



Departamento de Postgrados

Maestría en Administración de Empresas VII

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Máster en Administración
de Empresas

Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad del Azuay

Autor: María Gabriela Guillén Guerrero

Director: Mst. Xavier Ortega

Cuenca - Ecuador

2012

A Fernando, Charo, Paúl y Miri,

quienes son el motor

de mi vida...

AGRADECIMIENTOS

La realización del presente trabajo de graduación no hubiese sido posible sin el apoyo y colaboración de muchas personas que han estado aportando día a día con su ánimo, sus conocimientos y su paciencia; muchos de ellos no constarán en estas líneas, sin embargo van siempre en mis recuerdos y en mi corazón.

Primeramente quiero agradecer al Ing. Xavier Ortega, quién muy pacientemente ha sabido guiarme hasta la consecución de esta meta. Su dedicación y entusiasmo han ido mucho más allá de lo que cabe esperar de un director de tesis y es gracias a su motivación que todo el tiempo invertido se ha hecho más llevadero.

Quiero agradecer también el gran apoyo de la comunidad universitaria, autoridades, docentes, personal administrativo y estudiantes de la Universidad del Azuay, mi segundo hogar desde hace ya muchos años, que me abrieron las puertas para que esta investigación se lleve a cabo.

A mis encuestadores y motivadores favoritos: Euge, Miri y Bernardo, sin los cuáles, la recopilación de datos aún no hubiese terminado.

A Ananda Zeas, coordinadora del futuro centro de RSE de Cuenca que CERES está implementando; su apoyo desinteresado me demostró que cuando estás trabajando en cosas buenas aparecen también las buenas personas.

A mi familia y amigos que siempre están junto a mí y han sabido entender las ausencias y los momentos estresantes, sin su apoyo no estaría donde estoy.

Muchas gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO CONCEPTO:	
ANTECEDENTES Y MODELOS	4
Introducción	4
Origen y desarrollo del concepto de Responsabilidad Social	5
Responsabilidad Social: teorías y modelos	9
Iniciativas y normas establecidas para la promoción de la Responsabilidad Social	17
Conclusiones	25
CAPÍTULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA	27
Introducción	27
El contexto universitario como ámbito de aplicación de la Responsabilidad Social	28
Modelos de análisis de la Responsabilidad Social Universitaria.....	28
Perspectivas gerenciales	30
Perspectiva transformacional	32
Perspectiva normativa	42
Conclusiones	46
CAPÍTULO III: RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY	48
Introducción	48
Antecedentes generales de la Universidad del Azuay	48
Estructura organizativa interna de la Universidad del Azuay y su relación con la Responsabilidad Social Universitaria	49
Autoridades de la Universidad del Azuay	49
El profesorado de la Universidad del Azuay	52
El personal no docente de la Universidad del Azuay	57
Los estudiantes de la Universidad del Azuay	60
Organizaciones sociales de la Universidad del Azuay	66
Agentes sociales externos y sus demandas para con la Universidad del Azuay	66
Proveedores	66
Egresados	67
Empleadores	67
Competidores	67
Comunidades locales	68
Organizaciones sociales	68
Estado	68
Conclusiones	69
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS COMPARATIVO DE MODELOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	70
Introducción	70
Modelos de Responsabilidad Social Empresarial	70
Modelos de empresas ecuatorianas	70

Modelos de empresas latinoamericanas	71
Modelos de empresas mundiales	73
Matriz comparativa de modelos de Responsabilidad Social Empresarial	75
Modelos de Responsabilidad Social Universitaria	77
Modelos de universidades ecuatorianas	77
Modelos de universidades latinoamericanas	80
Modelos de universidades del mundo	84
Matriz comparativa de modelos de Responsabilidad Social Universitaria	87
Análisis de los indicadores clave de Responsabilidad Social encontrados en los distintos modelos analizados y en la información obtenida de los distintos actores universitarios	91
Fortalezas	91
Debilidades	91
Puntos críticos	92
Demandas y sugerencias	92
Conclusiones	93
CAPÍTULO V: MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA PARA LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY	95
Introducción	95
Ejes del modelo de Responsabilidad Social Universitaria	95
Ámbitos de acción del modelo de Responsabilidad Social Universitaria	98
Indicadores para el modelo de Responsabilidad Social Universitaria	98
Modelo de Responsabilidad Social Universitaria aplicado a la Universidad del Azuay	101
Recomendaciones de aplicación	103
Conclusión	104
CONCLUSIONES	106
BIBLIOGRAFÍA	109
ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Teorías de responsabilidad social corporativa	13
Tabla 2: Clases de teorías de responsabilidad social	14
Tabla 3: Concepto de responsabilidad social según la empresa	15
Tabla 4: Enfoques sobre la responsabilidad social universitaria	29
Tabla 5: Iniciativas y asignaturas de carácter social en la UDA	51
Tabla 6: Matriz comparativa Modelos de RSE	75
Tabla 7: Matriz comparativa Modelos de RSU	87
Tabla 8: Plantilla para contraste y selección de áreas de mejora	99

Tabla 9: Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad del Azuay	101
---	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Percepción docentes Campus responsable	54
Figura 2: Percepción docentes Formación profesional y ciudadana	55
Figura 3: Percepción no docentes Campus responsable	59
Figura 4: Percepción estudiantes Campus responsable	62
Figura 5: Percepción estudiantes Participación social	63
Figura 6: Percepción estudiantes Formación profesional y ciudadana	64

RESUMEN

La responsabilidad social es un término que cada día está más difundido y que muchas empresas e instituciones lo están incorporando a su administración. La responsabilidad social no debe confundirse con filantropía, ya que va mucho más allá de dicho término y requiere todo un proceso de planificación e aplicación, además de un modelo que se ajuste a la realidad y necesidades de cada institución.

El presente trabajo analiza la responsabilidad social tanto empresarial como universitaria, su fundamentación teórica y la aplicación que ciertas empresas y universidades lo han dado con el fin de encontrar los elementos necesarios para crear un modelo propio aplicable a la Universidad del Azuay.

Se realiza un análisis de la situación actual en responsabilidad social de la Universidad del Azuay, además de las demandas de autoridades, docentes, estudiantes y personal no docente con el fin de establecer políticas que satisfagan las necesidades actuales de la universidad en ejes como: campus responsable, formación ciudadana y profesional responsable, gestión social del conocimiento y comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, responsabilidad social universitaria, sostenibilidad, sinergia, rendición de cuentas, desarrollo sostenible.

ABSTRACT

Social responsibility is a term that is becoming increasingly widespread and that many companies and institutions are joining to their administration. Social responsibility should not be confused with philanthropy, as it goes far beyond that term and requires a process of planning and implementation, and a model that fits the reality and needs of each institution.

This paper analyzes the social responsibility of both corporate and university, its theoretical foundation and the application that some companies and universities have taken to find the necessary elements to create a model for Universidad del Azuay.

In this paper you will find an analysis of the current situation in social responsibility of the Universidad del Azuay and the demands of authorities, teachers, students, and staff to establish policies that meet the current needs of the college axles: responsibly campus, responsible citizenship and professional training, social management of knowledge and mutual learning communities for development.

Keywords: Corporate responsibility, university social responsibility, sustainability, synergy, accountability, sustainable development.

INTRODUCCIÓN

Existen diversos antecedentes que validan la necesidad de un análisis de la situación de la Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad del Azuay; la importancia mundial creciente de este concepto a nivel corporativo e institucional, la vigencia de nuevas leyes en el país y los nuevos retos que se plantean a las universidades como los procesos de acreditación de la calidad, entre otros, son la base para el planteamiento de esta propuesta.

En los últimos años se ha venido hablando mucho de la responsabilidad social corporativa como un indicador de la ética de las empresas al momento de realizar sus actividades. Ahora ya no es tan importante lo que hace la empresa sino el cómo lo hace o qué tan responsable es, socialmente hablando. Este indicador se ha convertido incluso en una ventaja competitiva para muchas empresas, por lo cual no ha tardado en extenderse y posicionarse como factor a considerar entre los directivos de dichas empresas y como indicador de reputación corporativa a la mirada de la sociedad.

A pesar de que no puede considerarse la universidad como una empresa, este concepto se ha adaptado para adecuarse también a este tipo de instituciones con el fin de medir su responsabilidad social y guiarla de vuelta hacia su camino de vinculación y razón de ser para con la sociedad.

François Vallaëys en su artículo ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? plantea: “la Universidad debe tratar de superar el enfoque de la -proyección social y extensión universitaria- como apéndices bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la Responsabilidad Social Universitaria” (Vallaëys, 3). Así mismo, continúa

exponiendo la gran relación que existe entre las instituciones (y las personas que las conforman) con la universidad (que forma a esas personas), por lo cuál es básico no olvidarnos del análisis de los centros de educación superior como punto de partida para la creación de una nueva realidad social.

Dentro de la actualidad del país nos encontramos también con la reciente implementación de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), la cual, dentro de los fines de la educación superior, indica la necesidad de que la universidad forme “académicos y profesionales responsables, con conciencia ética y solidaria, capaces de contribuir al desarrollo de las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social”, además de indicar la necesidad de “contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria”. (LOES, 6)

Finalmente, encontramos que la Universidad del Azuay tiene como misión “Formar personas comprometidas éticamente con la sociedad que, desde su preparación académica, compromiso y conocimiento de la realidad, aporten al desarrollo integral de su entorno” (Página Web Universidad del Azuay), es decir, personas “socialmente responsables”, pero hasta el momento no se ha realizado formalmente un modelo de Responsabilidad Social Universitaria que integre a los actores universitarios y que sea aplicable a la Universidad del Azuay.

CAPÍTULO I: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO CONCEPTO: ANTECEDENTES Y MODELOS.

1. Introducción

El medio globalizado en el cual nos desenvolvemos actualmente, ha hecho que las acciones de los individuos y los grupos sociales sean conocidos en menor tiempo por un número cada vez mayor de personas. Ésta ha sido una de las razones por la cuál las empresas han comenzado a tratar el tema de la Responsabilidad Social como un indicador de sus valores éticos y morales, además de un valor añadido que influye en la reputación corporativa y por ende puede influenciar en la decisión de los potenciales clientes de éstas entidades.

Sin embargo, las múltiples caras que la Responsabilidad Social ha tenido desde su aparición han hecho que su aplicación, normalización y gestión sean difíciles y sobre todo que muchas compañías utilicen el término para su beneficio comercial únicamente, quitándole el verdadero sentido que la Responsabilidad Social debe perseguir. Otra realidad a la que nos enfrentamos es que la sociedad y las empresas que en ésta se desenvuelven, ven a la filantropía como el ícono fundamental de esta propuesta y pasan por alto otros factores internos y externos que deberían tomarse en cuenta para considerarse socialmente responsables.

Con el fin de dar luces sobre el término de Responsabilidad Social y conocer brevemente su origen y evolución, en el presente capítulo analizaremos las corrientes y teorías que hablan del término y algunos intentos que se han hecho para estandarizar la aplicación del mismo en diferentes partes del mundo y desde diversas perspectivas.

2. Origen y desarrollo del concepto de Responsabilidad Social.

El concepto de Responsabilidad Social se ha desarrollado a través de los años, vinculándose de manera común a las empresas y como parte de un análisis de la relación de estas entidades con la sociedad en la que se desarrollan, pretendiendo plantear nuevas responsabilidades que vayan más allá de cuestiones meramente legales y de la maximización de utilidades y beneficios para los accionistas y dueños de dichas empresas.

Establecer el origen exacto del término y concepto de Responsabilidad Social es tarea difícil, especialmente por las diversas corrientes de pensamiento que han trabajado este tema, además de la diversa terminología que se utiliza para referirse al mismo concepto.

Sin embargo, de acuerdo con Windsor (225-256) se identifica una “Era Progresiva” en los orígenes del concepto de responsabilidad social, que va desde los planteamientos de Adam Smith en 1776 hasta el final de la Segunda Guerra Mundial, y según el cual se puede identificar tres posturas de base de la responsabilidad de las empresas frente a la sociedad: 1) La filantropía; 2) La coacción legal; y 3) La conducta moral.

De esta forma, si se analizan los aportes de Andrew Carnegie en el ámbito de la filantropía empresarial mediante la publicación de su libro “El evangelio de la Riqueza” (Drucker, 53-63) se destaca el rol importante que las empresas deben cumplir respecto del bien común y los aportes que pueden realizar a la atención de las necesidades o problemáticas sociales mediante donaciones y acciones de carácter caritativo.

Otro estadio de desarrollo del concepto lo representan las propuestas planteadas por Maurice Clark en el año de 1916 (209-229), el mismo que plantea que es urgente que las empresas asuman nuevas responsabilidades económicas y ecológicas, no con el carácter filantrópico o caritativo planteado en la primera etapa, sino más bien con una marcada conciencia de las organizaciones respecto al bien común.

Según William Frederick, el concepto de responsabilidad social comienza a tomar forma tal y como lo conocemos actualmente hacia mediados de la década de 1920 cuando los administrativos al mando de las empresas comenzaron a reflexionar sobre la necesidad de actuar no solo como representantes de los accionistas, sino de otros grupos sociales vinculados a la empresa.

Para Murillo, el origen de este término asociado a las empresas lo podemos encontrar en los años cincuenta del siglo XX al identificar en las dos maneras de entender el modelo de economía del mercado las razones que originan la preocupación por el comportamiento socialmente responsable de las empresas:

Por un lado Estados Unidos con un sistema económico menos intervencionista pero donde la necesidad de dar unas pautas de conducta ética a las grandes empresas ya se hizo evidente, y por el otro lado el bloque europeo con un modelo de interrelación entre empresa y sociedad más estrecho pero que también ha sufrido crisis importantes. (203)

En la misma década que los planteamientos de Frederick encontramos a uno de los autores más nombrados en el tema y que algunos citan como el padre del concepto moderno de responsabilidad social, Howard Bowen, quien en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” define este término como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”. (6)

En la definición que presenta Bowen vemos reflejado una de las principales características del concepto con respecto a incorporar intereses sociales en las metas que la institución desea alcanzar y que estos a su vez se conviertan en aportes y contribuciones a la sociedad que acoge a la empresa.

Cabe destacar también la importancia que este autor da a quienes dirigen una organización al hablar directamente de *businessman* u “hombre de negocios” y no directamente de la empresa o el negocio; de esta forma podemos darnos cuenta de la importancia del liderazgo en este sentido.

Richard Marens identifica dos generaciones posteriores a la liderada por Bowen que contribuyeron de manera importante al desarrollo del concepto: el grupo de 1960 y 1970 encabezado por autores como Davis, Epstein, Frederick, Post y Preston y la generación de la década de los ochenta compuesta por autores como Donaldson y Freeman quienes incorporaron el concepto de los *stakeholders* o partes interesadas de la responsabilidad social.

A pesar de que este movimiento, iniciado en la década de los cincuenta es el más apoyado, existen ciertos autores como Windsor y Domínguez que ubican el origen de este movimiento en los planteamientos del economista Adam Smith en el siglo XVII, especialmente en lo que se refiere a la búsqueda de la “aprobación social” por parte de los negocios, con especial énfasis en aspectos tales como la reputación, la simpatía y la gratitud que pueden profesar las personas hacia una organización o *Branding*.

Sea cual fuese el origen, de acuerdo con Lee hacia finales de la década de los noventa, la responsabilidad social comenzó a ser promovida por diversos actores de la sociedad como gobiernos, empresas, ONG's y los consumidores, además de que se suman a estos los importantes esfuerzos de organismos internacionales como las Naciones Unidas, Banco Mundial, OCDE, la Organización internacional del trabajo (OIT) o la Comisión Europea a través del Libro Verde, quienes han desarrollado en los últimos años unas guías y documentos que permiten destacar aspectos importantes de este concepto y facilitan su aplicación.

Sin duda el auge último de esta idea se ha dado gracias a los nuevos riesgos de la globalización y la transnacionalización empresarial, reflejados en diferentes escándalos financieros, sociales o medioambientales que han motivado a varias organizaciones a desarrollar sus aportes a la orientación de un comportamiento socialmente responsable.

3. Responsabilidad Social: teorías y modelos.

Las teorías y modelos de responsabilidad social surgidos desde la aparición del modelo (se ubique ésta en los trabajos de Adam Smith en el siglo XVIII, en las corrientes de 1920 o en los fundamentos de Bowen en la década de 1950) han sido variados y han estado marcados por ambigüedades conceptuales y prácticas, deteniendo a muchos en postulados teóricos y a muchos otros en el paso de teoría a práctica de dichos postulados. En revisiones bibliográficas podemos encontrarnos con autores que hablan y teorizan sobre la responsabilidad social y otros que lo hacen sobre los logros y dificultades de aquellos que trabajan sobre este tema. Es por esto que las teorías y modelos son de ámbito variado y aquí queremos acercar un poco al lector a este ciclópeo trabajo de definir el tema que nos atañe.

Los vertiginosos cambios que ha experimentado la sociedad en los últimos tiempos, han hecho que la información cada vez sea más pública y que lo que sucede en el mundo empresarial sea conocido casi al instante por el público interesado en su desarrollo. Es por esto que muchos directivos de empresas, en la búsqueda de acciones para implantar en sus compañías, han encontrado en el modelo de responsabilidad social un importante canal de respuestas a tendencias surgidas en los últimos tiempos como la globalización, las valoraciones de aspectos intangibles de las empresas por parte de los mercados financieros, la conciencia social de los ciudadanos en aspectos sociales y

medioambientales, así como las exigencias de los *stakeholders* y la opinión pública por una mayor presencia de la transparencia y ética en la gestión empresarial.

Pero de la misma forma en que muchos piensan en la responsabilidad social como la panacea para los problemas de carácter social que atañen a la empresa, según Bowen existen cinco reclamos esenciales sobre lo propuesto en este concepto:

- 1.- Entorno competitivo: que se relaciona con la escasa posibilidad de que los hombres de negocios asuman y desarrollen un comportamiento socialmente responsable, si ninguno de sus competidores lo hace, y si además el asumir esta conducta les genera algún tipo de pérdidas en la gestión de la empresa, situación que en alguna medida debe su origen a la existencia de mercados imperfectos.
- 2.- Aumento de los costes: la asunción de un mayor número de obligaciones sociales puede traducirse en mayores costes para la organización, los que finalmente pueden traspasarse por ejemplo al consumidor en un alza de los precios o a los trabajadores con una disminución de los salarios.
- 3.- La motivación dominante (única) de los hombres de negocios es la obtención de beneficios para sus accionistas o compañías, siendo irreal esperar que asuman otro tipo de obligaciones de carácter social que orienten su motivación.
- 4.- El poder: muchos críticos de la responsabilidad social y su doctrina, señalan que los hombres de negocios la utilizan como un mecanismo para retener el poder y una justificación en su uso, especialmente en la toma de decisiones.
- 5.- Proximidad versus lejanía de las obligaciones morales: la responsabilidad social impondría a los empresarios una carga innecesaria que no son capaces de

cumplir, y que los desvía de sus responsabilidades morales reales, que consisten en los deberes religiosos personales y la preocupación y compasión por las personas con las que entran en contacto real, por lo que serían relevados de relacionar sus acciones con objetivos sociales más amplios.

Lozano (97-102), otro autor que ha analizado el tema de responsabilidad social escribe en su libro *Ética y Empresa*, sobre las ventajas y desventajas de la responsabilidad social, clasificándolas en cinco ámbitos: económico, gestión, político, sociocultural y ético-moral.

Económico: Favorece la confianza y buena imagen de la empresa, corrige las externalidades de las empresas y aplica recursos y capacidades disponibles solo por éstas, sin embargo disminuye la eficiencia ya que impone valores adicionales, aplica impuestos indirectos a la sociedad que es la que paga los mayores costes de la empresa y además, reduce los beneficios de los accionistas.

Gestión: Favorece a la empresa al proporcionarle autorregulación y proactividad pero en muchos casos puede causar confusión interna (cuando no se maneja correctamente) ya que el departamento de RR.HH. de las empresas no posee competencias sociales.

Político: Al ser iniciativa de la empresa se evita la intervención reguladora del Estado además de abrir espacios para la cooperación entre el Gobierno y la compañía, anticipándose, en muchos casos, incluso a la creación de la ley. Sin embargo en este ámbito se le otorga demasiado poder a las empresas, ya que aún no existen mecanismos que obliguen a las mismas a rendir cuentas de sus acciones sociales y en cuanto el gobierno inicie controles en este campo, sin duda se estará creando otro ámbito de regulaciones estatales.

Socio-cultural: la responsabilidad social aumenta la legitimación y aceptación de la empresa frente a la sociedad, ya que mediante este factor se exige a éstas intervenir en la solución de los problemas sociales y humanos y vivir de acuerdo con los estándares sociales de cada colectividad. Pero por otro lado se fomenta expectativas excesivas en las empresas a las cuáles incluso se les permite la interpretación de valores sociales y de esta forma se les proporciona dominio sobre su aplicación. Además aquí radica una de las críticas más grandes a la teoría, ya que el pluralismo axiológico genera diversas formas de interpretar la responsabilidad social y en ciertos casos puede considerarse únicamente retórica al servicio de la imagen de la empresa.

Ético-moral: La responsabilidad social promueve los intereses empresariales de forma más viable, abierta y de largo plazo reconociendo a su vez que los criterios éticos y morales deben primar sobre los económicos e incluye mínimos morales irrenunciables, considerando no solo objetivos sino también medios e impactos éticos. Aunque sin duda es bueno que las empresas se apersonen de los ámbitos sociales, ésta teoría desplaza la responsabilidad de los individuos hacia la empresa y no existe ni existirá un consenso sobre los valores socialmente deseables para ser aplicados.

Dentro de los dilemas que afectan las concepciones existentes sobre la responsabilidad social, Margarita Barañano nos habla de los siguientes:

- Aplicación obligatoria o voluntaria.
- Unilateralidad o multilateralidad, es decir que la responsabilidad de aplicación recaiga únicamente en las empresas o en diferentes actores sociales.
- Universalista o relativista, esto con respecto a empresas multinacionales que pueden aplicar en todos los lugares las mismas normas de responsabilidad

social o si respetan legislaciones nacionales por encima de compromisos transnacionales.

- Limitación al cumplimiento de la normativa vigente únicamente o como un plus normativo.

