venezuela: Ediciones Alianza Social VenAmCham.
- VILLARRAGA, C. (2000). **La conservación del medio ambiente físico y psíquico.** Bogotá.