

LA UNIVERSIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Ricardo Andrés Gaete Quezada¹
Universidad de Antofagasta

Resumen

El propósito del ensayo es presentar algunos puntos de vista sobre el concepto de responsabilidad social y analizar la importancia que mantiene hoy en día la adecuada conciencia por parte de las organizaciones respecto del impacto que causan sus acciones en el entorno, y de manera particular en este ensayo para el caso de las Universidades, como ejemplo de una de las Instituciones sociales que deben cuidar el impacto que generan en su entorno, contribuyendo de manera más efectiva al desarrollo sustentable que permita prolongar la calidad de vida de las personas en un entorno estable, por medio de la aplicación de una filosofía individual y colectiva asociada con valores y principios, que se vinculan con un desarrollo responsable y permanentemente consciente de los impactos y efectos que generan las acciones de personas y organizaciones en el medio ambiente.

Palabras Claves: Responsabilidad Social, Gestión Universitaria, Desarrollo Sustentable.

Abstract

The intention of the test is to display some points of view on the concept of social responsibility and to analyze the importance that nowadays maintains the suitable conscience on the part of the organizations respect to the impact which they cause his actions in the surroundings, and to particular way in this test for the case of the Universities, like example of one of the social Institutions that must take care of the impact which they generate in his surroundings, contributing of more effective way to the sustainable development, that allows to prolong the quality of life of the people in stable surroundings, by means of the application of an individual and collective philosophy associated with values and principles, that tie with a responsible development and permanently conscious of the impacts and effects that generate the actions of people and organizations in environment.

Key Words: social responsibility, university management, sustainable development.

1. Introducción

Entre las múltiples corrientes de pensamiento, estrategias o conceptos que

¹ Licenciado en Ciencias de la Administración, Magíster en Gestión Pública.

proponen un desarrollo sustentable y plenamente consciente del impacto que tienen las acciones humanas en el entorno, la Responsabilidad Social Corporativa aparece como un concepto y una corriente de pensamiento contemporánea bastante interesante y cada vez con mayores adherentes a la hora de generar estrategias eficientes que permitan obtener un desarrollo sustentable.

En ese escenario, no sólo adquiere importancia para el desarrollo sustentable el hecho de que las organizaciones y las personas que las integran, comprendan algunos de los aspectos centrales del concepto de Responsabilidad Social que serán analizados a lo largo del presente ensayo, sino que probablemente sea igualmente importante para una adecuada comprensión y aplicación de este concepto el rol que le compete de manera particular a la Universidad, desde su noble y desinteresado papel de contribución y desarrollo de la sociedad.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, respecto del rol que le cabe a la Universidad en relación con la Responsabilidad Social, éste no se limita simplemente a la enseñanza, investigación y extensión de dicho concepto, sino que también en el ámbito de la propia gestión institucional, la Universidad debe estar plenamente consciente del efecto de sus decisiones y acciones, en cuanto al impacto que generan en su entorno inmediato en términos de desarrollo sustentable.

De esta manera, así como muchas Universidades a lo largo del mundo actualmente acogen con mucha fuerza enfoques vinculados con modelos de gestión como la planificación estratégica, gestión por competencias profesionales, Acreditación Institucional o el emprendimiento, también deberían incorporar en todas sus actividades y estamentos desde una perspectiva transversal los conceptos de desarrollo sustentable y especialmente el de Responsabilidad Social.

2. La Responsabilidad Social: Diferentes perspectivas.

Dentro de los múltiples conceptos y temáticas que han liderado el desarrollo humano de los últimos años del siglo pasado y los primeros del actual siglo, el desarrollo sustentable ha cobrado un carácter aglutinante para la gran mayoría de los esfuerzos por mejorar el desarrollo humano, aludiendo a una preocupación mundial por el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y especialmente a la conservación de los ecosistemas para garantizar a las futuras generaciones la posibilidad de disfrutar de un nivel de calidad de vida similar o mejor que el de sus ancestros.

Tal es así que en los últimos años se ha privilegiado el cuidado del entorno, especialmente el uso de los recursos naturales, propiciado probablemente entre otros aspectos por la elaboración de la Agenda 2015, que viene a coronar los múltiples esfuerzos de un par de décadas de lucha por la superación de la pobreza, la erradicación de enfermedades catastróficas, el cuidado del medio ambiente, la distribución equitativa de la riqueza, entre otros aspectos por los cuáles han luchado las causas de personas e instituciones internacionales y no gubernamentales, que han puesto énfasis en la necesidad de construir un mundo mejor para las próximas generaciones.