Dentro de los principales estudios realizados para comparar las principales teorías realizadas en torno a la responsabilidad social se encuentran los realizados por Garriga & Melé y Secchi, los mismos que aportan muy buenos elementos para clarificar el estudio de la responsabilidad social:

Tipos de teorías	Acercamientos	Breve descripción	Autores clave de referencia
Instrumentales (Concentradas en conseguir los objetivos económicos mediante las actividades sociales.)	Maximizar el valor de los accionistas	Maximización del valor en el largo plazo	Friedman (1970), Jensen (2000)
	Estrategias para obtener ventaja competitiva.	Inversiones sociales en un contexto competitivo.	Porter & Kramer (2002)
		Estrategias basadas en el enfoque de los recursos de la firma y sus capacidades dinámicas.	Hart (1995), Litz (1996)
		Estrategias para la base de la pirámide económica.	Phahalad y Hammond (2002), Hart y Christensen (2002), Phahalad (2003)
	Marketing con causa	Reconocimiento del uso de actividades altruistas socialmente como un instrumento de marketing.	Varadarajan y Menon (1988), Murray y Montanari (1986)
Políticas (Focalizadas en un uso responsable del poder comercial en la arena política.)	Constitucionalismo corporativo.	Las responsabilidades sociales de los negocios provienen de la cantidad de poder social que poseen.	Davis (1960, 1967)
	Teoría del contrato social.	Las responsabilidades sociales del negocio provienen de la cantidad de poder social que poseen.	Donaldson y Dunfee (1994,1999)
	Ciudadanía corporativa.	La empresa es entendida como si fuera un ciudadano con cierta participación en la comunidad.	Wood y Lodgson (2002), Andriof y McIntoch (2001), Matten y Crane (in press)

Integradoras (Focalizadas en la integración de las demandas)	Asuntos de gestión	Énfasis en los procesos corporativos de respuesta a aquellas cuestiones sociales y políticas de alto impacto para la organización.	Ackerman (1973), Sethi (1975), Jones (1980), Vogel (1986), Wartick y Mahon (1994).
	Responsabilidad pública	La ley y la existencia de políticas públicas son consideradas como referencia para el desempeño social.	Preston y Post (1975, 1981)
	Gestión de los <i>Stakeholders</i>	Equilibra los intereses de las partes interesadas de la organización.	Mitchell et al (1997), Mitchell (1999), Rowley (1997)
	Desempeño social corporativo	Búsqueda de la legitimidad social y procesos para dar respuestas apropiadas a las cuestiones sociales.	Carroll (1979), Wartick y Cochran (1985), Wood (1991), Swanson (1995)
Éticas (Focalizadas en las cosas correctas para conseguir una buena sociedad)	Teoría normativa de <i>stakeholders</i>	Considera deberes fiduciarios hacia las partes interesadas de la empresa. Su aplicación requiere la referencia a alguna teoría moral (Kantiana, utilitarismo, teorías de la justicia, etc.)	Freeman (1984, 1994), Evan y Freeman (1988), Donaldson y Preston (1995), Freeman y Phillips (2002), Phillips et al (2003)
	Derechos universales	Marcos teóricos basados en los derechos humanos, derechos del trabajo y respeto al medio ambiente.	The Global Sullivan Principles (1999), UN Global Compact (1999)
	Desarrollo sustentable	Dirigidas a lograr el desarrollo humano teniendo en cuenta el presente y las generaciones futuras.	Informe Brutland (1987), Gladwin y Kennelly (1995)
	Bien común	Orientadas hacia el bien común de la sociedad.	Alford y Naughton (2002), Melé (2002), Kaku (1997)

Tabla 1: Teorías de Responsabilidad Social Corporativa.
Basado en Garriga y Melé (63-64)

Categoría	Descripción	Tipos de teorías	Principales exponentes
Utilitarias	La empresa es considerada una parte del sistema económico y su mayor preocupación es la maximización de utilidades.	Gasto o costo social	Clark (1916), Pigou (1920), Coase (1960)
		Funcionalismo	Levitt (1958), Friedman (1970), Porter & Kramer (2002)
Directivas	Surge desde el interior de la empresa un interés por la responsabilidad social y su impacto en la toma de decisiones de la	Desempeño social corporativo	Carroll (1979) & (1993), Wartick & Cochran (1985), Wood (1991), Burke & Logsdon (1996), Vogel (2005)

Relacionales	La relación entre la organización y el exterior están en el centro del análisis de este tipo de teorías	Rendición de cuentas, auditoría, reportes	Ackerman (1973), Bauer & Fenn (1973), Frederick (1978)
		Responsabilidad social de las multinacionales	Donaldson (1989), De George (2000), Welford (2002), Sethi (2002)
		Negocios y sociedad	McGuire (1963) & (1964), Davis y Blomstrom (1966)
		<i>Stakeholders</i>	Freeman (1984), Freeman & Lieta (1991), Donaldson & Preston (1995)
		Ciudadanía corporativa global	Clark (1957), Matten et al (2003)
		Contrato social	Donaldson (1989), Donaldson & Dunfee (1999) & (2000), Frederick & Wasieleski (2002)

Tabla 2: Clases de teorías de responsabilidad social.
Basado en Secchi (347 – 373)

Estos cuadros demuestran las visiones distintas con las que los investigadores han enfocado el estudio de la responsabilidad social, sobre todo en los cortes temporales que utilizan (Garriga y Melé no incluyen los orígenes de la teoría) y en las categorías para clasificarlos (Secchi plantea una clasificación más amplia y sencilla basada en la relación de la empresa con la sociedad). Pero lo que estos cuadros e investigaciones nos demuestran, es sobre todo que el estudio de la responsabilidad social ha pasado de la consideración única de los aspectos propios de la organización y su interés exclusivo en la maximización de las utilidades de los accionistas a un enfoque en el que la empresa reconoce como obligación el hacerse responsable por los efectos e impactos que causa a quienes se relacionan con ella.

Argandoña, realiza un análisis del concepto en función de las características de la empresa de la que se hable:

Modelos de empresa	Aspectos distintivos	Formas de Expresión de la Responsabilidad Social
--------------------	----------------------	--

Mecanicistas	- Existencia de un único criterio para ordenar las preferencias de los sujetos: máxima satisfacción en las decisiones, valoradas en función de su utilidad. - Presencia de motivación extrínseca que condiciona las preferencias en función de las respuestas del entorno a sus acciones.	- Maximización de la eficiencia y el beneficio. - Adquisición de ventajas competitivas. - Marketing con causa.
Psico-sociológicos	- Satisfacción con la utilidad de la acción realizada, y a su vez con los efectos que dichas acciones tienen sobre quienes las ejecutan. - Por lo tanto, presencia de una doble motivación: extrínseca e intrínseca, generada por el interés del individuo en lo que hace.	- Filantropía o acción social. - Voluntariado. - Políticas de buen ciudadano o ciudadano corporativo.
Antropológicos	- Desarrollo de la capacidad de los agentes para evaluar los efectos de sus decisiones sobre ellos mismos y sobre los demás. - La motivación es de carácter trascendente, relacionado con sacrificar resultados a corto plazo para crear condiciones que permitan en el largo plazo la toma de mejores decisiones.	- Ética de las virtudes. - Desarrollo sustentable.

Tabla 3: Concepto de responsabilidad social según la empresa.
Fuente: Argandoña (11-24)

Según el autor, las empresas que en realidad realizan acciones de responsabilidad social se enmarcan en un modelo de empresa antropológico y sus actividades son realizadas de manera voluntaria sin requerir de incentivos o motivaciones externas.

De la misma forma, Argandoña expresa que las acciones que son rentables para la imagen de la empresa como la filantropía o el marketing con causa, no guardan relación con el concepto de responsabilidad social sino se orientan más bien a hacer sentir bien a las personas que las realizan y se enmarcarían en modelos psico-sociológicos de empresas. De igual forma, podemos encontrar esta idea en las aseveraciones de Porter & Kramer, quienes expresan que:

Gran parte de los programas de contribución empresarial es difusa y carece de orientación. Muchos consisten en numerosas donaciones de pequeñas cantidades entregadas para apoyar causas cívicas locales o suministrar apoyo operativo general a universidades y fundaciones benéficas con la esperanza de generar

buenas relaciones entre los empleados, clientes y la comunidad local. (Porter & Kramer, 8).

Para terminar esta revisión teórica, podemos nombrar a Valor & Rúa (Valor & Rúa, 165) quienes sustentan que los ejes alrededor de los cuales debe girar la nueva actitud de la organización hacia su entorno social, relacionada con la responsabilidad social y que son fundamentalmente tres:

1. Facilitar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones organizacionales que los afectan.
2. Detección y satisfacción de aquellas preocupaciones sociales relacionadas con la actividad de la organización.
3. Recabar la evaluación de las partes interesadas, respecto del desempeño organizacional en las distintas dimensiones de la responsabilidad social como parte de su rendición de cuentas.

De esta forma podemos concluir que las actividades puramente filantrópicas no pueden ni deben considerarse dentro de los intentos de responsabilidad social y que podrían únicamente enmarcarse dentro de un modelo más amplio que considere los aspectos que Valor & Rúa nos presentan.

4. Iniciativas y normas establecidas para la promoción de la Responsabilidad Social.

En la actualidad podemos encontrar a nivel mundial iniciativas propuestas por diversas organizaciones internacionales que permiten identificar variables sobre las cuales trabajar en cada empresa en el ámbito de responsabilidad social, lo cual ha

facilitado la puesta en práctica de las diversas teorías que encontramos y además dando luces para el control de los modelos creados para la gestión organizacional.

A pesar de que estos modelos van cobrando fuerza, aún su adopción es voluntaria y no imponible de manera legal, así que la exigencia de su aplicación, transparentación y rendición de cuentas es responsabilidad de quiénes componen la organización, de sus *stakeholders*.

Entre estas iniciativas encontramos:

1. Global Reporting Initiative (GRI)

Dentro de los estándares y sistemas de medición del comportamiento socialmente responsable creados hasta la fecha, el Global Reporting Initiative es uno de los más utilizados para confeccionar memorias de sustentabilidad y “se ha transformado en una guía global para la confección de reportes de sustentabilidad sobre las actividades, productos o servicios de las compañías en su dimensión económica, ambiental y social”. (Arroyo & Suárez, 88)

El GRI fue creado debido a la presión de grupos de interés que solicitaban estándares adecuados que entreguen contenidos básicos que puedan ser comparados y posteriormente reportados para realizar una rendición de cuentas de las áreas: económica, social y medioambiental, principalmente. Sus inicios se ubican en los trabajos de consultas para la elaboración de una guía desarrollados por la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) junto con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y como dice Morrós y Vidal (177), el principal propósito de la Guía es la elaboración de memorias de sustentabilidad, caracterizándose por los siguientes aspectos:

- Ofrece una visión clara del impacto humano y ecológico de la empresa que orienta las decisiones sobre inversiones, compras y alianzas.
- Proporciona datos fiables a los *stakeholders* para retroalimentar sus necesidades e intereses, promoviendo el diálogo y la investigación.
- Ayuda a las organizaciones a evaluar a mejorar constantemente sus acciones y progresos.
- Presenta la información en un formato de fácil comprensión y comparación con las memorias de sustentabilidad de otras organizaciones.
- Muestran la relación de los aspectos económico, social y medioambiental que se incluyen dentro del amplio concepto de la sostenibilidad.

2. Pacto Mundial (Global Compact)

Otra opción encontrada para cumplir con los procesos de rendición de cuentas y auditoría social es el Pacto Mundial (Global Compact) de las Naciones Unidas, creado en el año 1999.

Esta iniciativa se dirige a todo tipo de organizaciones, pero sobre todo a las empresas e instituciones de carácter no gubernamental con el fin de construir un mercado más justo, equitativo y con cabida para todos. Está basado en Declaraciones y Convenciones Universales y propone diez principios distribuidos en cuatro grandes áreas: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y corrupción.

- Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

- Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo.
- Principio 7: Las empresas deberán mantener en enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

3. El libro verde

En el año 2001, la Comisión de las comunidades europeas, estableció un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, señalando el valor económico directo que ésta representa en el actual entorno globalizado.

Esta iniciativa plantea que la responsabilidad social no es exclusivamente el respeto a la normativa legal vigente, sino que implica un esfuerzo mayor que invierta en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

El libro verde está diseñado con dos orientaciones: una interna y otra externa. La orientación interna se dirige al bienestar del talento humano de la empresa, velar por su

salud, seguridad, capacitación y gestionar el cambio y los recursos naturales. La dimensión externa se relaciona con la forma como las empresas se relacionan con los actores externos vinculados a su actuación como los proveedores, consumidores, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, etc.

4. Las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, creadas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), establece 11 normas de carácter voluntario dirigidas a fomentar el respeto a los derechos humanos, contribuir al progreso económico, social y medioambiental con miras a lograr un desarrollo sostenible, generación de capacidades locales mediante la cooperación de la empresa hacia la comunidad, fomento de la formación del capital humano, promoción del conocimiento de las políticas empresariales por parte de los trabajadores, difusión y motivación entre los proveedores y subcontratistas de la empresa para que apliquen las líneas directrices de la OCDE.

Al igual que el Pacto Mundial, éstas directrices se basan en acuerdos y declaraciones internacionales reconocidas y respetadas a nivel mundial como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) o la Declaración sobre medio ambiente y desarrollo de Río de Janeiro.

A pesar de que éste documento se realizó pensando en empresas multinacionales, sus principios pueden ser aplicados a empresas locales y también a pequeñas y medianas empresas, por lo cual se considera que es una propuesta de fácil adaptación.

Entre los instrumentos existentes para la promoción del compromiso voluntario con el mantenimiento de los estándares sociales y del medio ambiente, las

Directrices... son consideradas uno de los más relevantes. Esto se debe fundamentalmente a que este instrumento está dotado de un mecanismo de reclamos –los llamados puntos nacionales de contacto [PNC]- y a que los gobiernos de los países firmantes se comprometen a promover el cumplimiento de estos principios. (Orsatti, 5)

5. La Norma SA 8000

Otra de las normas propuestas en el ámbito de responsabilidad social es la Norma SA 8000 (Social Accountability) creada en el año 1997 por la Social Accountability International (SAI) y se centra en lineamientos en las siguientes áreas: trabajo infantil, trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión de la responsabilidad social.

Ésta es una norma uniforme y auditable ya que se aplica por actores ajenos a la empresa y proporciona una certificación por tres años. Ésta norma está basada en que la empresa debe cumplir con la legislación nacional y cualquier otro derecho aplicable, además de respetarse instrumentos y acuerdos internacionales como:

- Convenios de la OIT 29 y 105 (trabajos forzados y esclavitud)
- Convenio 87 de la OIT (Libertad de asociación)
- Convenio 98 de la OIT (Derecho de negociación colectiva)
- Convenios 100 y 111 de la OIT (igualdad de remuneración para hombres y mujeres que realizan trabajos de igual valor. Discriminación)
- Convenio 135 OIT (Convenio sobre representantes de los trabajadores)

- Convenio 138 y Recomendación 146 de la OIT (edad mínima y recomendación)
- Convenio 155 y Recomendación 164 de la OIT (Seguridad y salud en el trabajo)
- Convenio 159 de la OIT (Rehabilitación vocacional y empleo / personas discapacitadas)
- Convenio 177 de la OIT (Trabajo doméstico)
- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- Convenio de las Naciones Unidas sobre los derechos de los niños

6. La Norma SGE 21:2005

La propuesta realizada por el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (FORETICA) corresponde al Sistema Europeo de la Gestión Ética y Socialmente Responsable y trata de responder a la creciente demanda de organizaciones y empresas que desean incorporar valores y principios a su gestión organizacional con el fin de hacerla más sustentable.

Permite a las empresas alcanzar una certificación voluntaria en responsabilidad social y consta de nueve áreas de gestión, para las cuales se han establecido valores éticos cuya aplicación es evaluable objetivamente a través de una agencia. Las áreas que componen esta norma son: Alta Dirección, Clientes, Proveedores y Subcontratistas, Recursos Humanos, Entorno Social, Entorno Ambiental, Inversores, Competencia y Administración Competentes.

7.- ISO 26000

La ISO 26000 es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social Establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO). Fue elaborada por un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT). Fue publicada en noviembre de 2010.

El objetivo que se plantea es el de:

- Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los accionistas y grupos de interés, incluyendo a los gestores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.
- Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.
- Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

- Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.

- Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los accionistas y grupos de interés (incluyendo a los gestores);
- Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de *stakeholders*;
- Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes. (ISO 26000:2010 Traducción oficial)

5. Conclusiones

A pesar de todas las revisiones sobre la expresión, a este punto aún es difícil asegurar un término de Responsabilidad Social. Existe mucha información, publicaciones, normas y documentos que hablan sobre qué es y cómo aplicarlo, sin embargo algunas son incluso contradictorias y de esta forma no aportan para llegar a una conclusión.

Sin embargo lo que se encuentra de común entre muchas de éstas propuestas es que están inicialmente basadas en el cumplimiento de mínimos básicos definidos en documentos como Convenciones de la OIT, Declaraciones de Derechos Humanos, etc., y que van más allá de la filantropía que muchas empresas señalaban como su aporte a la comunidad.

Podemos ver la evolución que la orientación del término ha tenido, pasando de un enfoque instrumental que únicamente se basaba en la maximización de los resultados

para los accionistas a una propuesta ética en la cual todos los actores de la compañía están involucrados en la persecución de una misión con valores de responsabilidad social.

Dentro de la responsabilidad social también tenemos que estar claros en sus ámbitos de aplicación, los mismos que dentro de una empresa son internos y externos.

Internamente se habla por lo general de buen trato al talento humano de la empresa o institución, condiciones justas de trabajo y remuneraciones; aseguramiento de condiciones óptimas y seguras para el trabajo y no discriminación. En el ámbito externo podemos hablar de varios aspectos que incluyen también a actores externos a las corporaciones que de una u otra forma se ven influenciados por su actuación.

La revisión de los distintos modelos e intentos de estandarización, demuestran también la necesidad creciente de las empresas de medir su desempeño en responsabilidad social, para de esta forma poder mejorar sus resultados y mostrar los mismos a la sociedad en la cual se encuentra y que cada día está más pendiente de las actuaciones de los distintos grupos sociales.

Sin duda los intentos cada vez más insistentes de lograr un acuerdo en torno a lo que se considera responsabilidad social están dando sus frutos y cada vez nos acercamos más a una realidad de fácil aplicación y estandarización que sin duda hará que muchas más empresas e instituciones se pongan en marcha con estos procesos y que en unos años nos encontremos que son pocas las empresas y organizaciones que están fuera de esta línea.

CAPÍTULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

1. Introducción

En la Conferencia Mundial de Educación Superior celebrada en París en 2009 representantes de la UNESCO hablaban sobre las nuevas responsabilidades vertidas sobre la universidad:

La sociedad ha conferido a sus instituciones educativas más responsabilidad que nunca antes y las expectativas son altas. Ahora esperamos que el sistema educativo no solo capacite a nuestros niños y jóvenes, sino además que nos libre de la pobreza y nos ponga en el camino de la paz y el desarrollo sostenible. ¿Podrán nuestras instituciones de enseñanza superior cumplir con sus crecientes responsabilidades en el ámbito del desarrollo socioeconómico? ¿Cómo podremos garantizar que todos los países, lo mismo del Norte que del Sur, estén en condiciones de cumplirlas? (García, 21)

Y en realidad estos son cuestionamientos totalmente válidos. Afrontar la responsabilidad que se le presenta a la universidad en la actualidad es un reto que nunca antes había sido más necesario. La sociedad ha llegado a un punto de quiebre; el sistema actual, en el cual las universidades han sido concebidas como espacios para dotar a un grupo reducido y élite de los mejores conocimientos y que se ha vinculado con la sociedad que la acoge únicamente a través de actos filantrópicos, debe iniciar un proceso de cambio para convertirse en un espacio dinámico en el cual se maximicen los efectos de una propuesta concreta de responsabilidad social, además de ser el lugar

donde, a través de procesos de cátedra, investigación y extensión universitaria, se creen los nuevos conocimientos y prácticas que podrán lograr una sociedad más justa y sostenible.

2. El contexto universitario como ámbito de aplicación de la Responsabilidad Social.

En la sociedad actual, con un sistema mayormente capitalista y globalizado en el cual se encuentra cada vez más desigualdad, pobreza y marginación, es urgente encontrar una organización que aporte positivamente para reducir y cambiar esta situación.

La universidad representa un núcleo muy importante de esta sociedad, además de contar con los elementos necesarios para ser una gran fuerza de cambio: docentes-investigadores y estudiantes en proceso de formación, además de un número grande de personal no docente que se alinea con la misión institucional. Esta estructura nos lleva a considerar la capacidad de cambio que se alberga en estos centros y que en la actualidad no está aún correctamente canalizada.

Es por esto que a la luz de los acontecimientos actuales, urge a las instituciones de educación superior iniciar espacios de reflexión y acción que vuelvan a encaminar a la universidad a su misión de satisfacer las necesidades de la sociedad, pero esta vez, recordando que el modelo actual es insostenible a largo plazo y que tales necesidades han cambiado y deben superarse.

3. Modelos de análisis de la Responsabilidad Social Universitaria

Dentro de la literatura, se encuentran diversos enfoques para analizar la responsabilidad social universitaria, los mismos que difieren en su orientación y énfasis

en ciertas áreas. En general se pueden apreciar tres enfoques o perspectivas: gerencial o directiva, transformacional y normativa

	Descripción		Algunos Exponentes	Objetivo principal
Gerencial o directiva	Estas posturas se preocupan por analizar el impacto del quehacer universitario en la sociedad, sobretodo mediante la rendición de cuentas de sus acciones y decisiones hacia sus <i>stakeholders</i> .		Asociación europea de universidades	Mayor interacción y participación de las partes interesadas en la gestión de las universidades.
			Informe Bricall (2000)	Rendición de cuentas a la sociedad.
			Vallaey et al. (2009)	Gestión responsable de los impactos de la universidad.
Transformacional	Se orientan a revisar la contribución del quehacer universitario al necesario debate y reflexión para alcanzar una sociedad más sustentable y justa.	Formación	Aprendizaje, servicio.	Formación de ciudadanos responsables, transformación social.
		Investigación	UNESCO (1998,2009)	Responsabilidad de la universidad en la producción del conocimiento científico demandado socialmente.
			Gibbons et al. (1997)	Enfatiza la incorporación de múltiples actores al proceso, y una conciencia social de los problemas a investigar.
		Liderazgo Social.	Kliksberg (2009)	Liderazgo ético de la universidad, participación en el debate de temas sociales.
			Chomsky (2002)	Rol reflexivo, crítico y propositivo sobre la sociedad.
		Compromiso y Acción Social.	Cooperación universitaria al desarrollo.	Transferir capacidades y conocimientos a países en vías de desarrollo.
			Multiversidad.	Respuestas académicas a las crecientes expectativas sociales sobre su quehacer.

Normativa	Desarrollo de marcos valóricos desde la universidad como un eje normativo para hacer lo correcto en la vida en sociedad, mediante el establecimiento de redes universitarias nacionales o globales en torno a la responsabilidad social.	Corporación Participa (2001)	Transmisión de valores universitarios a la sociedad.
		Global Compact PRME.	Principios responsables globales.
		Declaración de Talloires. (2005)	Fortalecimiento de las responsabilidades sociales y cívicas de la educación superior.