En el escenario descrito, especialmente las empresas comienzan a aparecer en la mira de muchos de los grupos y organizaciones que promuevan el desarrollo sustentable, como las grandes responsables del progresivo deterioro del ecosistema, la explotación indiscriminada de los recursos naturales o el abuso hacia las personas más pobres a la hora de pagar salarios, extensión de jornada de trabajo entre otras críticas.

Lo anterior, basado probablemente en gran medida en el hecho de que las organizaciones empresariales, al constituirse en la principal unidad económica de la sociedad, han mantenido desde su aparición como uno de sus propósitos principales la producción de los bienes y servicios necesarios para que la misma sociedad pueda satisfacer sus necesidades fundamentales.

No obstante, para el cumplimiento de dicho rol y para la obtención de utilidades económicas, las empresas le han generado a la sociedad múltiples costos sociales o externalidades, muchas veces considerados secundarios frente a los beneficios económicos que las empresas pretenden alcanzar.

En virtud de lo señalado hasta este punto, habitualmente el concepto de Responsabilidad Social ha sido circunscrito mayoritariamente a las acciones que emprenden la empresas y especialmente los efectos e impacto que dichas acciones puedan tener en el entorno de las mismas.

Sin embargo, el concepto en comento tiene una aplicación muchísimo más amplia que es aplicable a todo tipo de organizaciones y no solamente a las empresas, que además abarca no solo el ámbito externo de una organización sino que también adquiere mucha importancia la aplicación del concepto de responsabilidad social al interior de la organización, en cada acción, actitudes y comportamientos de las personas en el ejercicio de sus funciones habituales, como un valor o principio que integra la cultura organizacional.

A nivel mundial, el Secretario de las Naciones Unidas en el año 2000 propuso llevar a cabo un acuerdo de carácter mundial en el ámbito de las organizaciones para establecer una especie de Código de Conducta tendiente a generar comportamientos socialmente responsables que todo tipo de organizaciones incluidas las empresas deben asumir.

Este acuerdo fue denominado "Global Compact" y busca generar un llamado de atención hacia todo tipo de organizaciones pero especialmente dirigido hacia las empresas, donde se incluyen también por ejemplo a las Instituciones de carácter no gubernamental, para construir un mercado más justo, equitativo y con cabida para todos, proponiendo diez principios distribuidos en cuatro grandes áreas:

El Global Compact ha logrado una rápida y numerosa adhesión por parte de los Estados y múltiples organizaciones en cada país, que abarca desde Empresas productivas, Instituciones públicas, entidades bancarias, sindicatos, Partidos Políticos, Universidades y ONGs., demostrando que el declararse socialmente responsable no es algo exclusivo de las Empresas sino que muy por el contrario, debiera transformarse en una práctica habitual para cualquier tipo de organización generada por la Sociedad.

Derechos Humanos	Normas Laborales	Medio Ambiente	Corrupción
1. Apoyo y respeto a los DD.HH. a nivel internacional	3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.	7. Las empresas deben apoyarse en la aplicación de un criterio de prevención respecto de los problemas medioambientales.	10. Las empresas deberán actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.
2. Las Organizaciones deben evitar involucrarse en abusos de los DD.HH.	4. Eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.	8. Adoptar iniciativas de promoción de una mayor responsabilidad ambiental.	
	5. Abolición efectiva del trabajo infantil.	9. Fomentar el desarrollo y difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	
6. Eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.			

Fuente: Basado en Carneiro (2004)

Con una perspectiva latinoamericana, el Instituto ETHOS de Brasil que define responsabilidad social como "la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuáles se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales". (IARSE, 2003, página 4)

El mismo Instituto Ethos desarrolla un conjunto de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial relacionados directamente con los principios que componen el Pacto Global, indicadores que fueron creados como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de la empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de responsabilidad social a la planificación estratégica y la evaluación del desempeño general de la empresa. Los indicadores se transforman en una herramienta de auto evaluación y planificación de la empresa y se encuentra dividido en siete grandes temas: Valores y gobernabilidad corporativa, Público Interno, Medio Ambiente, Proveedores, Consumidores y clientes, Comunidad, Gobierno y sociedad.

La Comisión de las Comunidades Europeas, en su denominado "Libro Verde" establece un "Marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas", señalando que este término se define como "la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". (Comisión Europea, 2001, página 7)

El mismo Marco Europeo señala que las Empresas actuales, en un entorno globalizado han comenzado a reconocer a la responsabilidad social como una situación que puede tener "valor económico directo", reconociéndola como un activo estratégico en el desarrollo de la estrategia empresarial y la gestión de la

misma, por lo que le resultaría rentable económicamente a una empresa desarrollar una gestión socialmente responsable, orientada no sólo a objetivos de carácter económico sino que también al logro de objetivos sociales y medioambientales.

De igual forma, el Libro Verde plantea que "ser socialmente responsable" no implica exclusivamente el respeto pleno e irrestricto de la normativa legal vigente, muy por el contrario, es necesario que las empresas hacia las cuáles se dirige el marco europeo en comento realicen esfuerzos aun mayores, especialmente invirtiendo en su capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, como los pilares del modelo europeo de responsabilidad social empresarial.

Finalmente, el Libro Verde establece una situación dicotómica de la Responsabilidad Social en las organizaciones, señalando la existencia de una dimensión interna orientada a la realización de prácticas socialmente responsables dirigidas hacia los recursos humanos de la empresa, compuesta entre otros aspectos por la Gestión de RR.HH., salud y seguridad en el trabajo, gestión del cambio y gestión de los recursos naturales.

Por otro lado, la dimensión externa del concepto de responsabilidad social se asocia con la forma en como una empresa se relaciona con una serie de interlocutores existentes en el entorno de la misma, entre los que se mencionan los socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas, ONGs.

Desde una perspectiva más clásica de la gestión de organizaciones, es difícil no considerar en esta discusión bibliográfica la percepción y los aportes sobre Responsabilidad Social desarrollados por Peter Drucker, quien en 1965 señala que este concepto está en directa relación con el origen de toda organización: La Sociedad.

En virtud de lo señalado por Drucker, una organización socialmente responsable debe procurar cumplir con el propósito por el cual ha sido creada y que se vincula con la atención de una necesidad de la sociedad, estando plenamente consciente del impacto que sus acciones causan a la comunidad y la sociedad, señalando que sería socialmente irresponsable que una organización aceptara otras responsabilidades que pudieran "estorbar" seriamente el desempeño en su misión o tarea principal.

No obstante lo anterior, el mismo autor señala que las organizaciones mantienen la responsabilidad de cumplir con su misión buscando "*un enfoque de los problemas sociales que encaje con sus competencias y que le permita transformar un problema social en una oportunidad para la organización*". (Drucker, 1996, páginas 88 -89)

De acuerdo con Manuel Carneiro la responsabilidad social corporativa puede entenderse como "*la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y morales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores*". (Carneiro, 2004, páginas 32 - 33)

El mismo autor citando a Carroll, coincide en señalar la existencia de tres áreas donde la Responsabilidad Social Corporativa debe desplegarse:

La Responsabilidad Económica, que desde la perspectiva empresarial es el tipo de responsabilidad clásica y habitual, traducida en la búsqueda de aumentar las utilidades y beneficios al máximo desde la perspectiva de los accionistas de la organización.

La Responsabilidad Sociocultural, traducida fundamentalmente en la realización por parte de la empresa de acciones de interés y beneficio social, que entre otros aspectos consideren el adecuado respeto de la ley, las costumbres y la herencia cultural.

La Responsabilidad Medioambiental, que se vincula sin lugar a dudas de manera directa con el desarrollo sostenible, lo que implica la preocupación y obligación de la organización por el cuidado y preservación de los recursos y el ecosistema en su conjunto.