Tabla 4: Enfoques sobre la responsabilidad social universitaria.

Fuente: Gaete (113)

A pesar de esta clasificación, el análisis de los distintos enfoque nos permiten afirmar que, debido a las generalidades de cada institución de educación superior, los modelos logrados por cada una de ellas será distinto, pudiendo incluso integrar varios enfoques en un solo modelo con el fin de cubrir sus necesidades y expectativas.

3.1.Perspectivas gerenciales

El elemento central de estos enfoques es la rendición de cuentas a las partes interesadas en el quehacer de la universidad. Es por esto que se basan en identificar los *stakeholders* a los cuales se les debe rendir cuentas como contrapartida de la autonomía que la sociedad otorga a las universidades. El proceso a seguir inicia con la creación de indicadores para cuantificar el impacto de las acciones realizadas en el proceso de responsabilidad social universitaria, para luego difundirlos interna y externamente con el propósito de transparentar la información de la institución.

3.1.1.- La Asociación Europea de Universidades.

De acuerdo con Reichert & Tauch (2003) la responsabilidad social en el ámbito europeo se inserta como un dispositivo que permite a la sociedad influir en la universidad, a través del aumento de la rendición de cuentas y evaluaciones externas de

la calidad con el fin de equilibrar de cierta manera la autonomía concedida a estas instituciones. Sin embargo, estos autores consideran que ésta rendición de cuentas debe expresarse como un constante diálogo y negociación entre las universidades y los miembros de la sociedad, más que un proceso técnico de rendición de cuentas a través de indicadores.

De esta manera, la Asociación Europea de Universidades se enfoca en el concepto de *stakeholders* o partes interesadas, los mismos que aumentan su participación en las decisiones universitarias y por ende en la marcha de estas instituciones en la actualidad. Esta situación es analizada especialmente por la Comisión Europea y nos muestra que el interés de dicho sector está centrado en esta interacción sociedad-universidad.

3.1.2.- El informe Bricall.

Otro enfoque europeo, especialmente de España, es el Informe Bricall que relaciona la responsabilidad social universitaria con una correcta utilización de su autonomía (autonomía de la institución, no de los miembros de la misma), ya que dentro de la concepción arraigada en las universidades europeas se encuentra el concepto de la libertad de cátedra para sus profesores, sin ningún tipo de presión de carácter político.

Parra Luna (2003) advierte que las universidades públicas y privadas deben realizar un proceso de rendición de cuentas que demuestre su eficiencia y el buen uso que han hecho de su autonomía, especialmente hacia quienes han financiado su funcionamiento (la sociedad en el caso de las instituciones públicas y los accionistas en caso de las privadas). El autor propone medir la eficiencia y calidad en las áreas de: salud, riqueza material, seguridad, conocimiento, libertad, justicia distributiva, conservación de la naturaleza, calidad de las actividades y prestigio.

3.1.3.- Los impactos del quehacer universitario.

Vallaey et al (2009) define a la responsabilidad social universitaria en función de los impactos que la institución genera, con cuatro tipos de impactos:

- Impactos organizacionales: considerados dentro de la misma institución con respecto a personal y estudiantes y fuera con lo relativo a la contaminación ambiental.
- Impactos educativos: que plantea el tipo de personas, ciudadanos y profesionales que la universidad está formando.
- Impactos cognitivos: trata sobre la clase de conocimientos que la universidad produce.
- Impactos sociales: impulso al desarrollo social a través de apoyos para responder a sus problemáticas fundamentales, creación de capital social y difusión del conocimiento.

Así como enfoques anteriores, Vallaey et al hacen referencia a los *stakeholders* y los ubica como factor importante en el análisis de los impactos del quehacer universitario. Estas partes interesadas están conformadas, según los autores, por: personal no docente, personal docente-investigador, autoridades universitarias, estudiantes, proveedores, egresados, empleadores, competidores, comunidades locales, organizaciones socias y el Estado.

Por último, dentro de su propuesta, se identifican 4 ejes de la responsabilidad social universitaria: campus responsable, formación profesional y ciudadana, gestión social del conocimiento y participación social.

3.2.Perspectiva transformacional

Este enfoque encarga a la universidad, a través de sus procesos de responsabilidad social, la tarea de liderar los aportes y reflexiones que permitan crear una mejor sociedad, más justa, equitativa y enfocada en el desarrollo sustentable, considerando que esta institución es capaz de mostrar las mejores formas de construir una mejor sociedad.

Enfoca su propuesta en el poder de la universidad para ser propositiva en cuanto a la solución de problemáticas y necesidades sociales, así como a la creación de vías para lograr un desarrollo más sustentable en el futuro.

Las iniciativas que se encuentran dentro de esta perspectiva pueden agruparse en cuatro ámbitos que son: formación, investigación, liderazgo social y compromiso social.

3.2.1.- Formación.

Una de las manifestaciones más directamente relacionadas con el quehacer de la universidad es la formación de sus estudiantes, por lo que los enfoques que vinculen este deber universitario con la responsabilidad social permiten que la universidad cumpla con su aporte a la sociedad, a la vez que cumple con su misión institucional.

Varios autores (Gronski & Pigg, 2000; Hervani & Helms, 2004; Boyle, 2007; Martínez, 2008; Naval, 2008; Nieves, 2008; Newman, 2008) destacan que los procesos de formación con la modalidad aprendizaje servicio favorecen directamente al estudiante al involucrarlo como ciudadano responsable en la realidad social, a la vez que permiten el desarrollo del medio en el que se insertan, lográndose así un beneficio mutuo, lo cual va más allá de la simple adquisición de competencias profesionales para su futura participación laboral.

Según Nieves (2008), las actuales universidades se desenvuelven a través de tres diferentes modelos:

- Tradicional: cuyo propósito principal es la producción y transmisión de ciencia pura, exenta de intereses y neutral, en la cual el conocimiento no está vinculado al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.
- Mercantilizado: este modelo se debe a la necesidad de autofinanciamiento de la universidad, la misma que busca satisfacer las necesidades del mercado de procesos de producción y difusión del conocimiento y relega a la docencia en beneficio de la investigación, a la extensión universitaria y a la vinculación con la colectividad a un segundo plano.
- Integrado: este modelo busca la integración de las misiones universitarias como docencia, investigación y extensión a través de un modelo donde se vinculen el aprendizaje y la excelencia académica con el compromiso y la responsabilidad social. Este modelo pretende que estudiantes, docentes y todo el personal universitario cumplan la misión de la universidad a través de iniciativas sociales que les permitan sentirse integrados con la comunidad donde se encuentra instalada.

De esta manera, el modelo universitario integrado se vuelve una buena alternativa para la implantación de la responsabilidad social, ya que permite el desarrollo de valores relacionados con ésta temática, siempre dentro de un contexto académico y diferenciándolo de una simple prestación de servicios voluntarios.

De esta forma, el aprendizaje servicio puede ser definido como:

Propuestas de trabajo cooperativo y/o colaborativo que, utilizando el lenguaje y los conocimientos de las disciplinas que conforman el plan docente de una titulación, desarrollan en el estudiante competencias orientadas a una mejor comprensión de la realidad social, económica, medioambiental, mediática, cultural y personal que afectan a los miembros de una comunidad, con voluntad de transformación social y contribuyendo a incrementar el bienestar de las personas y el nivel de inclusión social. (Martínez, 2008:21)

Al hablar de los procesos de aprendizaje servicio, Nieves (2008) distingue tres rasgos fundamentales:

- El protagonismo estudiantil en todo el proceso
- Actividades desarrolladas en pos de la transformación social tomando como apoyo también a las personas de la comunidad.
- La vinculación que tienen las prácticas sociales con los contenidos curriculares.

Con estas características podemos decir que los procesos de aprendizaje servicio permiten crear espacios para la formación en valores, desarrollo de competencias y el aprender a aprender, además de ser una innovación docente que permite que los estudiantes construyan su aprendizaje a través de situaciones reales de aplicación de sus conocimientos.

3.2.2.- Investigación

3.2.2.1.- Los planteamientos de la UNESCO

Pensando en los cambios sociales que ha experimentado el mundo en los últimos tiempos a través de procesos como la globalización y los consecuentes cambios económicos y tecnológicos que esto conlleva, la UNESCO habla del papel importante de las universidades en la producción y difusión del conocimiento, razón por la cual “desde la perspectiva de la comunidad universitaria estas tendencias le asignan una responsabilidad cada vez mayor en materia de formación, investigación y asesoría y servicios de orientación, transferencia de tecnología y educación permanente”. (UNESCO, 3)

Este aporte que las universidades deben dar a la sociedad en materia de investigación debe iniciar con el análisis del concepto de responsabilidad social aplicado a las personas y organizaciones, con la finalidad de lograr un mayor grado de vinculación de los miembros universitarios hacia el desarrollo social y económico de los países que acogen a las universidades.

La UNESCO identifica además a la libertad académica y la autonomía como factores clave para las universidades, entendiendo a la libertad académica como la no restricción en cuanto al desarrollo y generación del conocimiento dentro de las instituciones de educación superior y autonomía a la necesidad que deben poseer las universidades de auto-gobernarse institucionalmente. Sin embargo, esta autonomía debe entenderse dentro de un marco de rendición de cuentas constante hacia la sociedad y sobre todo hacia aquellos actores sociales que están más estrechamente vinculados con la institución.

Luego de una década de sus primeros planteamientos, la UNESCO (2009) en una Conferencia Mundial sobre Educación Superior, plantea que la responsabilidad social de las instituciones de educación superior radica en trabajar

para que la sociedad comprenda los problemas que la afectan y las repercusiones que éstos tienen en ámbitos sociales, económicos, científicos y culturales; señala además que las universidades deben asumir el liderazgo en la creación de conocimientos que favorezcan el fortalecimiento de aspectos interdisciplinarios y promuevan el pensamiento crítico y la ciudadanía activa.

3.2.2.2.- La nueva producción de conocimiento científico: el modo 2.

Ya que la investigación es otra línea fundamental del quehacer universitario, Gibbons et al señalan una nueva forma de generar conocimiento científico, paralela a la forma tradicional, denominada “modo 2” que según los autores “supone una estrecha interacción entre muchos actores a través de los procesos de producción del conocimiento, lo que significa que esa producción del conocimiento adquiere cada vez una mayor responsabilidad social”. (Gibbons et al, 8)

Estos autores señalan varias características de esta nueva forma de investigar y producir conocimiento socialmente comprometido:

- Conocimiento producido en el contexto de aplicación: se centra en que sea un conocimiento realmente útil para un sector o grupo concreto, distribuyendo el conocimiento entre todas las áreas de la sociedad.
- Transdisciplinariedad: se refiere a que el conocimiento no se plantee únicamente desde un área específica sino que involucre a más actores con el fin de integrar diferentes habilidades, teorías y métodos que permitan dar una solución transdisciplinar a los problemas que aquejan a la sociedad.

- Heterogeneidad y diversidad organizativa: estas investigaciones utilizarán las habilidades y experiencias aportadas por cada uno de los diversos miembros del equipo investigador, además de referirse a que pueden formar parte distintas instituciones a través de redes de trabajo.
- Responsabilidad y reflexividad social: sin duda una de las características más importantes contempla la conciencia social que debe enmarcar a estas investigaciones, así como a la difusión de sus resultados, tratando de impactar de manera positiva a la sociedad.
- Control de calidad: se plantea una evaluación de la calidad de la investigación compuesta y multidimensional que, a más de la revisión por pares de las investigaciones tradicionales, conste con valoraciones de los actores sociales, económicos, políticos, religiosos, medio ambientales, etc.

3.2.3.- Liderazgo social de la universidad.

3.2.3.1.- El liderazgo ético de la universidad.

Bernardo Kliksberg (2009) plantea la necesidad de que la universidad asuma un liderazgo ético frente a la actual problemática social y expresa políticas concretas que las instituciones de educación superior deben tomar en cuenta:

- Formación ética de los estudiantes universitarios.
- Prioridad de investigaciones con temáticas que solventen necesidades apremiantes de la sociedad.
- Creación de espacios para debate de temas sociales y participación activa de la universidad en dichos espacios.

- Proyección de la labor educativa más allá de los estudiantes, en especial hacia los más desfavorecidos.
- Promover el voluntariado entre sus estudiantes.

De esta forma, los planteamientos de Kliksberg muestran la necesidad de que los esfuerzos universitarios vayan más allá de las simples leyes y normativas vigentes y que se demuestre un fuerte compromiso ético con la sociedad a través de acciones que tengan como beneficiarios a todos los miembros de la sociedad.

3.2.3.2.- El rol reivindicativo de la universidad.

Noam Chomsky (2002) plantea una postura más crítica de la situación de las universidades en la actualidad al describir el grave contexto de la sociedad en la cual están inscritas y analizar que en los últimos años se ha visto un progresivo dominio de las instituciones financieras sobre las sociedades y un debilitamiento de otras organizaciones mundiales de control.

Frente a esta realidad y sumado a que cada vez el Estado aporta menos financiamiento a la economía universitaria, las instituciones de educación superior se ven obligadas a buscar nuevas fuentes de financiamiento que garanticen su funcionamiento, por lo que dependen de un sistema político y económico que rige la actualidad financiera de sus patrocinadores. Consecuentemente, Chomsky plantea que esta situación pondría en peligro el adecuado desarrollo de un comportamiento socialmente responsable por parte de las universidades, debido a que dependerían de la obtención de recursos económicos de fuentes externas para poder funcionar, despreocupándose por cumplir eficientemente con un rol más

crítico y propositivo para mejorar las falencias del actual sistema y preocupándose por no afectar los intereses de las entidades de las cuales reciben contribuciones.

Así, la universidad se enfrenta al dilema de desarrollar sus actividades bajo criterios de “mercantilización de la educación superior” que le permitan asegurar su autofinanciamiento o aplicar valores y principios que le permitan alcanzar un comportamiento socialmente responsable que aporte a la solución de los problemas sociales.

3.2.4.- Compromiso social.

3.2.4.1.- Cooperación universitaria al desarrollo.

Las universidades, en sus procesos de internacionalización, realizan diversas actividades de cooperación como programas de becas y movilidad para alumnos y profesores, redes de investigación o acceso a documentación, etc., los mismos que según Sebastián deben estar enmarcados en una estrategia internacional que considere a este ámbito como “un espacio para expresar su responsabilidad social, proyectar y transferir las capacidades y conocimientos de la universidad y obtener diferentes tipos de retornos, incluyendo los financieros” (Sebastián, 134).

Dentro de este planteamiento, le corresponde a la universidad trabajar en proyectos y programas concretos para apoyar a personas de lugares más necesitados a través de procesos de cooperación con otras universidades con más necesidades, a través de formación al profesorado, apoyo a la gestión, sistemas bibliotecarios, etc.

Otra forma de realizar esta cooperación puede ser a través del apoyo a ONG's, empresas, instituciones del estado, etc. que puedan sumar esfuerzos a la consecución de iniciativas de cooperación y que a su vez ayuden a la universidad a cumplir con su misión institucional evitando así que éstas instituciones sean consideradas únicamente como fábricas de profesionales o comerciantes de conocimiento.

Finalmente, Unceta (2007) considera que las universidades deben considerar en sus estrategias de cooperación al desarrollo la promoción de valores solidarios a través de la incorporación en sus programas docentes e investigativos temas como equidad, desarrollo humano y sostenibilidad; promoción del voluntariado mediante espacios de debate y sensibilización; y la participación de los miembros universitarios en programas y proyectos de cooperación al desarrollo.

3.2.4.2.- Multiversidad.

El concepto de Multiversidad fue creado por Bok (1982) al exponer que la misión de las universidades norteamericanas debía responder cada vez más a las expectativas de diferentes grupos sociales que en el pasado no se interesaban por su quehacer, grupos como: padres de familia, estudiantes, Gobierno, ejecutivos de empresas, fundaciones entre otros, cada uno de los cuales planteaba intereses diferentes en cuanto al trabajo realizado.

Sin embargo, los grupos sociales antes citados podrían encontrar respuesta a sus exigencias en otros lugares de formación como escuelas de negocios, institutos profesionales, empresas consultoras, etc., pero sin encontrar en estos un aspecto muy

relevante que le pertenece a la universidad: la investigación y el desarrollo de nuevo conocimiento.

Es de esta forma que los principales beneficiados con esta actividad exclusiva de las instituciones de educación superior son los estudiantes, los mismos que pueden aprender trabajando directamente en las investigaciones de sus profesores y en la producción de nuevos conocimientos.

Así, según Bok, las respuestas académicas que la universidad debe proporcionar se concentran en cinco aspectos:

- Acceso a la universidad y a la problemática de desigualdad racial.
- Desarrollo moral de los estudiantes.
- La ciencia académica y la búsqueda de innovación tecnológica.
- Las responsabilidades sociales de la investigación.
- Cooperación técnica internacional. (20)

3.3.Perspectiva normativa

Las teorías normativas de la responsabilidad social universitaria plantean la aplicación de valores y principios desarrollados en la universidad y aplicados a la sociedad, compartiendo de esta forma la universidad una parte importante de su cultura con el entorno local más inmediato.

La expresión de este tipo de enfoques se manifiesta en la creación de redes colaborativas de universidades tanto nacionales como internacionales y formas de normalización de la ética de las instituciones a través de códigos de ética y de conducta.

3.3.1.- La Corporación Participa

En el ámbito latinoamericano, la Corporación Participa en Chile constituye un consorcio de universidades denominado “Universidad Construye País” define a la responsabilidad social universitaria como:

La capacidad que tiene la Universidad como institución de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos por medio de los procesos claves de gestión, docencia, investigación y extensión, respondiendo socialmente así ante la propia comunidad universitaria y el país en que está inserta. (11)

Las universidades que se encuentren en este movimiento son responsables de poner en práctica los valores y principios propuestos, los mismos que se dividen en dos subgrupos:

- Principios y valores de la vida universitaria que se proyectan a la vida en sociedad: dignidad de la persona; libertad; ciudadanía, democracia y participación; sociabilidad y solidaridad para la convivencia; bien común y equidad social; desarrollo sostenible y medio ambiente; aceptación y aprecio a la diversidad.
- Principios y valores universitarios: compromiso con la verdad; integridad; excelencia; interdependencia; interdisciplinariedad.

Bajo este concepto, la responsabilidad social se convierte en un proceso de intercambio e interacción de los principios universitarios y sociales, los mismos que se funden y mezclan con la finalidad de encontrar una posterior retroalimentación y de esta forma fomentar los espacios de crecimiento para toda la colectividad.

3.3.2.- Los principios para una educación responsable en gestión (Global Compact)

Dentro del Pacto Mundial, la iniciativa de las Naciones Unidas para que las empresas y organizaciones orienten sus esfuerzos hacia la implementación de la responsabilidad social en su quehacer, se presentaron en la Cumbre de Líderes 2007 los Principios para la Educación Responsable en Gestión PRME (Principles of Responsible Management Education).

Éstos principios se establecen para las escuelas de negocios que forman a los futuros empresarios, gerentes y directivos de las organizaciones empresariales, por lo que se establece que la misión de estas escuelas es “formar las actividades y la conducta de los líderes empresariales por medio de la educación, la investigación, los programas de desarrollo gerencial, la formación empresarial y otras actividades, menos tangibles pero igualmente penetrantes, como divulgar y abogar por nuevos valores e ideas”. (Global Compact, 5)

La propuesta pretende impactar a través de pequeños cambios en los planes de estudios de sus programas académicos, incorporando temáticas como la ética, empresa y sociedad, gestión ambiental o emprendimiento social. Su estructura se halla en base a seis grandes principios que son:

- Principio #1. Propósito.- Desarrollaremos las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en su conjunto, y para trabajar por una economía global incluyente y sostenible.
- Principio #2. Valores.- Incorporaremos a nuestras actividades académicas y programas de estudio los valores de la responsabilidad social global, tal y como han sido descritos en iniciativas internacionales tales como el Global Compact de Naciones Unidas.

- Principio #3. Método.- Crearemos marcos educativos, materiales, procesos y entornos pedagógicos que hagan posible experiencias efectivas de aprendizaje para un liderazgo responsable.
- Principio #4. Investigación.- Nos comprometeremos con una investigación conceptual y empírica que permita mejorar nuestra comprensión acerca del papel, la dinámica y el impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico.
- Principio #5. Partenariado.- Interactuaremos con los gestores de las corporaciones empresariales para ampliar nuestro conocimiento de sus desafíos a la hora de cumplir con sus responsabilidades sociales y ambientales y para explorar conjuntamente los modos efectivos de enfrentar tales desafíos.
- Principio #6. Diálogo.- Facilitaremos y apoyaremos el diálogo y el debate entre educadores, empresas, el gobierno, consumidores, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y los demás grupos interesados, en temas críticos relacionados con la responsabilidad social global y la sostenibilidad. (Global Compact, 7)

3.3.3.- Declaración de Talloires.

Otra propuesta centrada en la promoción de valores humanos es la Declaración de Talloires, la misma que fue suscrita por 29 universidades en el año 2005 con el propósito de comprometerse con las responsabilidades sociales y cívicas de las instituciones de educación superior.

De esta forma, las universidades son las encargadas de promover los valores humanos universales tanto dentro como fuera de la comunidad académica a través de

sus procesos docentes y de investigación para fortalecer y participar en procesos democráticos así como en la atención de las necesidades de los grupos más vulnerables de la sociedad.

4. Conclusiones

Al igual que con el término de responsabilidad social empresarial o corporativa, la responsabilidad social universitaria ha pasado por una serie de autores y organizaciones que han tratado de adaptarla a sus situaciones y experiencia, por lo que no existe una sola teoría sobre este tema.

Se han encontrado, sin embargo, enfoques dentro de los cuales se pueden clasificar las distintas teorías: gerencial, transformacional y normativo, los cuáles nos dan una idea de lo que cada modelo enfoca.

Dentro del enfoque gerencial podemos apreciar que se trata de medir el impacto que la actuación universitaria tiene sobre la sociedad y crear medios para medir dicho impacto con el fin de informar a los *stakeholders* de la institución.

El enfoque transformacional se orienta a crear el debate necesario para reflexionar sobre la realidad social y los cambios que esta debe tener, todo esto desde diversas áreas como la formación, investigación, liderazgo, compromiso y acción social, con el fin de lograr estudiantes más críticos y comprometidos con el medio en el que se desarrollan.

Y por último el enfoque normativo que trata de establecer normas humanas que se proyecten desde la universidad hacia la sociedad que la acoge, fortalecer normas ya existentes y debatir sobre la importancia de las mismas.

Es importante considerar que los estudiantes son el centro de la acción de la mayor parte de las propuestas, sin dejar de lado a todos los actores universitarios que deben lograr la alineación con la misión y visión universitarias, siendo estas los ejes de actuación en la responsabilidad social universitaria.