Profundizando el concepto de Responsabilidad Social, Donnelly, Gibson e Ivancevich lo analizan desde la perspectiva de las responsabilidades éticas y sociales de la gerencia, señalando que este concepto se encuentra vinculado con tres elementos de interés: Obligación Social, reacción social y sensibilidad social. (Donnelly, 1995, página 64)

En el caso de la obligación social, la responsabilidad social corporativa de una empresa se ve reflejada cuando ésta "trata de obtener beneficios dentro de los límites legales que impone la sociedad", identificando a la sociedad en su conjunto como la instancia hacia la cual las empresas deben su existencia, por lo que deben entonces compensar a la sociedad por el derecho que ésta les asigna para obtener beneficios. De esta manera, todas las acciones u omisiones de las empresas que no se enmarquen dentro de los límites legales establecidos por la sociedad serán reflejo de un comportamiento socialmente irresponsable de la empresa, especialmente por no responder a la confianza depositada por la sociedad en este tipo de organizaciones.

La responsabilidad social como reacción social se encuentra relacionada con las expectativas que la sociedad deposita en una empresa al momento de encargarle la producción de bienes y servicios específicos, expectativas que van más allá del simple cumplimiento de su rol como empresa y que se relaciona especialmente con la preocupación por responsabilizarse por los costos sociales o externalidades que el proceso productivo desarrollado por la empresa pueda generar, especialmente en el ámbito ecológico y ambiental, afirmando además que la sociedad como parte de las expectativas depositadas en una empresa espera que este tipo de organizaciones "contribuyan a resolver los problemas de la sociedad, incluso aquellos que no pueden atribuírseles directamente". (Donnelly, 1995, página 66)

Finalmente, la responsabilidad social relacionada con la sensibilidad social trata de analizar una característica clave en la gestión de las empresas en relación con el tema de este proyecto, que se vincula con la capacidad que deben desarrollar las empresas para identificar de manera pro activa y anticipadamente los asuntos de interés público, previniendo las necesidades futuras de la sociedad y tratando de manera voluntaria generar acciones y propuestas para resolver los problemas de la sociedad.

Además, Donnelly, Gibson e Ivancevich desarrollan una clasificación de las actividades específicas que otorgan mayor operatividad al concepto de responsabilidad social y que tratan de responder a las necesidades y demandas de la sociedad en la cuál se encuentra inserta la empresa: (Donnelly, 1995, páginas 69-71)

- Incorporación de sistemas de aseguramiento de la calidad y seguridad en la línea de fabricación de los productos.
- Desarrollando las prácticas de mercadotecnia basadas en principios de transparencia e integridad en la publicidad de sus productos.
- Fomentando el aumento de las competencias laborales de sus empleados a través de programas de capacitación y educación que les permita adaptarse a los cambios tecnológicos en lugar de despedirlos.
- Preocupándose por incorporar tecnologías de producción limpia para mejorar el impacto negativo hacia el medio ambiente y el ecosistema que pudiera provocar el proceso de producción de la empresa.

En lo referido a la relación con los empleados, las prestaciones y la satisfacción en el trabajo, los autores plantean acciones vinculadas al desarrollo laboral de las minorías, desarrollando políticas de contratación y carrera laboral de mujeres o grupos étnicos, y en cuanto a la salud y seguridad laboral de los empleados, identifican como una preocupación de las empresas socialmente responsables el proporcionar "ambientes de trabajo cómodos, limpios y seguros".

Finalmente, los autores citados analizan el tema de la filantropía y la responsabilidad social, identificando a este tema como un elemento integrante del concepto de responsabilidad social, expresado especialmente en las donaciones que muchas empresas realizan a distintas instituciones sociales o culturales, especialmente las universidades, fundaciones o agrupaciones que realizan acciones que van en beneficio de las minorías o sectores sociales más desposeídos.

No obstante los eventuales efectos positivos que puedan implicar estas donaciones para los grupos beneficiarios, muchas empresas asocian el concepto de responsabilidad social única y exclusivamente con los recursos que destinan a actividades de carácter filantrópico, mostrándose muchas veces en total ignorancia de las otras vertientes o formas de expresión que el concepto de responsabilidad social tiene o lo que es peor, en muchas ocasiones destinan "las sobras para las obras", destinando para el desarrollo de obras sociales aquellos recursos que no son reclamados por los accionistas o por los márgenes de productividad que se le exigen a la gerencia de cada empresa.

Los autores Fremont Kast y James Rosenzweig desarrollan el tema "Responsabilidad Social y Ética Personal", identificando algunos aspectos de la percepción de la sociedad sobre las empresas y especialmente plantean que al parecer la sociedad está cambiando "las reglas del juego" para las empresas, señalando que la efectividad de este tipo de organizaciones no tiene como único indicador el aspecto económico, sino que cada vez más son planteadas exigencias

a las empresas para que intervengan en la atención y solución de los problemas sociales más complejos.

Basándose en un informe de responsabilidades sociales de las empresas elaborado por el Comité para el Desarrollo Económico, plantean la existencia de tres círculos concéntricos de responsabilidad: (Kast, 1999, página 162).

Un círculo interior que abarca las responsabilidades directas y básicas de cualquier empresa relacionadas con la obtención de niveles de eficiencia en la función económica que desarrollan expresada en productos y servicios, trabajos y crecimiento económico.

Un círculo intermedio que establece el cumplimiento de las responsabilidades directas descritas anteriormente con una conciencia sensible a los cambios generados en la sociedad referidos a valores y prioridades en temáticas tales como protección ambiental, relaciones laborales, satisfacción de las expectativas de los consumidores de manera específica en relación con acceso a información, trato justo y servicio técnico y de post venta.

Finalmente, el círculo exterior se orienta a la asunción por parte de las empresas de responsabilidades en desarrollo y que se encuentran relacionadas con las necesidades emergentes de la sociedad, especialmente asociados a la pobreza o el hacinamiento urbano por ejemplo, que se debieran reflejar en una mayor participación de las empresas en áreas como la reducción de la inflación y el desempleo, apoyo a la educación o lucha contra el hambre.

De esta manera, los autores en comento señalan que las responsabilidades clasificadas en el círculo interior obedecen a aquellas que históricamente las empresas han poseído como tal y que les exigen alcanzar niveles de eficiencia en el plano económico en cuanto a la producción de los bienes y servicios por los cuales la sociedad las ha creado, encontrando como fundamento para este tipo de responsabilidades el hecho de que a la sociedad no le son útiles las empresas ineficientes, en banca rota o incapaces de entregar un producto o servicio acorde con las necesidades exigidas por la sociedad que crea a las empresas.

En cambio, las responsabilidades adscritas a los círculos intermedios y exterior son de más reciente aparición y de una complejidad mayor para las empresas, especialmente aquellas referidas al círculo exterior y probablemente las empresas en forma individual no podrán solucionar estas problemáticas sociales en su totalidad pero la sociedad espera que a lo menos las empresas no se comporten insensibles frente a los mismos y por el contrario se muestren interesadas en realizar contribuciones para solucionar algún aspecto de dichas problemáticas.

En virtud de lo anterior, se identifican las "cuestiones sociales" que la sociedad actual identifica como deseable para que las empresas desarrollen su responsabilidad social y que permiten identificar basándonos en la perspectiva de los autores los ámbitos o áreas donde la empresa debe materializar su accionar socialmente responsable:

- Relaciones con los clientes: entregar información sobre el producto, empaque,

publicidad transparente y honesta, garantías sobre la calidad y seguridad del producto o servicio entre otras.

- Medio ambiente: Control y minimización de la contaminación en distintos recursos y sectores tales como aire, agua, ruidos, olores o visual.
- Individual: entrega de garantías que aseguren la realización de prácticas laborales transparentes y ajustadas a derecho, especialmente en aspectos no discriminatorios.
- Comunidad: realización de obras y acciones asociadas a la filantropía, ejecutadas en áreas tales como la educación, las artes o la cooperación con los municipios.
- Gobierno: desarrollo de las actividades empresariales con estricto respeto de las leyes y reglamentos así como el establecimiento de relaciones de colaboración con los distintos niveles gubernamentales existentes en la zona geográfica donde la empresa opera.
- Sociedad en su conjunto: asociado a la calidad de las relaciones que la empresa establece con los distintos grupos de interés tales como accionistas o proveedores con los cuáles se vincula en virtud de los procesos productivos que realiza, además de la definición de una postura corporativa frente a las cuestiones nacionales e internacionales de mayor interés.

En virtud de todos los elementos expuestos anteriormente, los autores Kast y Rosenzweig plantean que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa plantea una forma de "autocontrol" desarrollado por la empresa más que el resultado de la intervención de fuentes externas que obliguen a desarrollar ciertos tipos de comportamientos. Además, plantean que este concepto busca que los intereses privados de las empresas respondan a las necesidades sociales. (Kast, 1999, página 163).