Cabe destacar que para poder hablar de un plan de responsabilidad social universitaria, no debemos confundirlo con temas de filantropía, ya que se necesita una planificación y objetivos claros que rijan todo el actuar de los miembros y no simplemente pequeñas acciones aisladas que no representan el verdadero sentir universitario.

CAPÍTULO III: RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

1. Introducción

Partiendo de la misión principal de las universidades que es impartir los conocimientos necesarios para los miembros de la sociedad, podemos constatar la responsabilidad social que éstas cumplen. Sin embargo, ciertas acciones pueden aumentar su aporte social y cada uno de los actores universitarios contribuye a este proceso.

La Universidad del Azuay desde su origen ha influido positivamente en la sociedad que la acogió y en el presente capítulo se intenta indicar estos aportes, los actores participantes en los mismos, sus contribuciones para la creación de un nuevo modelo y los grupos de mayor influencia dentro y fuera de la universidad.

2. Antecedentes generales de la Universidad del Azuay

Antecedentes históricos

La Universidad del Azuay nació en 1968 y tiene su sede en la ciudad de Cuenca, capital de la provincia del Azuay. Históricamente, en sus inicios fue parte, primero, de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y, luego, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. En 1990 luego de cumplir con todos los requisitos legales fue reconocida como Universidad del Azuay, mediante Ley de la República. En el año 2006 se constituyó en la primera universidad ecuatoriana en lograr la Acreditación por parte del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación, CONEA.

Misión

Formar personas comprometidas éticamente con la sociedad que, desde su preparación académica, compromiso y conocimiento de la realidad, aporten al desarrollo integral de su entorno.

Visión

Ser una comunidad educativa humanista reconocida internacionalmente por su calidad académica y sus aportes al conocimiento; que promueve el desarrollo integral de la persona y de su entorno y trabaja por una sociedad justa y equitativa.

Principios y valores

- Búsqueda de la verdad: buscamos la verdad guiados por la razón
 - Pluralismo: practicamos el respeto a la diversidad.
 - Compromiso social: Trabajamos por una sociedad justa y equitativa con honestidad, transparencia y rendición social de cuentas.
 - Conciencia ambiental: propiciamos el desarrollo sustentable y la protección del ambiente.
 - Comunidad participativa: nuestra gestión se caracteriza por la participación activa y propositiva de todos los miembros de la comunidad.
 - Educación sin fines de lucro: creemos en la educación como un servicio solidario.
 - Calidad académica: trabajamos por el mejoramiento continuo y la acreditación de nuestro quehacer universitario. (Página web de la Universidad del Azuay)
3. Estructura organizativa interna de la Universidad del Azuay y su relación con la Responsabilidad Social Universitaria.
- 3.1. Autoridades de la Universidad del Azuay

Las autoridades universitarias juegan un papel muy importante en la implementación de estrategias de Responsabilidad Social Universitaria, ya que estas no pueden aplicarse desligadas de los procesos de gestión de la universidad. Es importante que tengan claro el panorama de lo que la Responsabilidad Social significa y de esta forma puedan ser los líderes del cambio o facilitar el liderazgo de un grupo encargado.

Su importancia primordial en este proceso radica en que son las personas con máxima responsabilidad en las áreas estratégicas de actuación de la Universidad y se encargan de definir políticas concretas para cada una de las áreas estratégicas y de promover los recursos necesarios para su gestión.

Las autoridades de la Universidad del Azuay, consultadas para la obtención de información para el presente trabajo son:

- Rector: Econ. Carlos Cordero Díaz
- Vicerrectora: Ing. Miriam Briones García
- Decano General de Investigaciones: Ing. Jacinto Guillén García
- Decana Administrativo Financiero: Ing. Ximena Moscoso Serrano
- Decano de la Facultad de Filosofía: Máster Carlos Delgado Álvarez
- Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración: Ing. Oswaldo Merchán Manzano
- Decano de la Facultad de Diseño: Arq. Leonardo Bustos Cordero
- Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas: Dr. Remigio Auquilla
- Decano de la Facultad de Ciencia y Tecnología: Ing. Germán Zúñiga Cabrera
- Decano de la Facultad de Medicina: Dr. Hernán Sacoto Aguilar
- Director de Recursos Humanos: Ing. Jaime Vélez Arízaga

En el siguiente cuadro se resumen los aportes de las distintas autoridades de cada facultad sobre el tema de Responsabilidad social, tanto a través de iniciativas y proyectos como de asignaturas que tengan un valor de responsabilidad social más allá de la formación que se espera de cada carrera:

Área	Iniciativas sociales	Asignaturas con carácter social
Universidad	Educación continua. Centros profesionales. Plan de buenas prácticas de servicios. Apoyo a iniciativas de las facultades: consultorio jurídico, consultorios UDA, extensiones de medicina, etc. CEIAP. Casa UDA. Bolsa de trabajo. Becas.	Humanismo cristiano. Pensamiento social de la Iglesia. Prácticas preprofesionales.
Filosofía	Proyecto "Rompiendo Barreras". Procesos de mejoramiento de la calidad para acreditación. Manual de procesos de atención, flujo de comunicación. Sistema de información sobre turismo comunitario.	Problemas contemporáneos. Antropología cultural. Prácticas preprofesionales y de vinculación con la comunidad. Educación en valores. Deontología. Realidad socioeconómica del Ecuador. Turismo y sostenibilidad. Proyectos. Proyectos psicopedagógicos y comunitarios. Realidad local, nacional e internacional. Responsabilidad social empresarial.
Administración		Humanismo cristiano. Investigación y desarrollo. Emprendimiento. Ética profesional. Desarrollo económico sostenible. Deontología profesional.
Medicina	Extensiones comunitarias. Rotación hospitalaria.	Pasantías en comunidad. Pensamiento social de la iglesia. Rotación hospitalaria. Externado comunitario. Pasantías en especialidades.
Diseño	Trabajos de grado sobre concienciación de uso de materiales. Rescate de tradiciones en materiales, cultura, etc.	Antropología cultural.

Ciencias Jurídicas	Centro de mediación. Consultorio Jurídico. UDAMUN.	Antropología cultural Pensamiento social de la Iglesia. Estudios globales. Derecho de familia. Derecho ambiental.
Ciencia y tecnología	Estación biológica Parque Nacional Cajas. Herbario Azuay. Clúster de lácteos. Proyectos de reforestación. Evaluaciones ecológicas y estudios de impacto ambiental.	Investigación, desarrollo y producción más limpia. Energía y ambiente. Política y gestión ambiental. Conservación y restauración. Estudios y evaluación de impacto ambiental. Gestión comunitaria de recursos naturales. Control ambiental. Doctrina social de la iglesia.

Tabla 5: Iniciativas y asignaturas de carácter social en la UDA
Fuente: Elaboración propia, basado en entrevistas a autoridades

3.2.El profesorado de la Universidad del Azuay

Este grupo de interés está conformado por las personas que desarrollan su trabajo en la áreas académica, investigadora y de gestión de la Universidad con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie.

Los profesores, directamente relacionados con los procesos de formación, son un gran referente de la situación universitaria en torno a la Responsabilidad Social. La libertad de cátedra con la que cuentan requiere de un especial proceso de formación docente para que refleje, dentro de dicha libertad, los valores y principios que la universidad propone. Las opiniones de los docentes son además valiosas ya que son ellos los que serán encargados de proporcionar el primer ejemplo formativo (currículo oculto) a sus estudiantes y pueden proporcionar una clara idea sobre las dificultades halladas en este ámbito.

La Universidad del Azuay cuenta con 275* profesores divididos de la siguiente manera:

Profesores Principales	Profesores Agregados	Profesores Auxiliares	Profesores Accidentales
162	22	54	192

* La suma total de docentes es de 430, ya que los profesores accidentales varían dentro de los 275 totales.

Para la obtención de datos se consultó a 30 profesionales, docentes de la Universidad del Azuay, lo que representa un 10.9% de profesores encuestados, a los cuales se les aplicó dos encuestas sobre Campus Responsable (Anexo 1) y Formación Profesional y ciudadana (Anexo 2).

Los resultados de la consulta realizada a los profesionales se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

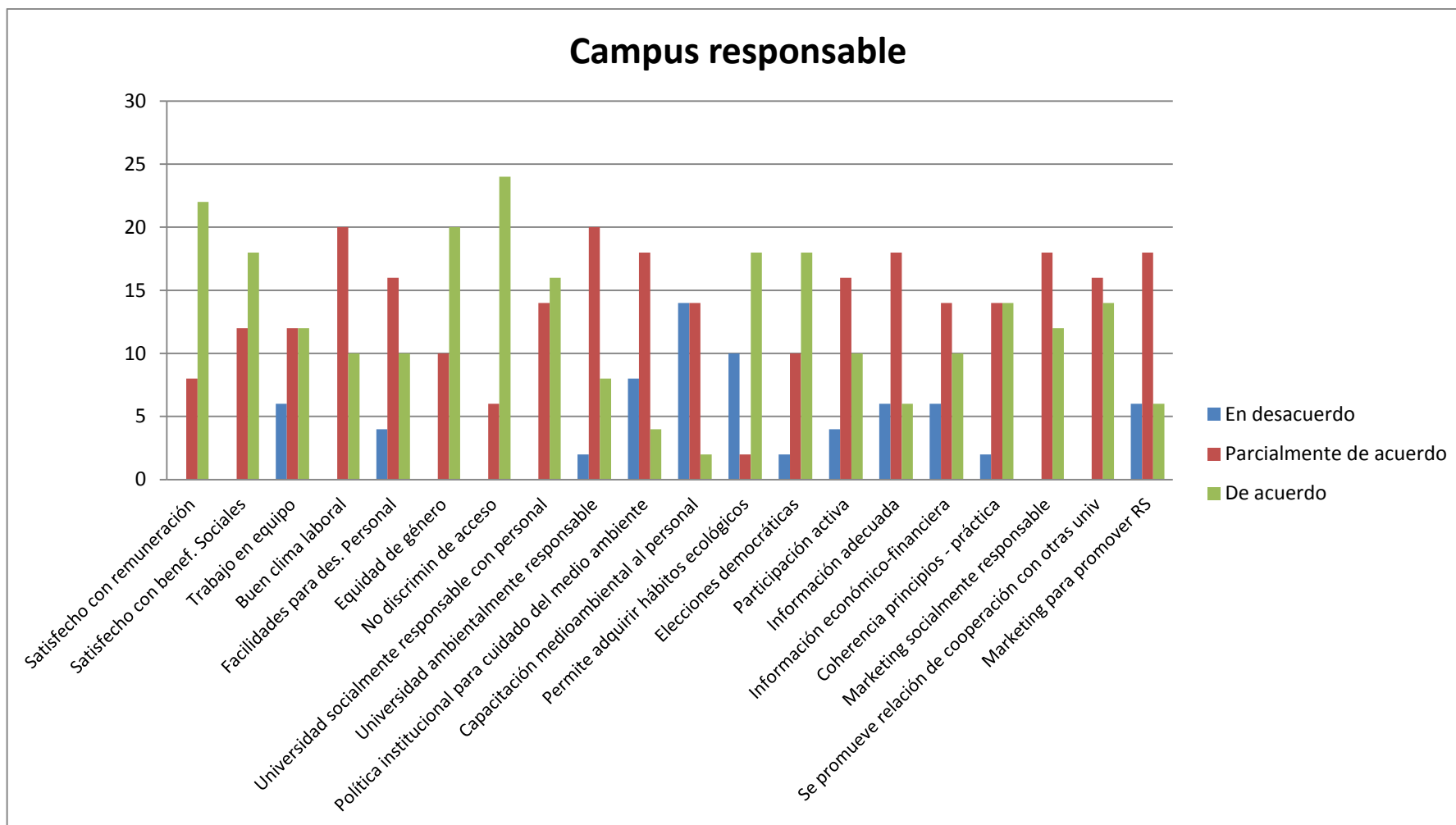


Figura 1: Percepción docentes Campus Responsable
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

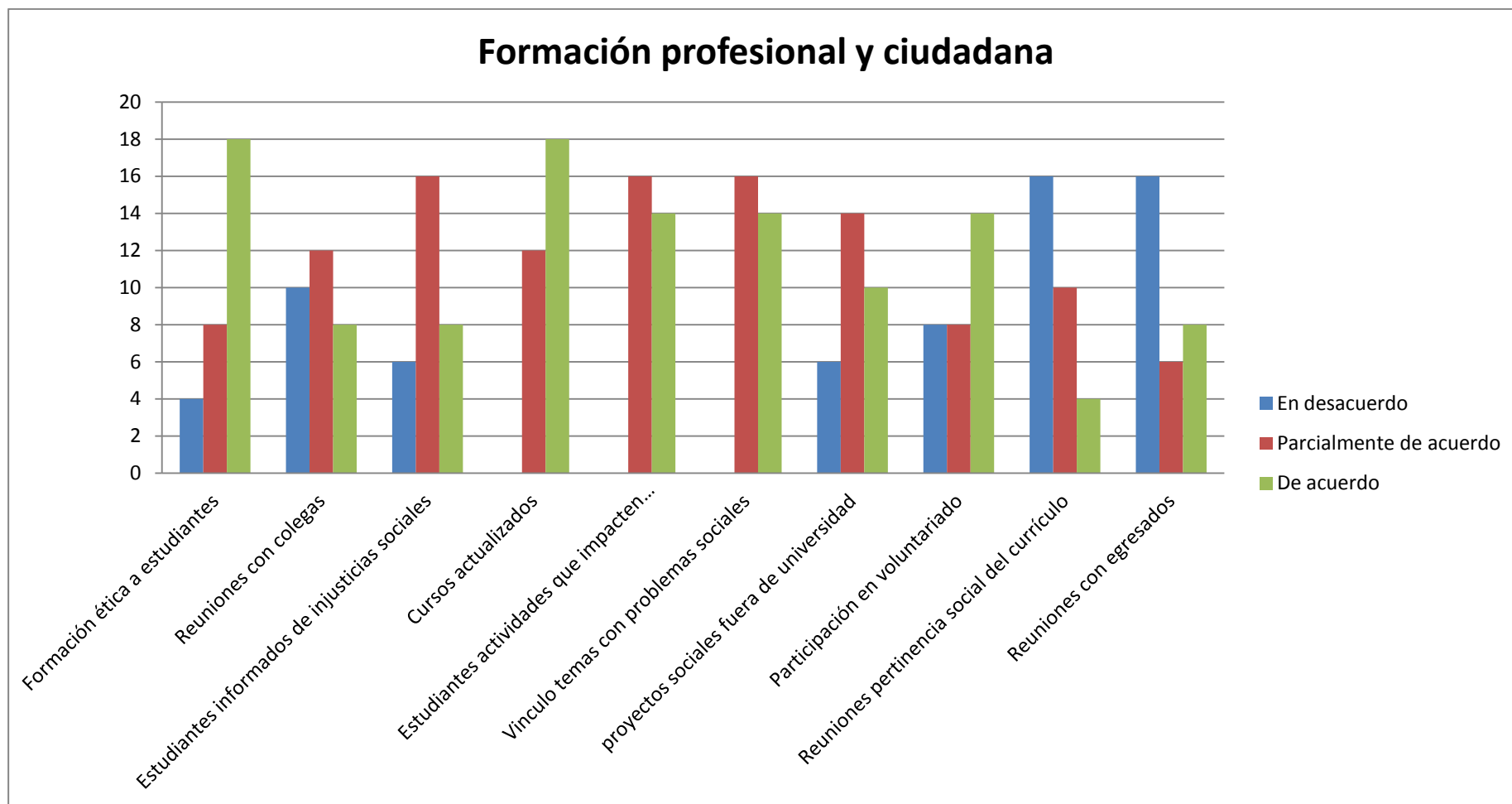


Figura 2: Percepción docentes Formación Profesional y ciudadana
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

Como podemos analizar de la información recopilada y lo ítems mejor puntuados los docentes, en su gran mayoría, están satisfechos con la remuneración recibida y con los beneficios sociales que presta la institución y piensan que no existe discriminación para el acceso a la docencia ni por género, religión, raza, orientación política o sexual. Están de acuerdo además en que existe equidad de género en las instancias de gobierno de la universidad y que el proceso electoral se lo realiza de manera democrática y transparente, además expresan que existe coherencia entre los principios que declara la universidad y aquellos que se practican en el campus.

Dentro de los ítems que han obtenido una calificación más baja están aquellos relacionados con la conciencia medioambiental y ecológica como que el personal docente y no docente recibe una capacitación en temas ambientales por parte de la universidad y la existencia de una política institucional para la protección del medio ambiente en el campus. Además un considerable grupo de docentes opina que la organización de la vida en el campus no permite a las personas adquirir hábitos ecológicos adecuados.

Las opiniones sobre la utilización del marketing de forma socialmente responsable para promover la responsabilidad social, así como ítems sobre la opción de sentirse escuchado como ciudadano y poder participar activamente en la vida de la universidad no tienen una tendencia marcada, la opción mayormente señalada fue “Parcialmente de acuerdo”.

Dentro del área de Formación profesional y ciudadana podemos ver que los docentes consideran que la universidad brinda a los estudiantes una formación ética y ciudadana que los ayuda a ser socialmente responsables, además piensan que los diversos cursos que dictan en la universidad están actualizados y responden a las necesidades sociales del entorno.

Las áreas en la cuales los docentes mostraban su desacuerdo son en su mayoría sobre la adecuación del currículo, ya que manifiestan no haber tenido reuniones con colegas para discutir la pertinencia social del currículo así como tampoco reuniones con egresados para discutir la adecuación del currículo a las demandas sociales actuales. Tampoco se han mantenido reuniones para examinar los aspectos de responsabilidad social ligados a cada una de las carreras.

Los temas en los cuales los docentes están parcialmente de acuerdo son aquellos que hablan sobre que los estudiantes están informados acerca de las injusticias sociales y los riesgos ecológicos del mundo actual, que los estudiantes realicen actividades que impactan positivamente en el entorno social, que los docentes vinculen los contenidos temáticos enseñados con los problemas sociales y ambientales de la actualidad, así como con proyectos sociales fuera de la universidad.

3.3. Personal no docente de la Universidad del Azuay

Se consideran en este grupo a las personas que desarrollan su trabajo en las áreas funcionales de la Universidad (administración y servicios) con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie.

El personal no docente es, por lo general, el gran olvidado del proceso formativo de la Universidad. Con la idea de que no participa directamente en actividades académicas se lo considera como un recurso de soporte, educativamente neutral, de los procesos académicos. La atención a los procesos organizacionales que subyace a la filosofía de la Responsabilidad Social Universitaria nos permite superar esta visión estrecha e ir incluyendo al personal no docente en la dinámica general de responsabilidad de la comunidad universitaria.

De los 179 empleados que conforman el cuerpo no docente, se encuestó a 30 trabajadores con el fin de recopilar sus puntos de vista, es decir al 16.8%. Se aplicó una encuesta de Campus Responsable (Anexo 3) cuyos resultados se pueden ver a continuación.

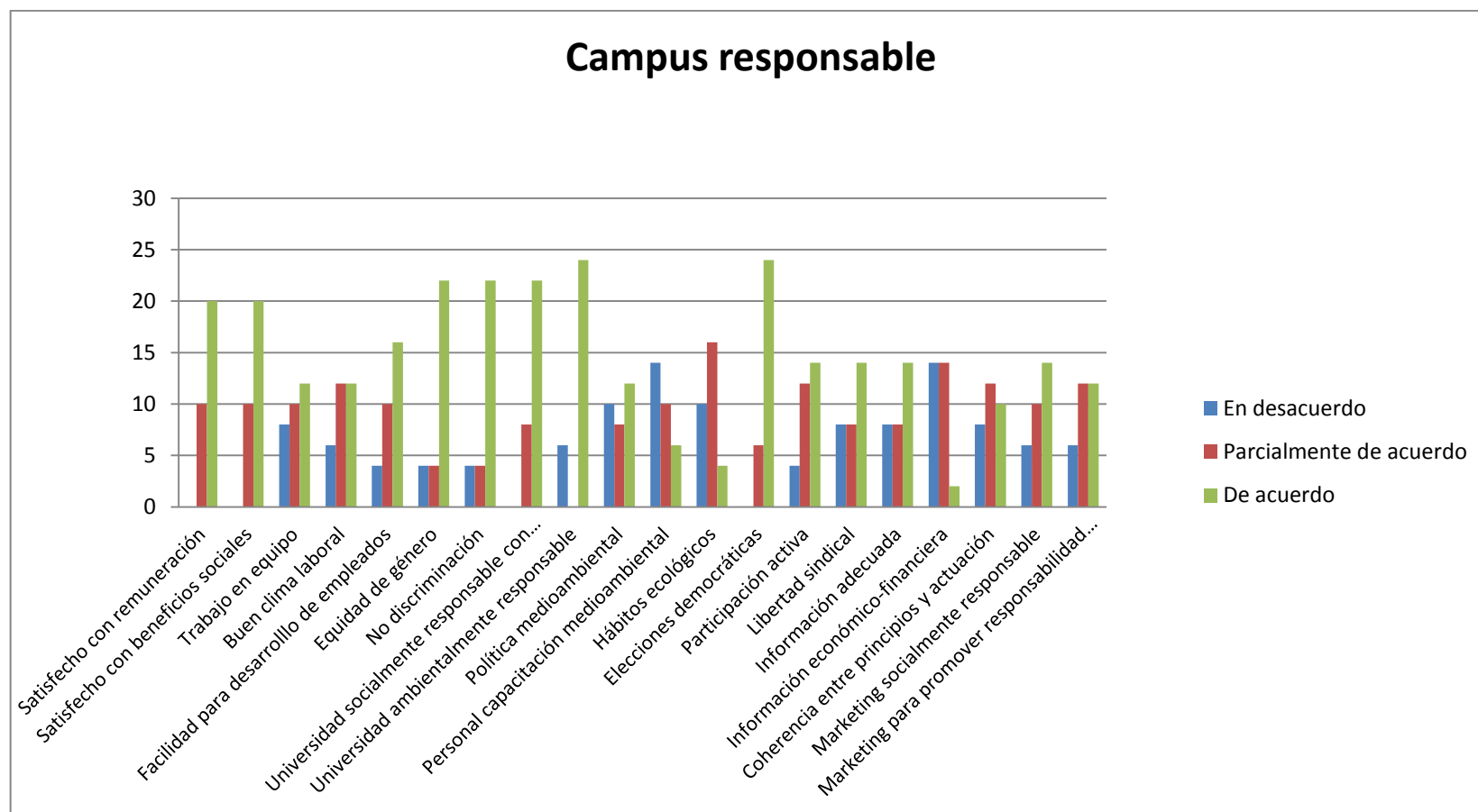


Figura 3: Percepción no docentes Campus responsable
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

Como se puede recoger de la información tomada del personal no docente, las áreas en las cuales ellos manifiestan más acuerdo son: elecciones de autoridades democráticas y transparentes, la universidad es socialmente responsable con sus empleados, no existe discriminación para el acceso al empleo, ni por género, religión, raza, orientación política o sexual. Los empleados perciben además que hay equidad de género en las instancias de gobierno de la universidad y que los beneficios sociales y la remuneración recibida satisfacen sus expectativas.