De esta manera, plantean que la Responsabilidad Social Corporativa "es la idea de que las corporaciones tienen una obligación frente a otros grupos de la sociedad que no son los accionistas solamente, y que va más allá de las prescritas por la ley o un contrato con el sindicato".

Sin embargo, establecen dos "facetas críticas" del concepto desarrollado: la obligación frente a otros grupos sociales debe ser asumida de manera voluntaria, no existiendo ningún tipo de coerción de por medio ni de carácter legal o contractual por ejemplo; y la segunda faceta crítica del concepto dice relación con que esta obligación frente a otros grupos puede ser muy amplia y abarcar a distintos grupos de interés con los cuales la empresa mantiene vínculos y que puede abarcar grupos sociales tales como los clientes, los empleados, los proveedores y las comunidades vecinas.

El autor Ramón Gisbert i Gelonch define a la responsabilidad social de la empresa como la obligación que ésta contrae para con los elementos de su entorno general y específico, es decir elementos que afectan a todas las empresas por igual y elementos propios del sector en donde la empresa se encuentra adscrita. Señala

además que la empresa recibe múltiples ventajas al estar inserta en la sociedad por lo cual debe devolver a la sociedad, aunque de manera parcial, las utilidades no tangibles que percibe. (Gisbert, 2002, página 156).

Los argumentos planteados por el autor para sustentar esta "obligación" de la empresa con los elementos de su entorno se relacionan con el hecho de que las empresas no sólo debieran entregar utilidades y beneficios a los propietarios o accionistas, sino que debieran considerar en sus objetivos e impactos a cualquier persona o grupo que este involucrada o afectada por las actividades de la empresa.

Gisbert coincide de esta forma con lo planteado anteriormente por los autores Kast y Rosenzweig en cuanto a la identificación de los grupos sobre los cuales puede ejercer influencia, señalando a los clientes y consumidores, trabajadores, sociedad, comunidad local y proveedores como los grupos de interés o públicos con los cuáles la empresa se vincula y respecto de los cuáles debiera hacer efectiva su responsabilidad social.

Es necesario efectuar un análisis particular respecto de lo planteado por Gisbert para la comunidad local y los proveedores como grupos de interés relacionados con el quehacer de las empresas. En el caso de la comunidad local, señala que la ciudad o pueblo inmediatos o más cercanos a la zona geográfica donde la empresa se inserta deben recibir los productos más baratos y constituir la fuente mayoritaria de empleados de la empresa, como una forma de expresión clara de un comportamiento socialmente responsable y comprometido con la comunidad en la cual la organización se encuentra inserta.

Respecto de lo planteado por Gisbert para los proveedores, señala que la empresa puede lograr acuerdos con sus proveedores para mejorar la capacidad técnica de éstos, la eliminación o reciclado de subproductos y los beneficios de estas empresas.

Finalmente, el autor Gisbert esgrime algunos argumentos que explican por qué no todas las empresas presentan un comportamiento socialmente responsable: (Gisbert, 2002, páginas 158-161).

El elevado coste que implican algunas de las medidas que reflejan un comportamiento socialmente responsable de la empresa, especialmente en el corto plazo, desalientan la implementación de las mismas, especialmente cuando el marco legal que pueda regular algunas instancias relacionadas con responsabilidad social establecen normas excesivamente permisivas o con bajas sanciones si la empresa no cumple con ciertos aspectos, con lo cuál es más barato para la empresa pagar la multa que implementar medidas socialmente responsable.

El tamaño de la estructura organizacional de la empresa también influye, debido a que las empresas más grandes cuentan con los recursos y visión respecto de la importancia de la ética y los comportamientos socialmente responsables, en cambio las pequeñas y medianas empresas en muchas ocasiones no disponen de estas condiciones.

Malos ejemplos e imitación de lo negativo, aludiendo específicamente a las

empresas que descubren comportamientos socialmente irresponsables pero que no infringen ningún aspecto del marco legal, permiten que muchas empresas sigan el ejemplo o bien que las empresas que tratan de cumplir con sus obligaciones de comportamiento socialmente responsables deban protegerse de estas prácticas irresponsables, pero que pueden llegar a generar ventajas competitivas.