Por el contrario, se muestran en desacuerdo con ítems como la existencia de una política institucional para la protección del medioambiente en el campus y que el personal reciba una capacitación en estos temas. Consideran también que no se les brinda periódicamente información económico financiera, a pesar de que la gran mayoría expresa que se les informa adecuadamente acerca de todas las decisiones que les conciernen y afectan.

Los temas un poco más neutrales, con una tendencia marcada a seleccionar la opción “Parcialmente de acuerdo” son la existencia de un buen clima laboral entre el personal, la organización de la vida en el campus permite a las personas adquirir hábitos ecológicos adecuados, la percepción de coherencia entre los principios que declara la universidad y lo que se practica en el campus.

3.4. Los estudiantes de la Universidad del Azuay

Los estudiantes son la razón de ser de la Universidad y son los actores principales del proceso educativo. Más allá de lo que comúnmente se cree, su proceso formativo se lleva a cabo tanto dentro como fuera de las aulas de clase y será el reflejo no únicamente de los contenidos de las asignaturas sino sobretodo de los ejemplos recibidos de sus profesores, autoridades y sociedad que los rodea.

A pesar de que su principal deber es aprovechar dicho proceso formativo, los estudiantes son también la mayor fuerza de cambio de la universidad y de la sociedad; es por esto que su formación debe ser coherente con la sociedad que se pretende lograr y de esta forma se podrá agilizar la consecución de los objetivos pretendidos para la sociedad.

Para obtener una visión de responsabilidad social universitaria de los estudiantes, se realizó encuestas a 494 estudiantes, representando aproximadamente un 10% de la población estudiantil de la Universidad del Azuay, estas encuestas sobre Campus Responsable (Anexo 4), Participación social (Anexo 5) y Formación profesional y ciudadana (Anexo 6) dan los siguientes resultados:

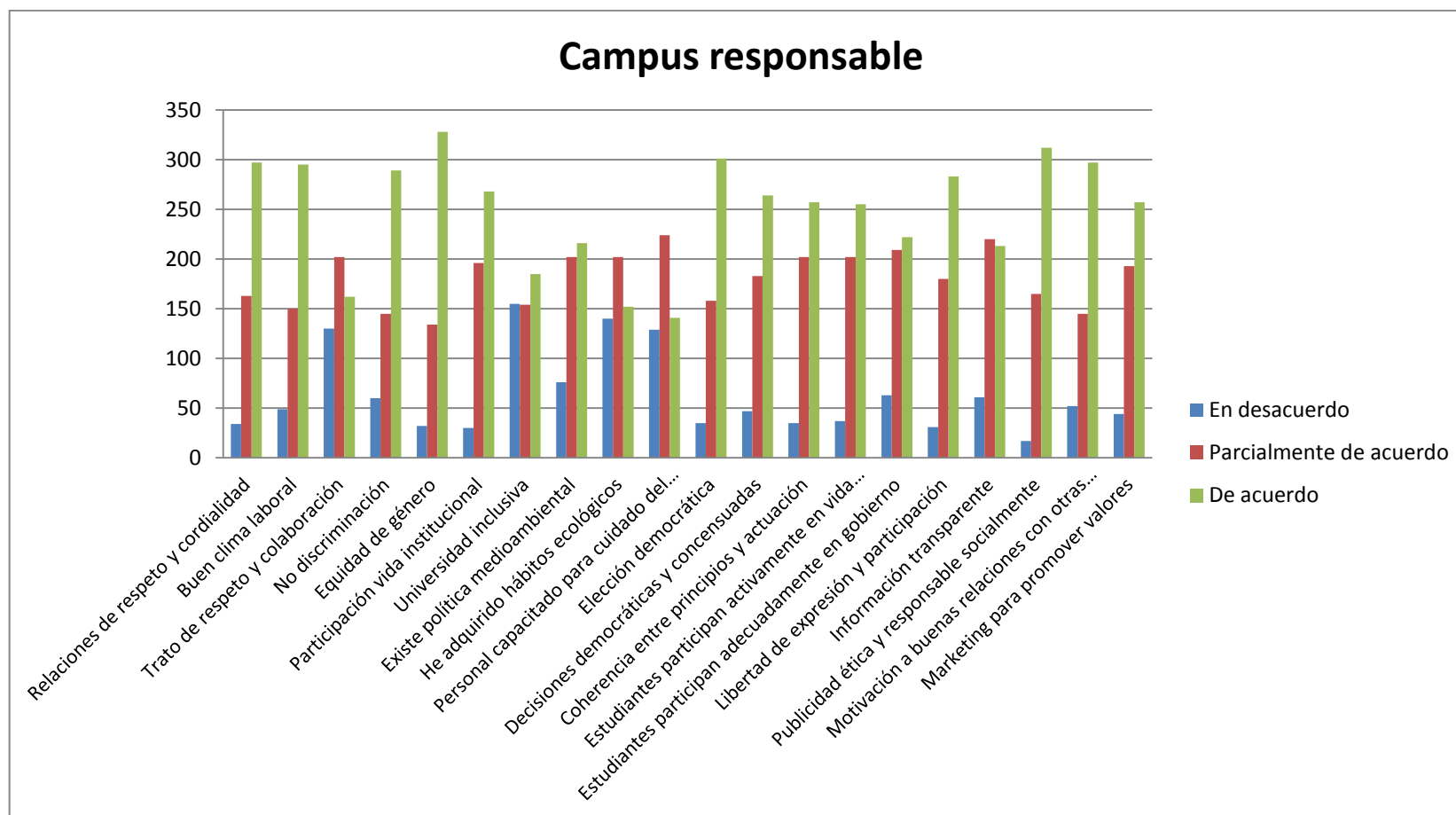


Figura 4: Percepción estudiantes Campus responsable
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

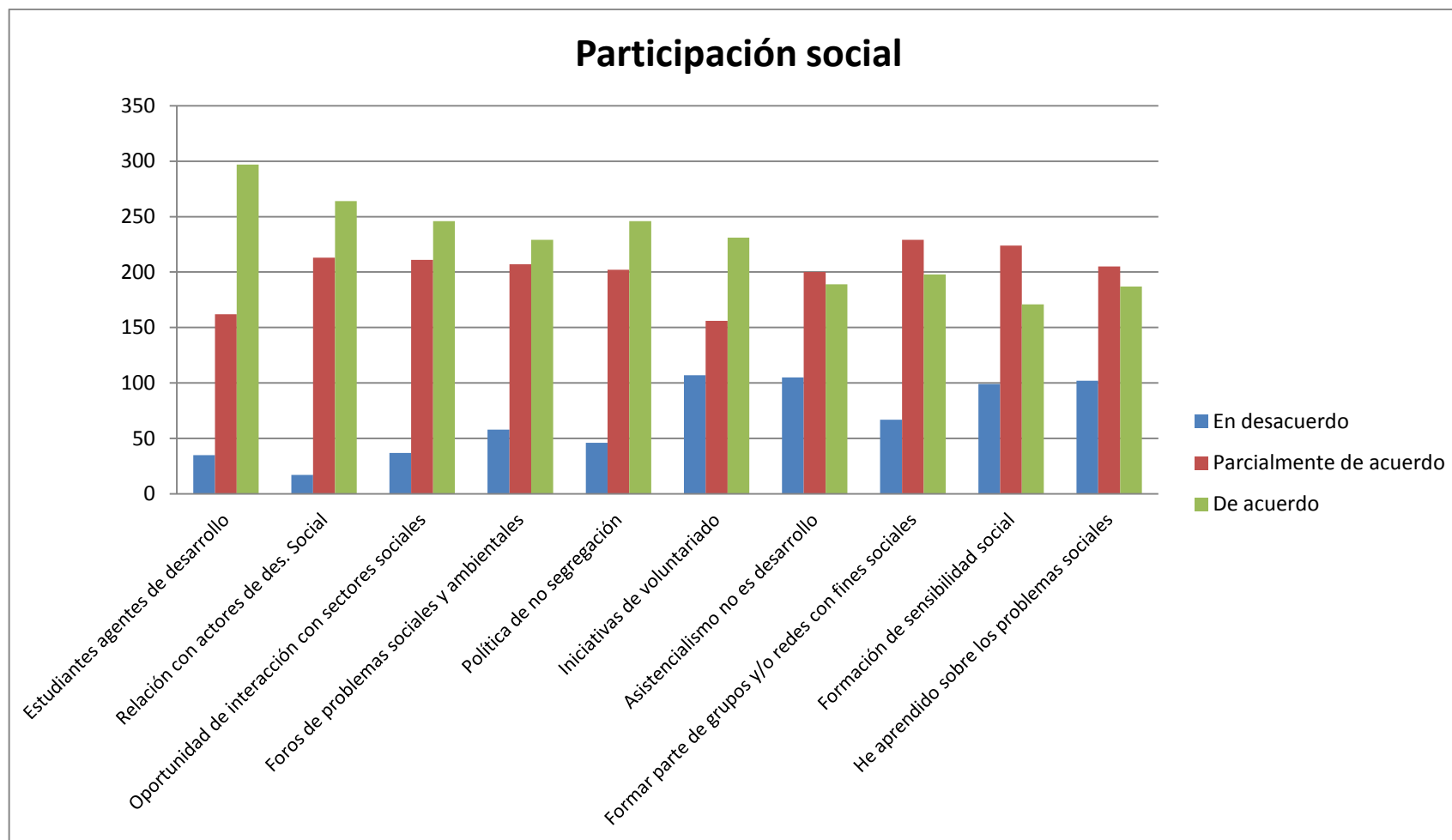


Figura 5: Percepción estudiantes Participación social
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

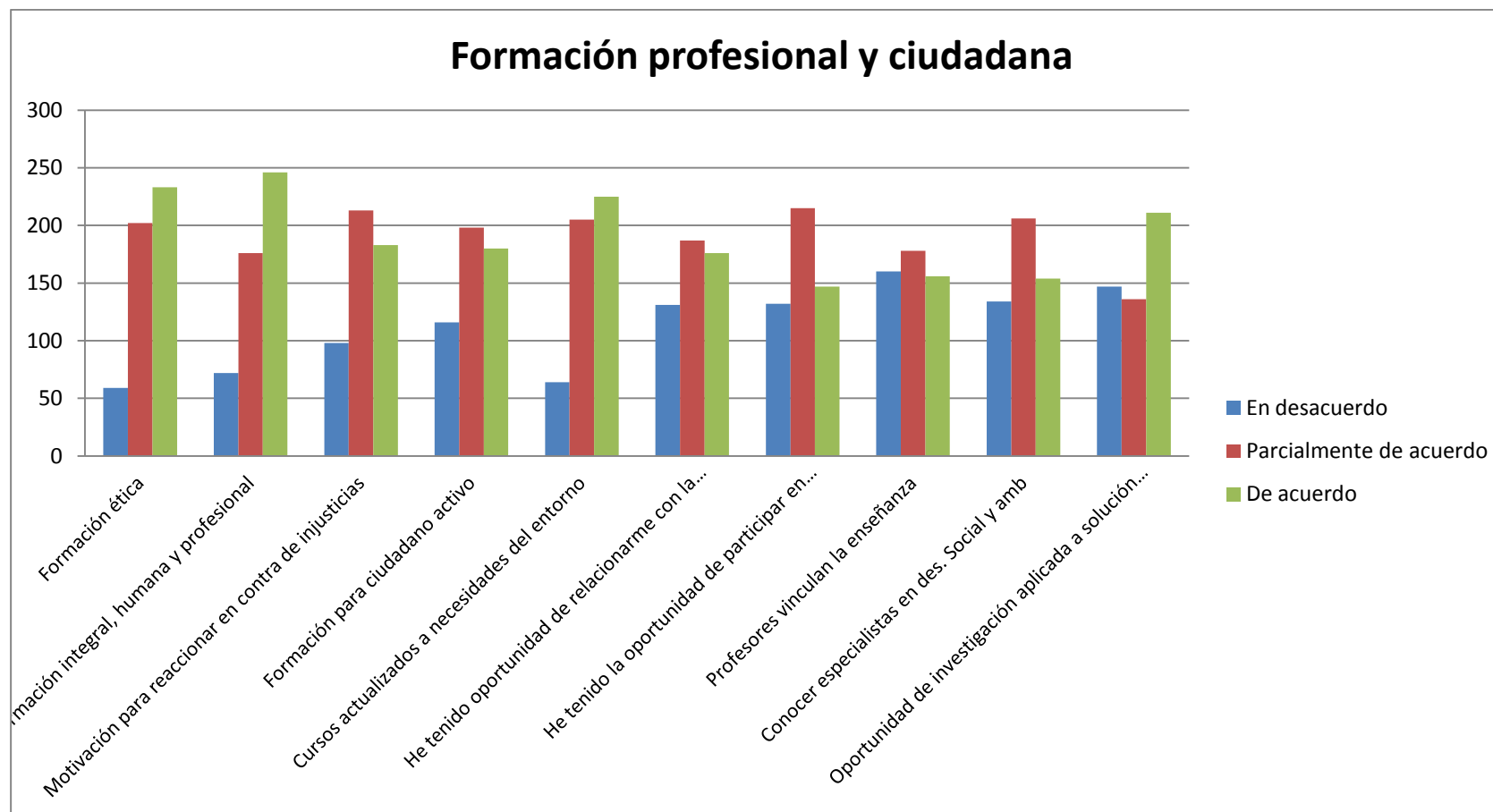


Figura 6: Percepción estudiantes Formación profesional y ciudadana
Fuente: Elaboración propia, basado en tabulación de datos

Según la información recopilada de los estudiantes de la Universidad del Azuay, se deriva la siguiente información en el área Campus Responsable, los estudiantes están de acuerdo en la existencia de equidad de género en los cargos directivos, que las relaciones entre el personal son de respeto y cordialidad y que además existe un buen clima laboral en la institución. Perciben que no existe discriminación de ningún tipo y que la elección de las autoridades se da de forma democrática y transparente, así como la toma de decisiones mayores.

Los estudiantes muestran su desacuerdo en temas como que la universidad no está organizada para recibir a estudiantes con necesidades especiales y están parcialmente de acuerdo con haber adquirido hábitos ecológicos al entrar en la universidad, que entre profesores y estudiantes hay un trato de respeto y colaboración, que la universidad toma medidas para la protección del medio ambiente en el campus y que capacita a su personal en estos temas. Otro tema en el que los estudiantes están parcialmente de acuerdo es que se les informa de modo transparente sobre todo lo que les concierne y afecta en la universidad.

En el área de Participación social, los estudiantes están de acuerdo en que la universidad se preocupa por los problemas sociales y quiere que los estudiantes sean agentes de cambio, que la universidad mantiene contacto con actores clave del desarrollo social (Estado, ONG's, organismos internacionales, empresas), que la universidad brinda a estudiantes y docentes oportunidades de interacción con diversos sectores sociales. Además están de acuerdo en que la universidad existe una política explícita de no segregar el acceso a la formación académica a grupos marginados (población indígena, minoría racial, estudiantes de escasos recursos, etc.) a través de becas de estudios u otros medios.

Los estudiantes están parcialmente de acuerdo o en desacuerdo con que en la universidad existan iniciativas de voluntariado y que se le motive a participar en ellos, que hayan podido formar parte de grupos y/o redes con fines sociales o ambientales promovidos por la universidad, que reciban una formación que promueva la sensibilidad social y ambiental y que hayan podido aprender mucho sobre la realidad nacional y los problemas sociales del país.

Finalmente, en el campo de Formación profesional y ciudadana, los estudiantes consideran que la universidad les brinda la formación ética y ciudadana que les ayuda a

ser personas socialmente responsables, que su formación es realmente integral, humana y profesional, no solo especializada y que sus cursos están actualizados y responden a las necesidades del entorno.

Sin embargo opinan que sus profesores no vinculan la enseñanza con los problemas sociales y ambientales de la actualidad, que la universidad no los motiva para ponerse en el lugar del otro y reaccionar contra las injusticias sociales y económicas presentes en la sociedad, la formación recibida no les permite ser ciudadanos activos en defensa del medio ambiente e informados acerca de los riesgos y alternativas ecológicas al desarrollo actual. Manifiestan también que dentro de su formación no tienen la posibilidad de conocer a especialistas en temas de desarrollo social y ambiental y que dentro de sus cursos no han tenido la posibilidad de hacer investigación aplicada a la solución de problemas sociales y ambientales.

3.5.Organizaciones sociales de la Universidad del Azuay

Las organizaciones sociales universitarias, sean estos representantes de los estudiantes, profesores o personal administrativo, son parte representativa de la institución y de todos los actores.

La Universidad del Azuay cuenta con tres organizaciones:

- Federación de Estudiantes de la Universidad del Azuay (UDAFE)
- Asociación de empleados y trabajadores de la Universidad del Azuay.- se encarga de velar por las necesidades del personal no docente de la universidad.
- Asociación de profesores de la Universidad del Azuay (APUDA).- pretende coadyuvar en los afanes de la comunidad universitaria, además de propender a la defensa y desarrollo continuo de sus miembros.

4. Agentes sociales externos y sus demandas para con la Universidad del Azuay.

4.1.Proveedores

Son las personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la Universidad sin pertenecer a ella.

Al momento, la Universidad del Azuay realiza una selección de sus proveedores únicamente por criterios de cumplimiento en tiempo, calidad y precio; no se consideran otros aspectos como nivel de responsabilidad social de los proveedores, etc.

4.2.Egresados

Su opinión es muy útil para evaluar la calidad del trabajo que se realiza a diario en la universidad según lo que piensen de la formación que han recibido. El hecho de ser profesionales que laboran en la sociedad les da una percepción clara de las fortalezas y carencias de la formación académica previa.

4.3.Empleadores

Al tener a su cargo a estudiantes egresados de la universidad pueden dar su opinión sobre temas como capacitación académica, formación humanística y científica y su sensibilidad frente a los problemas sociales y de desarrollo.

4.4.Competidores

Se consideran competidores a las universidades o centros de enseñanza y/o investigación, empresas, entidades sociales, que se dedican al desarrollo de funciones similares a las recogidas en la Misión universitaria.

Los centros universitarios ubicados en la ciudad de Cuenca son:

- Universidad de Cuenca
- Universidad Politécnica Salesiana
- Universidad Católica de Cuenca
- Universidad del Pacífico

Para obtener datos de estos centros se han consultado sus modelos de responsabilidad social (en caso de tenerlos) o sus actividades de vinculación con la comunidad.

4.5.Comunidades locales

Se considera al conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la Universidad, con el que se interactúa estrechamente (entidades sociales, ONG's, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos, etc.)

4.6.Organizaciones sociales

Aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que aún no teniendo una relación directa con la Universidad, pueden influir en ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad.

La Universidad del Azuay se vincula con estas organizaciones de varias formas como:

- Departamento de Educación Continua
- Instituto de Estudios de Régimen Seccional del Ecuador (IERSE)
- Consultorio Jurídico y Centro de Mediación
- Consultorios UDA
- Centro de Estimulación Integral y Apoyo Psicopedagógico (CEIAP)
- Extensiones médicas
- Pasantías y prácticas preprofesionales

4.7.Estado

Los poderes públicos para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades.

El gobierno actual está vinculándose cada vez más con el trabajo de las instituciones de educación superior a través de la nueva Ley de Educación Superior y ha realizado ya varias evaluaciones a las universidades donde la Universidad del Azuay fue calificada como universidad tipo A.

5. Conclusiones

En el presente capítulo se ha presentado un diagnóstico de los procesos de responsabilidad social que realiza la Universidad del Azuay y la recopilación de información enmarcada en un proceso de auto diagnóstico universitario de la Universidad del Azuay. Cabe recalcar que las iniciativas aquí recopiladas aún no forman parte de un modelo concreto de responsabilidad social, razón por la cual se hace aún más importante el poder seguir este proceso para que se pueda maximizar el valor de todos estos proyectos.

Una de las áreas principales a intervenir, según la información recopilada tanto de autoridades, empleados y estudiantes es el área de cuidado medioambiental y capacitación en áreas ecológicas a todos los actores universitarios, además de la concreción de un plan de inclusión para estudiantes con necesidades especiales.

La pertinencia social del currículo, así como la vinculación con la sociedad a través de proyectos sociales son también temas a revisar en el modelo a proponer según la información tratada en este capítulo.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS COMPARATIVO DE MODELOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. Introducción

El presente capítulo pretende comparar algunos ejemplos de modelos de responsabilidad social tanto empresarial como universitaria con el fin de poder establecer ciertos criterios sobre áreas de acción e indicadores que se utilizan en cada una de ellas. A través de esa información se podrá tener una visión más clara de lo que las empresas y universidades buscan a través de su área de responsabilidad social y así poder establecer también áreas de actuación para el modelo que se pretende crear para la Universidad del Azuay.

2. Modelos de Responsabilidad Social Empresarial

2.1. Modelos de empresas ecuatorianas

En la actualidad existen ya varias empresas nacionales que manejan programas de responsabilidad social como eje de su accionar. Desde pequeñas y medianas industrias que nacieron con fines más sociales que económicos hasta grandes empresas que poco a poco han ido incorporando el objetivo social dentro de sus objetivos generales.

Café Galletti

Café Galletti inició como una cafetería, en 1996, en la ciudad de Quito. Al principio, importaba café desde Italia para atender el servicio de la cafetería. No obstante, en el 2001, cuando se inició el proceso asociativo de los caficultores, Café Galletti se unió a una iniciativa apoyada por la cooperación internacional para trabajar con los productores, con el fin de hacer su propio mix de café de alta calidad. Café Galletti se

volvió a la vez en una comercializadora que compra y procesa café de altísima calidad, para la venta dentro y fuera del Ecuador.

Café Galletti mantiene su cafetería en la Mariscal, pero su enfoque de negocio está en la comercialización de café de calidad. (Morales, 49-52)

ETAPA EP

ETAPA EP se constituye en enero de 1968 como Empresa Pública Municipal de Teléfonos, Agua Potable y Alcantarillado (ETAPA), con atribuciones, funciones, autonomía financiera y personería jurídica. La dinámica territorial y población del cantón Cuenca exigió cambios en la empresa, la aprobación de nuevas ordenanzas facilitó su modernización, acorde con el proceso de desarrollo de las telecomunicaciones y de los servicios de agua y saneamiento, hecho que ha permitido alcanzar mayores indicadores de cobertura.

Los servicios que brinda ETAPA EP son:

- Agua y saneamiento
- Telecomunicaciones
- Gestión ambiental (Recolección de aceites y pilas usadas, Educación ambiental, Laboratorios acreditados, etc.).

ETAPA EP es además responsable por el manejo descentralizado del Parque Nacional Cajas. (Morales, 91-97)

2.2. Modelos de empresas latinoamericanas

Al igual que las empresas ecuatorianas, aquellas de otras partes de Latinoamérica han comenzado a establecer modelos de responsabilidad social en sus respectivas áreas. De esta forma se analizarán dos casos:

Café Juan Valdez

En 1927 un grupo de cafeteros colombianos se reunieron para formar una nueva organización: La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia-FNC. Su objetivo, mejorar la calidad de vida de las familias y comunidades productoras a través de la promoción del café de Colombia ante el mundo.

En 1960, estos cafeteros dieron vida a un personaje singular: Juan Valdez. Un cafetero auténtico que representó de ahí en adelante a los más de 500.000 cafeteros colombianos y su producto. Con su imagen como ícono, Juan Valdez ® ha logrado que el Café de Colombia sea reconocido en el mundo como un café de alta calidad, obteniendo así un precio superior para los caficultores.

En el 2002 la Federación creó la marca Juan Valdez ® y las tiendas de café que llevan su nombre, con el fin de lograr que los cafeteros tuvieran una mayor participación en la cadena de valor dentro del mercado del café. Esta marca, que representa la firma del personaje Juan Valdez, indica que estos productos, además de su calidad superior, generan mayores ingresos para los cafeteros colombianos. (Página web Juan Valdez Café)

Arcor

Arcor fue fundada en 1951 en la ciudad de Arroyito, Córdoba (Argentina) con el objetivo de elaborar alimentos de calidad a un precio justo para consumidores de todo el

mundo. Con un crecimiento sostenido, la empresa se consolidó en un grupo industrial que se especializa en la elaboración de golosinas, galletas, chocolates, helados y productos alimenticios.

La temprana vocación internacional del Grupo Arcor lo llevó a convertirse en el primer productor mundial de caramelos y el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú. Y a través de Bagley Latinoamérica S.A., la sociedad conformada con el Grupo Danone para los negocios de galletas, alfajores y cereales en Latinoamérica, es una de las empresas líderes de la región.

Su liderazgo se construye a partir de un conjunto de pilares que caracterizan su gestión. Una consistente política de exportación y de reinversión permanente de utilidades en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales. La construcción de un modelo de distribución exitoso que se replica en la región. La integración vertical de sus insumos estratégicos en la Argentina, la expansión de su importante patrimonio marcario, como así también, el desarrollo de una gestión socialmente responsable.

(Página web Arcor)

2.3. Modelos de empresas mundiales

Starbucks Coffe

Starbucks Coffe es una cadena internacional de café fundada en Seattle, Washington. Es la compañía de café más grande del mundo con aproximadamente 17.800 locales en 49 países.

Starbucks vende café elaborado, bebidas calientes y frías además de bocaditos y algunos otros productos como tazas y granos de café. Ofrece también CD's de música, libros y películas.

El primer local con el nombre Starbucks fue abierto en Seattle en 1971, pero fue en 1982 cuando Howard Schultz se incorporó a la empresa y propuso a los socios la venta de granos de café, café expresso y otros. En 1987 comenzó su expansión y entró a la Bolsa de valores en 1992, desde entonces las acciones han tenido un aumento sostenido. (Página web Starbucks Coffe)

McDonald's

McDonald's es una cadena de restaurantes de comida rápida. Sus principales productos son las hamburguesas, sándwiches, patatas fritas, menús para el desayuno, refrescos, batidos, postres y, recientemente, ensaladas y fruta. En la mayoría de los restaurantes se han incluido distintas áreas con juegos para niños. Atiende aproximadamente a 47 millones de clientes al día.²

En 1940, los hermanos Dick y Mac McDonald decidieron crear la empresa, introduciendo la comida rápida 8 años después. Pero su salto cualitativo fue en 1955 con la primera franquicia, asumida por el ejecutivo Ray Kroc.

A lo largo de los años se ha ido extendiendo hasta ser uno de los restaurantes con mayor presencia en el mundo, convirtiéndose en un símbolo de Estados Unidos, la comida rápida, el capitalismo y la globalización. McDonald's es la cadena de comida rápida más grande del mundo y provee una gran variedad de emparedados, bocadillos y otros productos. (Página web McDonald's)

2.4. Matriz comparativa de modelos de Responsabilidad Social Empresarial.

Empresa	Ubicación	Ámbito de acción	Indicadores
Café Galletti	Quito - Ecuador	Prácticas justas de operación	Responsabilidad social en la cadena de valor. Apoyo a Asociación de caficultores. Alianza con International Womens Coffe Alliance.
		Medio ambiente	Uso sostenible de recursos. Uso de tecnologías limpias. Producción orgánica.
ETAPA EP	Cuenca - Ecuador	Medio ambiente	Mantenimiento del Parque Nacional Cajas. Campaña de recolección de pilas usadas. Tratamiento de aguas residuales. Gestión de cuencas hídricas. Gestión de desechos peligrosos. Educación y capacitación ambiental. Manejo comunitario de recursos naturales. Programa de control de la contaminación por aceites usados.
		Asuntos de consumidores	Atención in situ a los consumidores. Divulgación de información de la ciudad. Medición de confianza y satisfacción del cliente constante.
		Participación activa y desarrollo de la comunidad	Diagnóstico rural participativo. Capacitación en actividades productivas armónicas con el medioambiente. Inventario de la flora existente en el biocorredor. Instalación de señalización de acuerdo a las necesidades de las comunidades de la zona de acción. Campaña constante de sensibilización a propietarios para mantener la reforestación.
Juan Valdez Café	Colombia	Participación activa y desarrollo de la comunidad	Manillas Juan Valdez para fondos de educación. "Café de la Reconciliación" para fondos de campañas con jóvenes de las áreas de conflictos armados.
		Prácticas justas de operación	Locales Juan Valdez como vitrina para producción de pequeños cafetaleros.
		Prácticas laborales	Programa de Inclusión laboral en asociación con Best Buddies. Empaques y accesorios elaborados por comunidades de artesanos colombianos.

		Medio ambiente	Proyecto CENICAFE para conservación de las fuentes de agua. Conservación de las aves migratorias boreales en áreas cafetaleras. Estudios de variedad genética y conservación de los robledales y su aporte a la caficultura. Reforestación de 62 mil hectáreas.
ARCOR	Argentina	Prácticas laborales	Inclusión de personas con discapacidad. Gestión del clima organizacional. Programas de salud y seguridad ocupacional. Encuentros de comunicación en sustentabilidad.
		Prácticas justas de operación	Evaluación de proveedores. Sensibilización y capacitación en sustentabilidad a proveedores. Proyectos de compras responsables. Programa de formación orientado a la sustentabilidad para distribuidores.
		Medio ambiente	Compromiso con el uso racional del agua. Compromiso con el uso racional del packaging. Inventario de carbono. Aprovechamiento del barro de la planta de tratamiento de efluentes para enriquecer el suelo. Gestión de residuos orgánicos.
		Participación activa y desarrollo de la comunidad	Constitución de comités locales en cada comunidad. Diagnósticos comunitarios. Programa "Juntos por la educación". Programa "Mi escuela crece". Programa "Amigos del Mar".
		Prácticas laborales	Compromiso con la vida activa y la nutrición saludable
Starbucks Coffe	EEUU	Prácticas justas de operación	Prácticas C.A.F.E (Coffe and Farmer Equity). Selección de proveedores certificados por buenas prácticas.
		Medio ambiente	Puestos de reciclaje en cada tienda. Vasos reusables. Campañas de conservación de energía. Utilización de energía renovable. Conservación de agua. Tiendas con certificado LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).
		Participación activa y desarrollo de la comunidad	Proyectos de servicio comunitario. Becas para jóvenes de acción.

McDonald's	EEUU	Medio ambiente	Diseño ecológico de los restaurantes "Green Building". Reducción del consumo energético en los locales. Instalación de films térmicos en los ventanales. Instalación de sistemas de gestión energética. Compra de energía renovable. Instalación de paneles solares termodinámicos. Dispositivos de ahorro de agua. Gestión de recursos como el aceite utilizado.
		Prácticas laborales	Flexibilidad en los horarios. Desarrollo de carrera para los empleados.
		Prácticas justas de operación	Café sostenible. Pesca sostenible. Granjas insignia. Control de sostenibilidad de los proveedores. Utilización de biodiesel en la flota de transporte.
		Participación activa y desarrollo de la comunidad	A través de la Fundación Infantil Ronald McDonald

Tabla 6: Matriz comparativa Modelos de RSE

Fuente: Elaboración propia, basado en la información de la página web de cada empresa.

3. Modelos de Responsabilidad Social Universitaria

3.1. Modelos de universidades ecuatorianas

Dentro de las universidades ecuatorianas existen ya varias iniciativas de responsabilidad social, algunas más estructuradas que otras y con más énfasis en algunas áreas según sea la universidad. A continuación se dará una breve reseña sobre las universidades analizadas y su modelo se lo contrastará más adelante con el de otras universidades latinoamericanas y del resto del mundo.

Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)

La Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) debe su existencia a la visión del educador, escritor, periodista, diplomático y humanista, don Jorge Fernández Salazar. El 21 de octubre de 1992, con la aprobación del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas (CONUEP), Marcelo Fernández Sánchez, actual Rector, materializó la visión de su padre dando inicio a las actividades de la UIDE.

En 2009 con el apoyo del Instituto de Educación Continua de la Universidad de Harvard, la UIDE crea en Bogotá la Asociación Continental de Universidades de Desarrollo Sustentable (ACUDES), con la suscripción de veinte universidades del continente. La Sede Galápagos empieza a funcionar en las instalaciones del Colegio Loma Linda, en la isla de Santa Cruz, con dos carreras en modalidad vespertina. Estudiantes de la Facultad de Arquitectura, conjuntamente con alumnos de posgrado de la Escuela de Diseño de la Universidad de Harvard, apoyados por sus profesores, diseñan el campus de la UIDE en Galápagos, que incluye un Centro Académico y Científico. Empieza a funcionar el Sistema Modular de Pregrado Intensivo, SEMPI, ofreciendo inicialmente la carrera de Ingeniería en Gestión de Riesgos y Emergencias, en la Sede Quito Norte (Eloy Alfaro).

Visión

Ser una de las mejores universidades de América Latina para el año 2025 y participar activamente en el proceso de integración continental.

Misión

Brindar una educación de calidad internacional para una vida exitosa

Decálogo.- la comunidad universitaria debe:

- Luchar a favor de la paz, la libertad y la democracia
- Fomentar el desarrollo de instituciones confiables en Ecuador y América Latina
- Contribuir a crear una visión del futuro del País y de la persona
- Formar emprendedores. Impulsar la creatividad, innovación y la iniciativa empresarial
- Respetar el derecho ajeno y la Ley
- Luchar por la seguridad jurídica en el Ecuador y en América Latina
- Promover la ética y la lucha contra la corrupción
- Desarrollar el sentido de solidaridad
- Reconocer los méritos ajenos
- Promover el trabajo productivo

Pentálogo.- el estudiante debe:

- Aprender a aprender: adquirir los hábitos de lectura, estudio e investigación Vivir con valores
- Vivir con valores
- Ser proactivo, positivo
- Dominar el idioma español y tener suficiencia en el idioma inglés o en una segunda lengua y en informática
- Ser corresponsable de su formación: compromiso de estudio, puntualidad, responsabilidad y ética (Página web de la Universidad Internacional del Ecuador).

Universidad Casa Grande (UCG)

La Universidad Casa Grande fue creada mediante Ley N°99-30 publicada en el Registro Oficial N° 212 del 15 de junio de 1999 y es patrocinada por la Fundación Innovación y Desarrollo.

Misión

“Formar personas éticas y socialmente responsables, proactivas, innovadoras, reflexivas, con capacidad investigativa y comprometidas con su profesión para el desarrollo de la sociedad desde las disciplinas humanas y sociales; que generen nuevos emprendimientos y conocimientos, propiciando un contexto incluyente, intercultural, diverso y de equidad de género.”

Visión

“Ser una comunidad educativa y profesional, generadora de cambios constructivos en la sociedad, reconocida en Latinoamérica por su metodología innovadora, excelencia académica y aportes al conocimiento.”

Valores

- Integridad
- Solidaridad
- Libertad
- Pluralismo
- Respeto
- Creatividad (Página web de la Universidad Casa Grande).

3.2. Modelos de universidades latinoamericanas

Varias universidades latinoamericanas han comenzado ya un proceso de responsabilidad social y se encuentran algunos modelos muy bien estructurados e incluso ejemplo para universidades de otras partes del mundo.

Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP)

La Pontificia Universidad Católica del Perú –fundada en Lima en 1917–, es la número uno del país, una de las treinta mejores de América Latina (según el Ranking Web de Universidades del Mundo) y la única peruana entre las 600 mejores del mundo en los rankings internacionales (según The Times y el QS World University Rankings 2009). Esta ubicación es un reconocimiento a la calidad de su enseñanza, investigaciones, publicaciones, responsabilidad social, aporte a la cultura e innegable liderazgo académico e institucional.

El objetivo del equipo rectoral es consolidar una Universidad de excelencia, con estándares internacionales y comprometida con el país, que sea reconocida como el mayor centro multidisciplinario de innovación científica, humanística y cultural del Perú por su amplio liderazgo académico e institucional, por ser defensora de los valores de la democracia, de los derechos y el desarrollo humanos, y por promover el uso responsable de los recursos naturales y del medio ambiente, todo ello en conjunción con los principios cristianos que la inspiran.

Misión

La Pontificia Universidad Católica del Perú:

Es una comunidad académica plural y tolerante, inspirada en principios éticos, democráticos y católicos.

Brinda una formación humanista, científica e integral de excelencia.

Contribuye a ampliar el saber mediante investigaciones e innovaciones de nivel internacional.

Promueve la creación y difusión de cultura.

Asume su compromiso con el desarrollo humano.

Se vincula de manera efectiva y permanente con su entorno.

Visión:

Al 2017 nuestra universidad:

Es un referente académico nacional y regional en la formación integral, multi - e interdisciplinar.

Cuenta con las condiciones necesarias para ser una universidad de investigación.

Interviene en la discusión y en el planteamiento de soluciones a problemas nacionales sobre educación, desarrollo social y sostenibilidad.

Valores:

- Búsqueda de la verdad
- Honestidad
- Justicia
- Liderazgo
- Pluralismo

- Respeto por la dignidad de la persona (Página web de la Pontificia Universidad Católica del Perú)

Universidad Santiago de Cali

La Universidad Santiago de Cali es una corporación de carácter civil, privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, fundada en el año de 1958, con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Justicia mediante la Resolución N°2800 del 2 de septiembre de 1959 y reconocida como Universidad por el decreto N° 1964 emanado del Ministerio de Educación Nacional, con domicilio en la ciudad de Santiago de Cali, Departamento del Valle del Cauca, República de Colombia.

Misión:

La Universidad Santiago de Cali asume y desarrolla con criterios de responsabilidad social y rigor académico, el servicio público de la Educación Superior, fundamentado en la flexibilidad y la calidad, con el propósito de contribuir a formar ciudadanas y ciudadanos de las más altas calidades intelectuales, profesionales y éticas.

Visión:

La Universidad Santiago de Cali, fiel a su trayectoria, consciente de sus compromisos y pertinencia con su entorno y con la sociedad se compromete en el corto y mediano plazo con el desarrollo y procura de sus propósitos y finalidades para alcanzar la calidad, la eficiencia y llegar a ser:

- Una institución esencialmente académica, con vocación regional, autónoma y comprometida con la sociedad colombiana para ser instrumento efectivo en el

desarrollo de lo local, regional, nacional, aspirando ser una de las mejores instituciones de educación superior del occidente colombiano.

- Una Universidad que contribuya para que el país alcance un nivel de competitividad capaz de asegurar su viabilidad económica y al mismo tiempo que reduzca la distancia entre los que más tienen, saben y los que viven en la ignorancia y la pobreza, brecha que vulnera las posibilidades de equidad social.
 - Una Universidad que fomente en los estudiantes una inconmensurable sensibilidad social que les permita hacer suya la problemática de sus congéneres y que a partir de esta interiorización, entiendan que es necesario fortalecer los lazos de amistad, tolerancia, solidaridad, participación y paz, de aceptación de la diferencia y de la construcción de comunidades a partir de ella.
 - Una Universidad que en atención a la problemática planteada en el país, enfatice y profundice en la formación científica, humanística, que contribuya a la formación de un ser autónomo, capaz de realizar sus sueños y de convertir en oportunidades los desafíos que se le presenten en la vida.
 - Una Universidad que en el suroccidente colombiano sea la pionera de la integración cultural, política, social, económica e intelectual de América Latina.
- (Página web de la Universidad Santiago de Cali)

3.3. Modelos de universidades del mundo

Dentro de los ejemplos de universidades localizadas fuera de Latinoamérica se ha tomado a Yale University y a la Universidad de Valladolid con el fin de dar una idea de las diferencias ideológicas contrastadas con las universidades más cercanas a nuestra realidad, pero también la diferencia misma entre esas universidades.

Yale University

La Universidad Yale comprende tres grandes componentes académicos: Yale College (el programa de pregrado), Graduate School of Arts and Sciences y las escuelas profesionales. Adicionalmente Yale comprende varios centros y programas, bibliotecas, museos y oficinas administrativas. Yale University cuenta con aproximadamente 11.250 estudiantes.

Yale University inició su historia en 1640 cuando clérigos colonos establecieron una preparatoria en New Haven para preservar la tradición de la educación liberal europea en el nuevo mundo. Esta visión fue completada en 1701 cuando se estableció un lugar donde los jóvenes puedan ser instruidos en artes y ciencias y puedan ser empleados en la iglesia y en el estado.

En la actualidad Yale se considera una de las universidades más importantes del mundo con estudiantes que provienen de los 50 estados del país y de 108 países. Está compuesta por 3.200 miembros universitarios, hombres y mujeres líderes en sus áreas respectivas. (Página web de Yale University)

Universidad de Valladolid

La Universidad de Valladolid es uno de los más importantes centros de Enseñanza Superior de España; sus más de 100 titulaciones de grado, 80 programas de doctorado (14 de ellos con Mención de Excelencia) y 68 títulos de posgrado -43 de Máster y 25 de Especialista-, su extensa red de relaciones internacionales, sus prestigiosos centros de investigación, el enorme potencial cultural y deportivo y un rico patrimonio arquitectónico y documental conforman un entorno académico excepcional,

homologable al de las más antiguas universidades europeas a las que por historia, por su nivel de excelencia y por la calidad de su investigación pertenece.

Misión:

La Universidad de Valladolid es una institución de servicio público, integrada por cuatro campus, abierta a todos los saberes, que aúna tradición secular e innovación científica y pedagógica. Su misión es la formación integral de sus estudiantes, la investigación y la difusión del conocimiento con la finalidad de liderar el desarrollo científico y cultural de la sociedad.

Visión:

La UVa quiere ser percibida en 2014 como una institución:

- Dotada de un eficaz sistema de dirección estratégica
- Que dispone de una oferta formativa de grado, postgrado y doctorado de calidad
- Que persigue la formación integral de los estudiantes y busca la actualización continuada de los conocimientos
- Que se ha convertido en un referente nacional e internacional por su actividad investigadora, y por la transferencia de los resultados de esa actividad.
- Que dispone de una plantilla motivada, cualificada, correctamente retribuida y en reciclaje constante, y con reconocimiento social.
- Que gestiona sus recursos con calidad, contribuyendo a su suficiencia financiera
- Con un elevado compromiso social

Valores:

Los valores son los principios, creencias y actitudes que deben regular el comportamiento de la institución y configurarse en el marco de referencia que inspire nuestro trabajo.

- Autonomía. Capacidad para decidir libre y democráticamente el rumbo de la institución y de las personas que la componen.
- Calidad. Excelencia en los procesos y en los resultados medida con indicadores objetivos y con el grado de satisfacción de la sociedad y de la comunidad educativa.
- Conciencia crítica. Capacidad de analizar e interpretar hechos y procesos para contribuir al desarrollo integral de la sociedad
- Cooperación. Capacidad de conciliar el interés propio con el interés general mediante el trabajo conjunto con otras personas e instituciones.
- Dinamismo. Capacidad de percibir, entender, anticipar y asumir los cambios para dar respuesta a las necesidades de la sociedad.
- Eficacia. Consecución de los objetivos previstos mediante la optimización de los recursos y el cumplimiento satisfactorio de la demanda social.
- Responsabilidad social. Compromiso de transparencia en la rendición de cuentas de nuestras actividades a la sociedad por el adecuado uso de los recursos que pone a nuestra disposición. (Página web de la Universidad de Valladolid)

3.4. Matriz comparativa de modelos de Responsabilidad Social Universitaria

Universidad	Ubicación	Ámbito de acción	Indicadores
-------------	-----------	------------------	-------------

Universidad Internacional del Ecuador	Quito Loja Guayaquil Galápagos	Campus responsable	Áreas verdes y senderos de interpretación. Más de 5000 árboles nativos sembrados en el campus. Sistema de recolección de agua lluvia y planta de tratamiento de aguas servidas. Clasificación y reciclaje de basura. Auditorio construido con materiales reciclados.
		Docencia	Programas académicos basados en el medioambiente y la sustentabilidad.
		Investigación	Investigación conjunta con la Universidad Le Cordon Bleu Sac sobre el cuy "Cavia Porcellus"
		Extensión	Proyecto "Yo cuido mi corazón" Clínica de especialidades odontológicas. Consultorio jurídico gratuito. Diagnóstico comunitario nutricional de las madres de la guardería Cristo de Miravalle. Propuesta de implementación de un sistema de monitoreo del código de comercialización de sucedáneos de la lactancia materna. Programa Best Buddies. Jornadas médicas en barrios marginales en Guayaquil. Convenios con universidades e instituciones para pasantías.
Universidad Casa Grande	Guayaquil	Campus responsable	Plan de evacuación. Capacitación en primeros auxilios. Plan de contingencia para desastres.
		Docencia	Utilización de métodos de simulación pedagógica o "casos". Experimentación con software educativo. Proyecto SIMSCHOOL MODULES (Simulación en el aula).
		Investigación	45 proyectos de titulación con temas que responden a necesidades reales de organismos, instituciones o empresas de fines no comerciales.
		Extensión	Campaña de sensibilización a la población sobre una conducta responsable frente al consumo y reciclaje de productos electrónicos. Proyecto educativo con actividades creativas dirigido a niños hospitalizados en SOLCA. Programa de formación en estimulación temprana dirigido al equipo de guarderías del Municipio y de los Centros de Desarrollo Infantil del INFA. Plan de acción para la inclusión educativa de un niño de 8 años con Síndrome de Down en un aula regular del sector popular. Plan de desarrollo local para la zona de Bastión popular con el apoyo del programa municipal ZUMAR: diagnóstico del sector y diseño de un modelo para mejoramiento del negocio barrial. Alianzas con FASINARM para crear un centro de prácticas. Alianzas con el Municipio de Guayaquil y Fundación Ecuador para la realización del programa de televisión educativa "Aprendamos: una oportunidad para superarnos".