Compromiso de la Dirección, vinculado directamente con el dicho "hechos y no palabras", puesto que muchas veces los intentos por desarrollar estrategias de responsabilidad social se quedan en discursos, manuales, documentos o promesas pero que jamás son puestos en práctica, restándole credibilidad a las iniciativas y acciones de responsabilidad social.

No obstante lo señalado hasta aquí, el concepto de Responsabilidad Social no solo es aplicable a las empresas, sino que muy por el contrario es totalmente aplicable también (y así debería ser) a todo tipo de organizaciones originadas por la sociedad, tales como servicios públicos o estatales, organismos no gubernamentales, organismos internacionales intergubernamentales, partidos políticos, asociaciones gremiales y por supuesto a las Universidades, y no solamente pensar en su aplicación en las empresas como erróneamente a veces se quiere plantear.

Finalmente, plantear una propuesta personal de un concepto de Responsabilidad Social, quizá desde una perspectiva más bien holística, basada en las concepciones expuestas anteriormente, entendiéndolo por responsabilidad social *"el desarrollo de las actividades propias de una organización en virtud del rol asignado por la sociedad, con una conciencia plena del impacto que generan sus propias acciones en el entorno desde las perspectivas económica, legal, social y medioambiental, aplicando en su gestión de manera voluntaria un conjunto de valores y principios que se orientan a la protección y cuidado de los intereses de la sociedad en su conjunto"*.

De esta manera, en base a esta concepción personal, los valores y principios individuales y especialmente organizacionales juegan un rol fundamental, no sólo para el enfoque de responsabilidad social que pueda aplicar una organización sino que también en relación con otros procesos de vital importancia para las instituciones en la actualidad tales como la cultura organizacional y la planificación estratégica a través de la misión institucional, en donde los valores y principios orientarán el comportamiento y las actitudes de los individuos de la organización para gestionar adecuadamente estas variables fundamentales de toda organización.

3. La Responsabilidad Social y las Universidades

Una vez analizados los principales enfoques y puntos de vista referidos al concepto de Responsabilidad Social, corresponde analizar el tema propuesto desde la perspectiva de la Universidad socialmente responsable, especialmente inserta en la sociedad del conocimiento, donde adquieren gran importancia la disponibilidad de elementos valóricos y culturales que sustenten una Universidad plenamente consciente del impacto de sus acciones en el sistema social.

Es muy probable que no exista duda ni rechazo al afirmar que la Universidad como Institución tradicional de la sociedad desde hace varios siglos, en su rol actual le corresponde formar profesionales (docencia), desarrollar investigación generadora de nuevo conocimiento y avance científico, y realizar extensión hacia la comunidad donde se inserta, como las tres funciones tradicionales y mundialmente reconocidas para cualquier institución universitaria, a las cuáles se agrega la función de gestión universitaria que permite disponer y utilizar los recursos necesarios para permitir a las Universidades ejecutar sus funciones principales de manera eficiente.

En el año 1998 la UNESCO realizó en la ciudad de París la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, la cual se desarrolló basada en torno a 12 debates temáticos respecto de los cuáles se elaboró un documento de trabajo por cada uno de los debates temáticos en base a la discusión y aportes de representantes de las ONGs y Organizaciones Intergubernamentales además de expertos y miembros de UNESCO.

El debate temático número 12 de dicha Conferencia, estuvo destinado al análisis y discusión del tema "Autonomía, responsabilidad social y libertad académica", de cuyo documento de trabajo elaborado en aquella ocasión es posible afirmar que la Universidad contemporánea no ha escapado a los vertiginosos procesos de cambio originados por la economía y la tecnología que han afectado al resto de las organizaciones generadas por la sociedad.

En esa perspectiva, se identifica como "un factor determinante y clave del progreso individual y social" a la generación y difusión del conocimiento, especialmente en términos del grado de desarrollo social y económico que alcancen los países en un escenario globalizado y altamente cambiante, razón por la cual la responsabilidad de la Universidad en este escenario es cada vez mayor. (UNESCO, 1998, página 4)

Lo anterior, se traduce en el aumento de la demanda por educación superior que surge de la necesidad de generar y difundir nuevo conocimiento, lo cuál se ve dificultado para las Universidades debido a la disminución de los recursos financieros y a la restricción de este recurso que sufren las universidades actualmente, especialmente desde el Estado, lo cual hace surgir una serie de cuestionamientos hacia la Universidad actual.