Pontificia Universidad Católica del Perú	Lima - Perú	Campus responsable	Programa Huella Ecológica PUCP. Máquinas compactadoras de botellas PET. Educación ambiental en colegios.
		Docencia	Vinculación de trabajos encaminados a resolver necesidades reales de la sociedad. Trabajo con iniciativas de formación y responsabilidad social. Actividades de desarrollo social. Proyectos interdisciplinarios de desarrollo social. Premio docente a la Responsabilidad Social Universitaria.
		Investigación	Fondo concursable para investigaciones de Responsabilidad Social Universitaria.
		Extensión	Proyecto "La Garita". Proyecto Friaie. Proyecto Grupo de viviendas seguras y saludables. Proyecto de colaboración con el sector empresarial. Opciones de voluntariado.
Universidad Santiago de Cali	Cali - Colombia	Campus responsable	Elaboración de un nuevo estatuto profesional. Elaboración e implementación de nuevo Reglamento estudiantil. Reestructuración de los perfiles laborales y de los departamentos administrativos. Programa de mejoramiento de la calidad. Dinamización de los procesos de educación virtual. Adecuación del departamento de vacunación.
		Docencia	Capacitación a docentes en responsabilidad social universitaria. Convenios para participación y ejecución de proyectos sociales. Intercambios investigativos.
		Investigación	Promueven investigación científica. Participación en convocatorias con temas de responsabilidad social. Semillero de proyectos. Fomentar proyectos que ayuden a la solución de problemáticas locales, regionales y nacionales.
		Extensión	Trabajo mancomunado entre Departamento General de Investigaciones, grupos de investigación, docentes investigadores y semilleros de las distintas carreras para implementar, administrar y desarrollar programas y proyectos sociales. Centro de conciliación y arbitraje. Centro de proyectos. Educación continuada y consultoría empresarial.

Yale University	New Haven - EEUU	Campus responsable	Política de reducción de gases de efecto invernadero en un 10% de 1990 al 2020. Programa de ahorro de energía. Obtención de certificados de energía renovable. Uso de alimentos cultivados localmente para sus comedores. Planta de co-generación de energía limpia. Calefacción e iluminación controlada automáticamente para evitar desperdicio. Ventanas térmicamente eficientes. Construcciones ganadoras del Leadership in Energy and Environmental Design (LEED). Sustitución de vehículos regulares de la universidad por modelos híbridos. Instalación de paneles solares y turbinas eólicas. Capacitación en diversidad e inclusión. Desarrollo del talento interno. Desarrollo de programas de mentores. Oficina para programa de igualdad de oportunidades. Plan estratégico de sustentabilidad que incluye: disminución en la emisión de gases efecto invernadero, en los desperdicios creados por la universidad, en el número de vehículos usados en la universidad, papel usado para impresiones o copias y material de limpieza. Además incluye objetivos sobre creación de asignaturas y carreras para protección medioambiental.
		Docencia	Educación a estudiantes para consecución de objetivos de ahorro energético. Asignaturas sobre estudios del medio ambiente y sustentabilidad.
		Investigación	Centros de investigación como: Yale center for Green Chemistry and Green Engineering. Animal care and ethics in testing.
		Extensión	Trabajo con la población de New Heaven a través de proyectos de desarrollo económico, revitalización de vecindarios, apoyo a escuelas públicas y programas de adolescentes.
Universidad de Valladolid	Valladolid - España	Campus responsable	Campaña por un sentido de aprovechamiento de los recursos públicos investidos en la universidad. La inclusión social a través de la actividad física. Vivenciación de experiencia en torno a la discapacidad. Escala de actitudes hacia la responsabilidad social universitaria. Jornadas sobre responsabilidad social. Guardería. Gabinetes médicos.
		Docencia	Ayudas para cursos y acciones de formación relacionadas con responsabilidad social. Service learning. Sensibilización empática con las personas pertenecientes a otros entornos culturales, sociales y medioambientales. Conocimiento y reflexión en torno a colectivos en exclusión.

		Investigación	Premios de investigación UVA - Caja de Burgos. Promoción de líneas de investigación sobre responsabilidad social.
		Extensión	Voluntariado UVA. Hermandad del Cristo de la Cruz. Sociedad de debate. Centro Buendía de cultura, formación continua y extensión. Fundación Alberto Jiménez-Arellano Alonso. Museo de la universidad (MUVA).

Tabla 7: Matriz comparativa Modelos de RSU

Fuente: Elaboración propia, basado en la información de la página web de cada universidad

4. Análisis de los indicadores clave de Responsabilidad Social encontrados en los distintos modelos analizados y en la información obtenida de los distintos actores universitarios.

4.1.Fortalezas

Luego del análisis comparativo de los distintos modelos de responsabilidad social de las universidades tomadas como ejemplo, se puede anotar que una de las fortalezas de dichos modelos es el haberse construido con base a la realidad de cada institución y no tratando de copiar modelos ajenos sin un sustento real. De esta forma cada modelo prioriza las áreas más críticas de cada universidad sin dejar totalmente de lado otras áreas que componen el modelo.

Se puede destacar también que las acciones emprendidas no deben necesariamente ser grandes programas, planes o proyectos sino más bien tener un enfoque claro y estar previamente planificadas (no se pueden contar en un modelo de responsabilidad social acciones eventuales que realice la universidad o alguna entidad adherida a ella).

4.2.Debilidades

Dentro de los modelos consultados se ha encontrado que algunas instituciones no cuentan con una debida planificación de sus actividades de responsabilidad social o las mismas, a pesar de basarse en las necesidades encontradas por las autoridades, no han pasado por el debido proceso de autoevaluación institucional.

Además se ha podido ver que muchas veces las actividades de vinculación con la colectividad o extensión se encuentran bajo el nombre de responsabilidad social universitaria y no se toman en cuenta otros aspectos como campus responsable, docencia e investigación.

4.3.Puntos críticos

De cara a la realidad mundial actual, los puntos que más atención reciben por parte de las universidades consultadas se podrían incluir en los siguientes:

- Cuidado medioambiental y uso de nuevas energías
- Vinculación del currículo con la realidad del entorno
- Alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para realizar proyectos de vinculación y extensión.
- Valoración del Talento Humano de la institución.
- Vinculación de todos los actores universitarios.

4.4.Demandas y sugerencias

Luego del análisis realizado se puede sugerir, basándose en las fortalezas, debilidades y puntos críticos de los modelos, que un modelo de responsabilidad social universitaria se realice teniendo en cuenta:

- A pesar de que la propuesta salga de una persona o un grupo de personas, para un correcto modelo debe existir participación de todos los actores universitarios: autoridades, personal administrativo, docentes, estudiantes, *stakeholders*, etc.
- La responsabilidad social debe estar incluida en el Plan Estratégico de la institución o en su defecto debe existir un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Universitaria.
- Un modelo de responsabilidad social deberá ser integral, por lo que no se puede dejar de lado ningún área (campus responsable, docencia, investigación y extensión) a pesar de que se dé más o menos peso a cada una según las necesidades específicas de la institución.

5. Conclusiones

El análisis de los modelos de responsabilidad social empresarial y universitaria ha permitido derivar las siguientes conclusiones:

Muchas de las empresas y universidades han creado sus modelos a partir de las acciones que ya llevaban a cabo anteriormente, pero a través de un proceso de sistematización han podido establecer metas más claras, lo cual facilita su actuación.

El modelo de responsabilidad social, en muchos casos, deriva de la misión y visión de la institución o empresa, por lo cual es muy importante tener esto muy claro con el fin de que se puedan cumplir las metas propuestas en ésta área, así como en la misión y visión institucionales.

Muchas veces se necesitará apoyo externo y alianzas estratégicas, de esta forma el trabajo podrá hacerse de manera más integral y los resultados se verán mejor repartidos a lo largo de toda la cadena de valor.

La motivación e involucramiento de todos los actores es un elemento sumamente importante. No se puede concebir un modelo de responsabilidad social sin que todos sean conscientes del proceso y pongan su parte en el mismo.

Una observación importante es el correcto manejo de la comunicación de los logros alcanzados y del modelo completo con el fin de que la gente pueda acceder a esta información y de esta forma enterarse de lo que se está haciendo en esta área.

Las áreas de acción más cubiertas por las empresas son: medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad y prácticas laborales, mientras que en las universidades se podrían clasificar dentro de las áreas: campus responsable, docencia, investigación y extensión.

Es importante que el modelo se ajuste a las necesidades de cada institución y parta de un diagnóstico de la misma.

CAPÍTULO V: MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA PARA LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

1. Introducción

La creación de un modelo de responsabilidad social requiere el análisis de las necesidades y de los puntos fuertes de la institución o empresa a la que está destinado, para de esta forma cubrir las necesidades encontradas basándose en sus fortalezas.

El modelo que este capítulo pretende ofrecer se basará en la revisión bibliográfica realizada, además del análisis de otros modelos de responsabilidad social y la evaluación realizada a través de entrevistas y encuestas.

Se establecerán los ejes que guiarán la propuesta en base a los cuales se señalarán los ámbitos de acción del modelo y finalmente sus indicadores. El modelo final utilizará dichos indicadores para concretar acciones aplicables en el entorno universitario.

1. Ejes del modelo de Responsabilidad Social Universitaria.

Para Vallaes et al, la responsabilidad social universitaria puede ser tratada en términos de gestión de impactos, por lo cual define como los principales impactos de la institución universitaria a aquellos de funcionamiento institucional, educativos, cognitivos y epistemológicos y finalmente a los impactos sociales.

En base a los impactos generados, se deben definir ejes programáticos de gestión socialmente responsable de la universidad, los cuales los enmarcaremos dentro de los siguientes:

- Campus responsable: gestión socialmente responsable de la organización misma, del clima laboral, la gestión de recursos humanos, los procesos democráticos internos y el cuidado del medio ambiente. Aquí, la idea consiste en lograr un comportamiento organizacional éticamente ejemplar para la educación continua no formal (desde los mismos hábitos cotidianos rutinarios) de todos los integrantes de la Universidad, trabajadores administrativos, personal docente, estudiantes. Al vivir y reafirmar a diario valores de buen trato interpersonal, democracia, transparencia, buen gobierno, respeto de los derechos laborales, seguridad, prácticas ciudadanas, etc., los miembros de la comunidad aprenden e interiorizan normas de convivencia éticas. Al vivir y acatar a diario reglas de cuidado medioambiental y selección de desechos, ahorro de energía, reciclaje de residuos y agua, etc., en un campus ecológicamente sostenible, la comunidad universitaria tiene igualmente la oportunidad de aprender las normas de conducta ecológica (alfabetización ambiental) para el desarrollo sostenible.
- Formación ciudadana y profesional responsable: gestión socialmente responsable de la formación académica y pedagógica, tanto en sus temáticas, organización curricular como en sus metodologías y propuestas didácticas. Aquí, la idea es que la formación profesional y humanística se oriente realmente hacia un perfil de egresado que haya logrado e incorporado competencias ciudadanas de Responsabilidad Social para el desarrollo sostenible de su sociedad. Esto implica que la orientación curricular general, y parte de los cursos de cada carrera, tengan una relación estrecha con los problemas reales de desarrollo (económicos, sociales, ecológicos...) y puedan dictarse *in situ* en contacto directo con actores externos, bajo el método del Aprendizaje Basado en Proyectos Sociales (Aprendizaje Servicio).

- Gestión social del conocimiento: gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber, la investigación y los modelos epistemológicos promovidos desde el aula. Aquí, la idea consiste en orientar la actividad científica y la práctica experta hacia su responsabilización social, no solo a través de una concertación de las líneas de investigación universitaria con interlocutores externos, a fin de articular la producción del conocimiento con la agenda de desarrollo local y nacional y con los grandes programas emprendidos desde el sector público, sino también para que los procesos de construcción de los conocimientos se den de modo participativo con actores no académicos.
Asimismo, la responsabilización social de la ciencia implica la tarea de difundir ampliamente y de modo comprensible los procesos y resultados de la actividad científica, para facilitar el ejercicio ciudadano de reflexión crítica sobre la misma (accesibilidad social del conocimiento).
- Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo: gestión socialmente responsable de la participación social de la Universidad en el Desarrollo Humano Sostenible de la comunidad. Aquí, la idea apunta a la organización de proyectos con actores externos de tal modo que se constituyan vínculos de puente (Capital social) para el desarrollo social entre los participantes de los proyectos, de modo que estos últimos puedan aprender juntos (tanto los participantes académicos como los no académicos) durante el intercambio. Razón por la cual la participación socialmente responsable de la Universidad en el desarrollo social de su entorno no se limita en proyección para la capacitación de diversos públicos necesitados, sino que promueve la constitución de Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo, en las que se beneficie tanto los estudiantes y los

docentes como el resto de los actores externos, entidades con las que colabora o destinatarios finales de la acción social. (19-20)

2. Ámbitos de acción del modelo de Responsabilidad Social Universitaria.

Para estructurar un modelo de responsabilidad social universitaria, basándonos en los ejes programáticos anteriormente citados, podemos pensar en cuatro ámbitos de acción distintos:

- Campus responsable: una política de Gestión Organizacional, que permita la mejora continua del comportamiento ético y profesional cotidiano de la comunidad universitaria, a partir de la promoción, en las rutinas institucionales, de valores social y medioambientalmente responsables.
- Formación profesional y ciudadana responsable: una política de Formación académica socialmente responsable que permita lograr un perfil del egresado como profesional con aptitudes de solidaridad y responsabilidad social y ambiental, en el marco de una verdadera formación integral e íntegra.
- Generación y transmisión de conocimientos: una política de Investigación socialmente consensuada y significativa y una Gestión social del conocimiento que permitan asegurar la generación y transmisión de conocimientos interdisciplinarios congruentes con el Desarrollo Humano Sostenible, tanto en su temática como en su proceso de construcción y difusión.
- Participación social: una política de Participación social responsable que permita a la comunidad universitaria y sus colaboradores externos mejorar continuamente en su comportamiento social solidario para la promoción del Desarrollo Humano sostenible.

3. Indicadores para el modelo de Responsabilidad Social Universitaria.

Los indicadores que se utilizarán para el modelo de responsabilidad social se basan en el diagnóstico de las actividades de responsabilidad social realizadas anteriormente en a Universidad del Azuay, además de las áreas de mayor necesidad de intervención encontradas luego del diagnóstico realizado a través de encuestas y entrevistas a los actores universitarios.

La selección de estos indicadores se basa en dos principios, pertinencia e innovación. La pertinencia nos muestra la necesidad de que la organización preste especial atención a aquellas actuaciones que tengan un impacto más significativo en sus distintos ámbitos de influencia. Aquí la institución se puede ver tentada a afrontar acciones en áreas poco relevantes, pero cuya mejora supone un bajo coste, un esfuerzo limitado o un gran impacto en la imagen propia. Considerando que el coste y esfuerzo son variables que es legítimo considerar, no es menos cierto que pueden existir debilidades detectadas en la fase de diagnóstico que, por su pertinencia, la universidad no puede ignorar. La innovación nos presenta el reto de utilizar las fortalezas y debilidades de la organización con el fin de innovar y mejorar para adaptarse al entorno que presenta nuevas demandas y exigencias.

Los indicadores que se incluirán en el modelo se han obtenido a través de la siguiente plantilla:

Procedencia del área de mejora		Área de mejora	Eje programático	Evaluación		
				Pertinencia	Innovación	TOTAL
Cuestionario de Percepciones	1	Política institucional cuidado medioambiental	Campus responsable	5	5	25
	2	Reuniones con colegas para pertinencia social del currículo	Gestión social del conocimiento	5	3	15
	3	Reuniones con egresados	Gestión social del conocimiento	5	3	15
	4	Universidad inclusiva	Campus responsable	5	4	20

	5	Iniciativas de voluntariado	Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo	4	5	20
	6	Formación de sensibilidad social	Formación ciudadana y profesional responsable	5	4	20
	7	Aprendizaje basado en problemas sociales	Gestión social del conocimiento	5	5	25
	8	Profesores vinculan la enseñanza con problemas sociales	Gestión social del conocimiento	5	4	20
	9	Oportunidad de investigación para solución de problemas sociales	Gestión social del conocimiento	5	5	25
	10	Conocer a especialistas en desarrollo social y medioambiental	Formación ciudadana y profesional responsable	4	3	12
Indicadores extraídos de entrevistas	1	Política de selección de proveedores	Campus responsable	3	5	15
	2	Estructuración de las actividades que ya se realizan	Campus responsable	5	4	20
	3	Establecimiento de presupuesto para responsabilidad social	Campus responsable	5	4	20
	4	Incluir a la responsabilidad social como eje transversal en todas las carreras	Gestión social del conocimiento	5	5	25
	5	Apoyo de autoridades para proyectos sociales emprendidos en cada facultad	Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo	5	3	15
Demandas de grupos de interés	1	Universidad adaptada para inclusión	Campus responsable	5	4	20
	2	Pasantías en centros con fines sociales	Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo	5	3	15
	3	Asignatura sobre realidad nacional y social	Gestión social del conocimiento	4	5	20
	4	Entrenamiento específico para empleados	Campus responsable	5	3	15
	5	Participación en redes de responsabilidad social	Comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo	5	4	20

Tabla 8: Plantilla para contraste y selección de áreas de mejora.

Fuente: Elaboración propia, basado en Vallaeys et al. (44)

Los indicadores han sido valorados tomando en cuenta la pertinencia e innovación (según se ha explicado anteriormente) y en base a esto se han escogido los siguientes:

1. Política institucional de cuidado medioambiental
 2. Universidad inclusiva
 3. Iniciativas de voluntariado
 4. Aprendizaje basado en problemas sociales
 5. Oportunidad de investigación para solución de problemas sociales
 6. Estructuración de las actividades que ya se realizan
 7. Establecimiento de presupuesto para responsabilidad social
 8. Incluir a la responsabilidad social como eje transversal en todas las carreras
 9. Asignatura sobre realidad nacional y social
 10. Participación en redes de responsabilidad social
4. Modelo de Responsabilidad Social Universitaria aplicado a la Universidad del Azuay.

	Políticas	Acciones	Resultado	Medición
Manual de Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad del Azuay	Política de cuidado medioambiental	Capacitación al personal docente y administrativo en cuidado medioambiental	Personal capacitado y motivado para el cuidado medioambiental.	# de capacitaciones al personal
		Capacitación a estudiantes en cuidado medioambiental	Estudiantes capacitados y motivados para el cuidado medioambiental.	# de capacitaciones a estudiantes
		Campaña de ahorro y reutilización de papel	Disminución de la cantidad de desechos de la universidad.	# de resmas de papel utilizadas y # toneladas de papel desechadas mensualmente.
		Campaña de ahorro de recursos: electricidad y agua potable.	Disminución del gasto de recursos	Valor de planillas

		Incentivo para investigaciones sobre energía renovable y nuevas tecnologías.	Mayor número de investigaciones e innovaciones en nuevas tecnologías y energía renovable.	# de tesis e investigaciones orientadas a energía renovable y nuevas tecnologías
	Política de inclusión educativa	Capacitación al personal docente y administrativo en diversidad e inclusión	Personal capacitado en diversidad e inclusión	# capacitaciones al personal
		Capacitación a estudiantes en diversidad e inclusión	Estudiantes motivados y abiertos a la inclusión.	# capacitaciones a estudiantes
		Eliminación de barreras arquitectónicas	Campus universitario inclusivo.	# de barreras arquitectónicas halladas en la universidad
		Capacitación a docentes en adaptaciones curriculares según necesidades específicas de estudiantes.	Planificaciones adaptadas para necesidades específicas.	# de planificaciones inclusivas por carrera
	Formación académica socialmente responsable	Desarrollar espacios de reflexión y formación a docentes que motiven al abordaje interdisciplinario y la aplicación de metodologías pedagógicas (aprendizaje-servicio, aprendizaje basado en proyectos) que incluyan los valores y principios de la Responsabilidad Social.	Grupos interdisciplinarios que trabajen en base a proyectos sociales en la solución de diversas problemáticas de actualidad.	# de profesores trabajando bajo la metodología de aprendizaje-servicio y aprendizaje basado en proyectos.
		Realizar reuniones entre docentes y autoridades para analizar la pertinencia social del currículo de cada carrera.	Mayor pertinencia social del currículo.	# de reuniones de pertinencia social del currículo
		Establecer una asignatura sobre Responsabilidad Social que sirva de apoyo al currículo en general y establecer a la Responsabilidad Social Universitaria como eje transversal de todas las carreras.	Retroalimentación constante al proceso de responsabilidad social desde las aulas.	# de carreras que cuenten con la asignatura de Responsabilidad Social.
	Gestión efectiva de la vida institucional y del talento humano	Actualización de manuales de procedimiento de cada cargo	Mayor eficiencia y seguridad del personal	# de manuales de procedimiento actualizados
		Establecimiento de metas departamentales que favorezcan el trabajo en equipo	Aumento de la eficiencia y mayor consecución de metas.	# de metas de trabajo en equipo por departamento

		Diseñar estrategias de comunicación efectiva tanto interna como externa que faciliten el proceso de posicionamiento de la Responsabilidad Social como eje de actuación en la Universidad del Azuay.	Mayor conocimiento e involucramiento de todos los actores universitarios en el proceso de Responsabilidad Social.	# de vías de comunicación interna y externa de la universidad
		Actualización de la página web de la Universidad con el fin de indicar de manera clara los procesos de Responsabilidad Social llevados a cabo.	Transparencia en el proceso de comunicación de los resultados de Responsabilidad Social.	Página web actualizada. Espacio exclusivo de Responsabilidad Social en la página.
		Programas de capacitación y creación de talento humano.	Personal más capacitado y mejor servicio al cliente	# de programas de capacitación
		Capacitación y oferta de opciones saludables de comida dentro del campus universitario.	Personal y estudiantes más conscientes de su salud.	# capacitaciones en alimentación y salud. # de opciones saludables de comida en el campus universitario.
		Iniciativas que favorezcan el ejercicio y la actividad física.	Personal más saludable y motivado.	# de iniciativas de actividad física.
	Participación social responsable	Convenios con instituciones públicas, comunidades u ONG's para creación de centros de práctica <i>In Situ</i> .	Vinculación con la comunidad real.	# de convenios firmados. # de centros de práctica <i>in situ</i>
		Gestión de espacios de voluntariado para la participación de estudiantes, docentes y personal administrativo.	Fortalecimiento del sentimiento de pertenencia de todos los actores universitarios.	# de opciones de voluntariado disponibles para los actores universitarios.

Tabla 9: Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad del Azuay
Fuente: Elaboración propia, basado en información recopilada.

5. Recomendaciones de aplicación

La aplicación de este manual debe ser un proceso, para lo cual se recomienda:

- Incluir el cumplimiento del manual de Responsabilidad Social dentro del Plan

Estratégico de la Universidad del Azuay 2012 – 2017.

- Asignar un presupuesto inicial para Responsabilidad Social.
- Creación de una unidad de coordinación de Responsabilidad Social en la Universidad del Azuay, la misma que se encargará de la planificación y seguimiento del proceso.
- Para concretar aún más las propuestas de este modelo se puede plantear un proceso de autoevaluación que incluya a todos los actores universitarios, lo cual se puede realizar anualmente como método de control de avances y como base para establecer nuevas metas.
- La capacitación a todos los actores universitarios sobre el tema de Responsabilidad Social es el paso más importante y debe ser considerado en primer lugar, ya que la implementación de cambios físicos sin su respectiva capacitación tendrá pocos si no nulos resultados.
- La creación de una “pestaña” de Responsabilidad Social en la página web de la Universidad del Azuay puede incluir los aspectos ya presentes como los documentos de transparencia y acreditación, vinculación con la comunidad, así como las investigaciones realizadas en áreas de responsabilidad social. Esta pestaña ayudará además a difundir las acciones realizadas, lo cual se convierte en marketing para la Universidad.
- La mejor manera de seguir avanzando en responsabilidad social y formar una comunidad más cooperante será el incluir a la Universidad en organismos y redes de responsabilidad social como el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES), Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (REDUNIRSE), etc.

6. Conclusión

El presente capítulo es el resultado de la investigación bibliográfica y de campo realizada para definir la responsabilidad social y realizar un diagnóstico de las necesidades en este campo de la Universidad del Azuay.

En base a este trabajo se han definido cuatro ejes programáticos para gestionar los impactos generados por la universidad que son: campus responsable, formación ciudadana y profesional responsable, gestión social del conocimiento y comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo.

A su vez, estos ejes guía han derivado en ámbitos de acción y en indicadores que van dando forma al modelo final, el cual además cuenta con resultados esperados y factores de medición de la responsabilidad social.

La aplicación de este modelo será un proceso, el cual debe realizarse para poder lograr una mejor implantación de la responsabilidad social como eje central de toda la actuación universitaria, de esta forma, iniciar el proceso con capacitación en el área de responsabilidad social es fundamental, ya que los cambios se inician con las ideas y las ideas generan involucramiento y un cambio real en la estructura universitaria.

CONCLUSIONES

Luego del proceso llevado a cabo a través del trabajo de graduación “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad del Azuay” se puede concluir:

- La responsabilidad social es aún un tema bastante amplio y en algunos casos ambiguo, lo que ha llevado a que muchos autores, instituciones e incluso departamentos de gobierno hablen del término y consigan, aunque a paso lento, llegar a una serie de acuerdos y enfocar su aplicación a un nivel profundo en las empresas, superando el enfoque únicamente filantrópico e instrumental que se basaba en la maximización de resultados a través del marketing producido. Las empresas que utilizan este enfoque, lo utilizan también para la medición de sus resultados y la comunicación de los mismos a la sociedad, la misma que cada día está más pendiente de su actuar.

- Dentro de la responsabilidad social universitaria se encuentran también varias teorías o enfoques, los cuales se pueden clasificar en gerencial, transformacional y normativo según sea su motivación la medición del impacto de la actuación universitaria sobre la sociedad, la creación del debate necesario para reflexionar sobre la realidad social y los cambios que esta debe tener o el establecimiento de normas humanas que se proyecten desde la universidad hacia la sociedad de acogida. Dentro de todos estos enfoques, el estudiante es considerado el eje central, sin dejar de lado a todos los demás actores universitarios.

- A partir del diagnóstico de la responsabilidad social en la Universidad del Azuay se establece que las áreas con más necesidad de intervención son: el cuidado medioambiental (campus ambientalmente amigable), inclusión

educativa, la pertinencia social del currículo y una correcta vinculación con la comunidad.

- Las empresas y universidades que poseen modelos de responsabilidad social, han ido creando los mismos a través de un proceso que incluye la esquematización de antiguas actividades y el establecimiento de nuevas metas que están basadas en la misión y visión institucionales y que cuentan con el apoyo de un personal altamente motivado y una correcta difusión de sus logros.

- El modelo de responsabilidad social para la Universidad del Azuay está basado en ejes programáticos que pretenden gestionar los impactos generados por la universidad y dan lugar a los ámbitos de acción: campus responsable, formación profesional y ciudadana responsable, generación y transmisión de conocimientos y participación social. El modelo contiene además actividades, resultados esperados y factores para la medición de la responsabilidad social. La aplicación de dicho modelo deberá contar con un responsable de coordinar y controlar el proceso de aplicación, debiendo ser la capacitación a los actores universitarios el primer paso a seguir con el fin de obtener mejores resultados y un empoderamiento del proceso y conseguir que la responsabilidad social se vuelva el eje central de la actuación universitaria.

- Con el fin de formar parte aún más activa de la sociedad que la acoge, la Universidad del Azuay debe seguir un proceso de involucramiento real que favorezca la solución de los problemas que se le presentan y a la vez que le permita teorizar sobre dichas soluciones. Un proceso de responsabilidad social proyectado desde la universidad hacia la sociedad permite la consecución de uno de los principales objetivos que las instituciones de educación superior tienen

hoy en día: aportar a la creación de una sociedad más justa, equitativa y sustentable.

BIBLIOGRAFÍA

- APONTE, Claudia. *Propuesta de indicadores de evaluación de la función de proyección social/ extensión universitaria/ interacción en la educación superior*. Bogotá: Asociación Colombiana de Universidades. 2007.
- ARGANDOÑA, Antonio. *Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? En Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Documentación Social N° 146*. 2007.
- ARROYO, Gonzalo & SUAREZ, Andrés. *Responsabilidad Social Corporativa: Una mirada global*. Santiago de Chile: Universidad Alberto Hurtado. 2006.
- BARAÑANO, Margarita. *Contexto, concepto y dilemas de la responsabilidad social de las empresas transnacionales europeas: una aproximación sociológica. Cuadernos de relaciones laborales. Vol 27. N° 1*. 2009.
- BOWEN, Howard. *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Brothers. 1953.
- BRUNNER, José. *Globalización y el futuro de la educación. Tendencias, desafíos, estrategias. En análisis de prospectivas de educación en América latina y el Caribe*. Santiago: UNESCO. 2000.
- CLARK, Maurice. *The changing basis of economical responsibility*. Journal of Political Economy. 1916.
- COX, Javier & Cols. *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo*. Santiago: Acción Empresarial. 2003.
- DIDRIKSON, Axel. *La universidad Innovadora*. Caracas: Colección Respuestas N° 14, Ediciones IESAL/UNESCO. 2001.
- DRUCKER, Peter. *La sociedad postcapitalista*. Barcelona: Apóstrofe. 1995.
- EMPRESA. *La empresa y la responsabilidad social. Primeros pasos*. Santiago: Acción Empresarial. 2000.
- FREDERICK, William. *From CSR1 to CSR2. The maturing of business and society thought*. Business and Society. 1994.
- GARCÍA, Joaquín. *Público y Privado en la Acción Social. Del Estado de Bienestar al Estado Social*. Madrid: Editorial Popular. 1992.
- GARRIGA,

- Elisabet & MELE, Domènec. *Corporate social responsibility theories: mapping the territory*. Business Ethics. 2004.
- GARCÍA, Joaquín. *El voluntariado como recurso*. Valencia: Premio Investigación Bancaixa. 1994. LEE, Min-dong Paul. *A review of the corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead*. International journal of Management Reviews. 2008.
 - GARCÍA, Joaquín. *Solidaridad y voluntariado, Presencia social*. Santander: Editorial Sal Terrae. 1994. LOZANO, Josep. *Ética y empresa*. Madrid: Trotta. 1999.
 - GARCÍA, Joaquín. *Contra la exclusión. Responsabilidad pública e iniciativa social*. Santander: Editorial Sal Terrae. 1995. MARENS, Richard. *Recovering the past: reviving the legacy of the early scholars of corporate social responsibility*. Journal of Management history. 2008.
 - GARCÍA, Joaquín. *Contracultura de la solidaridad y Exclusión social: prácticas, discursos y narraciones*. Madrid: HOAC. 1998. MORROS, Jordi & VIDAL, Isabel. *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: FC. 2005.
 - GARCÍA, Joaquín. *Escuela solidaria, espacio popular*. Madrid: Editorial CCS. 2001.
 - GARCÍA, Joaquín. Mondaza, Guillermo. *Jóvenes, universidad y compromiso social Una experiencia de inserción comunitaria*. Madrid: Narcea. 2002.
 - GARCÍA, Joaquín. Mondaza, Guillermo. Torregrosa, Rubén. *Jóvenes en la era de las migraciones. Una experiencia de liderazgo comunitario*. Madrid: Editorial Khaf. 2010.
 - JARAMILLO, M & cols. *Plan Estratégico 2008-2012*. Obtenido el 31 de mayo de 2011 de la Página Web de la Universidad del Azuay:
http://www.uazuay.edu.ec/documentos/plan_estrategico_2008.pdf
 - LEE, Min-dong Paul. *A review of the corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead*. International journal of Management Reviews. 2008.
 - LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR. Suplemento del Registro Oficial. Año I. Quito. Supl. 2010.

- LOZANO, Josep. *Ética y empresa*. Madrid: Trotta. 1999.
- MARTÍ, Juan & Cols. *Responsabilidad Social Universitaria: acción aplicada de valoración el bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas* en Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, número 018. Universidad Bolivariana. Santiago. 2007. Obtenido el 9 de junio de 2011 de la Página Web de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.
[Http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfred.jsp?Icve=30501815](http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfred.jsp?Icve=30501815)
- MAYORGA, Román. *La UCA hacia el futuro en Universidad para la liberación: la proyección social de la UCA*. Obtenido el 18 de abril de 2011 de la Página Web de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”:
http://www.uca.edu.sv/facultad/chn/c1170/Universidad_para_la_liberacion.pdf
- MURILLO, David. *La RSE. Por qué, cómo y hacia dónde*. En Alcoberro: Ética, economía y empresa. Barcelona: Gedisa. 2007.
- PORTER, Michael & KRAMER, Mark. *La filantropía empresarial como ventaja competitiva*. Harvard Deusto Business Review. 2003.
- SECCHI, Davide. *Utilitarian, managerial and relational theories of corporate social responsibility*. International Journal of management reviews. 2007.
- VALLAEYS, Françoise. *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. 1997 Obtenido el 31 de mayo de 2011 de <http://www.ausjal.org/files/rsu.doc>
- VALLAEYS et Cols. *Responsabilidad Social Universitaria. Primeros pasos*. México, DF.: McGraw Hill. 2009.
- VALOR, Carmen & RUA, Antonio. *La opinión y valoración de los consumidores sobre la responsabilidad social en la empresa en España en Cuadernos de Información económica*. 2007.
- WINDSOR, Duane. *The future of corporate social responsibility*. International Journal of Organizational Analysis. 2001.

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta Campus Responsable para docentes

Campus responsable - Encuesta para docentes

Campus responsable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- Estoy satisfecho con el nivel de remuneración que brinda la universidad	1	2	3	4	5	6
2.- Estoy satisfecho con los beneficios sociales y profesionales que brinda la universidad.	1	2	3	4	5	6
3.- Dentro de la universidad se promueve el trabajo en equipo y la solidaridad.	1	2	3	4	5	6
4.- Existe un buen clima laboral entre el personal	1	2	3	4	5	6
5.- La universidad brinda facilidades para el desarrollo personal y profesional de los profesores.	1	2	3	4	5	6
6.- Hay equidad de género en las instancias de gobierno de la universidad.	1	2	3	4	5	6
7.- No existe discriminación en el acceso a la docencia ni por género, religión, raza, orientación política o sexual.	1	2	3	4	5	6
8.- La universidad es socialmente responsable con su personal docente y no docente.	1	2	3	4	5	6
9.- La universidad es ambientalmente responsable.	1	2	3	4	5	6
10.- Existe una política institucional para la protección del medio ambiente en el campus.	1	2	3	4	5	6
11.- El personal docente y no docente recibe una capacitación en temas ambientales por parte de la universidad.	1	2	3	4	5	6
12.- La organización de la vida en el campus permite a las personas adquirir hábitos ecológicos adecuados.	1	2	3	4	5	6
13.- Las autoridades de la universidad han sido elegidas en forma democrática y transparente.	1	2	3	4	5	6
14.- Me siento escuchado como ciudadano y puedo participar activamente en la vida institucional.	1	2	3	4	5	6
15.- La universidad me informa adecuadamente acerca de todas las decisiones institucionales que me conciernen y afectan.	1	2	3	4	5	6
16.- Se brinda periódicamente información económico-financiera al personal de la universidad.	1	2	3	4	5	6
17.- Percibo coherencia entre los principios que declara la universidad y lo que se practica en el campus.	1	2	3	4	5	6
18.- La comunicación y el marketing de la universidad se llevan a cabo en forma socialmente responsable.	1	2	3	4	5	6
19.- La universidad promueve relaciones de cooperación con otras universidades del medio.	1	2	3	4	5	6
20.- La universidad busca utilizar sus campañas de marketing para promover valores y temas de responsabilidad social.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 43

ANEXO 2

Encuesta Formación profesional y ciudadana para docentes

Formación profesional y ciudadana – Encuesta para docentes

Formación profesional y ciudadana	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- La universidad brinda a los estudiantes una formación ética y ciudadana que los ayuda a ser personas socialmente responsables.	1	2	3	4	5	6
2.- He tenido reuniones con colegas para examinar los aspectos de responsabilidad social ligados a la carrera que enseño.	1	2	3	4	5	6
3.- Percibo que los estudiantes están bien informados acerca de las injusticias sociales y los riesgos ecológicos del mundo actual.	1	2	3	4	5	6
4.- Los diversos cursos que dicto están actualizados y responden a las necesidades sociales del entorno.	1	2	3	4	5	6
5.- En los cursos a mi cargo los estudiantes tienen que hacer actividades que impactan positivamente en el entorno social.	1	2	3	4	5	6
6.- Vinculo a menudo los contenidos temáticos enseñados con los problemas sociales y ambientales de la actualidad.	1	2	3	4	5	6
7.- He tenido la oportunidad de vincular cursos a mi cargo con proyectos sociales fuera de la universidad.	1	2	3	4	5	6
8.- He participado en actividades de voluntariado solidario con colegas y alumnos.	1	2	3	4	5	6
9.- En mi especialidad hemos tenido reuniones con actores sociales externos para discutir la pertinencia social del currículo.	1	2	3	4	5	6
10.- Hemos tenido reuniones con egresados de la especialidad para discutir la adecuación del currículo a las demandas sociales actuales.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 49

ANEXO 3

Encuesta Campus responsable para personal no docente

Campus responsable - Encuesta para personal no docente

Campus responsable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- Estoy satisfecho con el nivel de remuneración que brinda la universidad	1	2	3	4	5	6
2.- Estoy satisfecho con los beneficios sociales y profesionales que brinda la universidad	1	2	3	4	5	6
3.- Dentro de la universidad se promueve el trabajo en equipo y la solidaridad	1	2	3	4	5	6
4.- Existe un buen clima laboral entre el personal	1	2	3	4	5	6
5.- La universidad brinda facilidades para el desarrollo personal y profesional de sus empleados	1	2	3	4	5	6
6.- Hay equidad de género en las instancias de gobierno de la universidad	1	2	3	4	5	6
7.- No existe discriminación en el acceso al empleo, ni por género, religión, raza, orientación política o sexual	1	2	3	4	5	6
8.- La universidad es socialmente responsable con su personal no docente	1	2	3	4	5	6
9.- La universidad es ambientalmente responsable	1	2	3	4	5	6
10.- Existe una política institucional para la protección del medio ambiente en el campus	1	2	3	4	5	6
11.- El personal recibe una capacitación en temas ambientales por parte de la universidad	1	2	3	4	5	6
12.- La organización de la vida en el campus permite a las personas adquirir hábitos ecológicos adecuados	1	2	3	4	5	6
13.- Las autoridades de la universidad han sido elegidas en forma democrática y transparente	1	2	3	4	5	6
14.- Me siento escuchado como ciudadano y puedo participar activamente en la vida institucional	1	2	3	4	5	6
15.- En la universidad hay libertad sindical	1	2	3	4	5	6
16.- La universidad me informa adecuadamente acerca de todas las decisiones institucionales que me conciernen y afectan	1	2	3	4	5	6
17.- Se brinda periódicamente información económico-financiera al personal de la universidad	1	2	3	4	5	6
18.- Percibo coherencia entre los principios que declara la universidad y lo que se practica en el campus	1	2	3	4	5	6
19.- La comunicación y el marketing de la universidad se llevan a cabo en forma socialmente responsable	1	2	3	4	5	6
20.- La universidad busca utilizar sus campañas de marketing para promover valores y temas de responsabilidad social.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 44

ANEXO 4

Encuesta Campus Responsable para estudiantes

Campus responsable - Encuesta para estudiantes

Campus responsable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- En la universidad las relaciones interpersonales con en general de respeto y cordialidad.	1	2	3	4	5	6
2.- Percibo que hay un buen clima laboral entre los trabajadores de la universidad.	1	2	3	4	5	6
3.- Entre profesores y estudiantes hay un trato de respeto y colaboración.	1	2	3	4	5	6
4.- No percibo discriminación por género, raza, nivel socioeconómico u orientación u orientación política o sexual.	1	2	3	4	5	6
5.- Hay equidad de género en el acceso a los puestos directivos.	1	2	3	4	5	6
6.- Me siento escuchado como ciudadano, puedo participar en la vida institucional.	1	2	3	4	5	6
7.- La universidad está organizada para recibir a estudiantes con necesidades especiales.	1	2	3	4	5	6
8.- La universidad toma medidas para la protección del medio ambiente en el campus.	1	2	3	4	5	6
9.- He adquirido hábitos ecológicos desde que estoy en la universidad.	1	2	3	4	5	6
10.- Percibo que el personal de la universidad recibe una capacitación y directivas para el cuidado del medio ambiente en el campus.	1	2	3	4	5	6
11.- Los procesos para elegir a las autoridades son transparentes y democráticos.	1	2	3	4	5	6
12.- Las autoridades toman las grandes decisiones en forma democrática y consensuada.	1	2	3	4	5	6
13.- Percibo coherencia entre los principios que declara la universidad y lo que se practica en el campus.	1	2	3	4	5	6
14.- Los estudiantes se preocupan y participan activamente en la vida universitaria.	1	2	3	4	5	6
15.- Los estudiantes tienen una participación adecuada en las instancias de gobierno.	1	2	3	4	5	6
16.- En la universidad reina la libertad de expresión y participación para todo el personal docente, no docente y estudiantes.	1	2	3	4	5	6
17.- Se me informa de modo transparente acerca de todo lo que me concierne y afecta en la universidad.	1	2	3	4	5	6
18.- Los mensajes publicitarios que difunde la universidad son elaborados con criterios éticos y de responsabilidad social.	1	2	3	4	5	6
19.- La universidad nos invita a mantener buenas relaciones con las demás universidades con las cuales compite.	1	2	3	4	5	6
20.- La universidad busca utilizar sus campañas de marketing para promover valores y temas de responsabilidad social.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 41

ANEXO 5

Encuesta Participación social para estudiantes

Participación social – Encuesta para estudiantes

Participación social	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- Percibo que mi universidad se preocupa por los problemas sociales y quiere que los estudiantes seamos agentes de desarrollo.	1	2	3	4	5	6
2.- Percibo que mi universidad mantiene contacto estrecho con actores clave del desarrollo social (Estado, ONG, organismos internacionales, empresas).	1	2	3	4	5	6
3.- La universidad brinda a sus estudiantes y docentes oportunidades de interacción con diversos sectores sociales.	1	2	3	4	5	6
4.- En mi universidad se organizan muchos foros y actividades en relación con el desarrollo, los problemas sociales y ambientales.	1	2	3	4	5	6
5.- Existe en la universidad una política explícita para no segregar al acceso a la formación académica a grupos marginados (población indígena, minoría racial, estudiantes de escasos recursos, etc.) a través de becas de estudios u otros medios.	1	2	3	4	5	6
6.- En mi universidad existen iniciativas de voluntariado y la universidad nos motiva a participar de ellos.	1	2	3	4	5	6
7.- En el transcurso de mis estudios he podido ver que asistencialismo y desarrollo están poco relacionados.	1	2	3	4	5	6
8.- Desde que estoy en la universidad he podido formar parte de grupos y/o redes con fines sociales o ambientales organizados o promovidos por mi universidad.	1	2	3	4	5	6
9.- Los estudiantes que egresan de mi universidad han recibido una formación que promueve su sensibilidad social y ambiental.	1	2	3	4	5	6
10.- En el transcurso de mi vida estudiantil he podido aprender mucho sobre la realidad nacional y los problemas sociales de mi país.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 55

ANEXO 6

Encuesta Formación profesional y ciudadana para estudiantes.

Formación profesional y ciudadana – Encuesta para estudiantes

Formación profesional y ciudadana	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.- La universidad me brinda la formación ética y ciudadana que me ayuda a ser una persona socialmente responsable.	1	2	3	4	5	6
2.- Mi formación es realmente integral, humana y profesional, y no solo especializada	1	2	3	4	5	6
3.- La universidad me motiva para ponerme en el lugar de otros y reaccionar contra las injusticias sociales y económicas presentes en mi contexto social.	1	2	3	4	5	6
4.- Mi formación me permite ser un ciudadano activo en defensa del medio ambiente e informado acerca de los riesgos y alternativas ecológicas al desarrollo actual.	1	2	3	4	5	6
5.- Los diversos cursos que llevo en mi formación están actualizados y responden a necesidades de mi entorno	1	2	3	4	5	6
6.- Dentro de mi formación he tenido la oportunidad de relacionarme cara a cara con la pobreza	1	2	3	4	5	6
7.- Dentro de mis cursos he tenido la oportunidad de participar en proyectos sociales fuera de la universidad	1	2	3	4	5	6
8.- Mis profesores vinculan la enseñanza con los problemas sociales y ambientales de la actualidad	1	2	3	4	5	6
9.- Dentro de mi formación tengo la posibilidad de conocer a especialistas en temas de desarrollo social y ambiental	1	2	3	4	5	6
10.- Dentro de mis cursos he tenido la oportunidad de hacer investigación aplicada a la solución de problemas sociales y ambientales.	1	2	3	4	5	6

Fuente: Vallaeys, Françoise et al. Responsabilidad Social Universitaria. Pg. 48