Además, la globalización de la economía, los intercambios financieros y la agresiva incorporación de la tecnología en casi todas las actividades humanas son otra serie de factores que condicionan el trabajo de las Universidades en la actualidad, obligando a este tipo de Instituciones a modificar sus actividades, especialmente el modelo de gestión universitaria.

En este escenario, la UNESCO identifica como elementos o condiciones de trabajo esenciales para que las Universidades puedan hacer frente a las nuevas responsabilidades emanadas de la sociedad del conocimiento y la globalización a la libertad académica y la autonomía, donde la primera es entendida como la legítima preocupación del ámbito académico por no verse restringido en cuanto al desarrollo y generación del conocimiento y la búsqueda de la verdad en términos

de poder criticar y cuestionar responsable y libremente, donde por medio de la libertad académica la Universidad pueda cumplir verdaderamente con su rol.

La autonomía se relaciona más bien con la necesaria capacidad que debieran poseer las Universidades para "autogobernarse institucionalmente", especialmente en términos de dotar a las Universidades de las capacidades y atribuciones para que estas Instituciones puedan tomar decisiones y desarrollar sus acciones de acuerdo a los requerimientos y demandas de la sociedad en lo relacionado a la docencia, investigación y extensión que realizan las Universidades hoy, dentro de un marco periódico de rendición de cuentas hacia la sociedad asociada con el concepto de Accountability, el cual se reconoce como un aspecto central de la responsabilidad social. (UNESCO, 1998, página 8)

De esta manera, la autonomía se orienta a que los equipos de gestión de las diferentes Universidades a nivel mundial puedan desarrollar una buena administración especialmente en términos de la generación de recursos dado la escasez de los mismos, especialmente debido a la disminución constante de los recursos del Estado para la educación superior.

Esto ha obligado a las Universidades a incorporar con suma urgencia criterios de eficiencia y productividad económica y no sólo científica, con lo cuál en muchas ocasiones deben desarrollar enfoques más de carácter empresarial que les permita desarrollar una gestión eficiente de los recursos.

Sin embargo, para algunos puntos de vista, la situación planteada anteriormente pone en entredicho la real condición de Universidad como Institución Social, que debiera estar más preocupada por la búsqueda de la verdad y la generación de nuevo conocimiento que por la eficiencia y productividad económica, lo que en el escenario actual no parece posible por que la Universidad no podrá cumplir con sus funciones básicas de docencia, investigación y extensión por las cuáles ha sido creada sin una eficiente y autónoma gestión institucional.

Desde una óptica más crítica, Noam Chomsky plantea algunas ideas interesantes para discutir cual es la Responsabilidad Social de las Universidades en la actualidad, que de acuerdo con el autor se encontraría asociada con la idea de desempeñar "*una función liberadora y subversiva que permita a la sociedad discriminar si las actuales instituciones de orden, autoridad y dominio son útiles en términos de los derechos y necesidades humanas fundamentales*". Lo anterior se complementa con el hecho de que Chomsky plantea un sistema mundial compuesto por Instituciones que atentan contra los intereses sociales en pos de sus intereses particulares. (Chomsky, 2002, páginas 116 - 118).

Lamentablemente, como lo plantea el mismo autor, quizá coincidente en parte con lo planteado por la UNESCO, las Universidades en la actualidad insertas en un sistema de poder y dominio, se encuentran obligadas a legitimar el actual orden mundial independientemente si dicho ordenamiento es útil o no para los derechos y necesidades de la sociedad, fundamentalmente porque las Universidades serían "*económicamente parasitarias*" porque dependen del apoyo externo para poder desarrollar sus principales funciones. Esto debido a que se puede crear una especie de dilema o contradicción para las Universidades respecto a cumplir su

responsabilidad social de ejercer una postura liberadora y subversiva que pueda ir en contra de los intereses de las Instituciones de las cuáles depende económicamente, como podrían ser las empresas que financian las investigaciones que las Universidades realizan o el propio Estado que aporta con algunos recursos a las entidades de Educación Superior.

Desde otra perspectiva, en el seminario "La Universidad Construye País" realizado en Chile por la Corporación Participa en Octubre del 2002, que forma parte de las actividades de un interesante proyecto desarrollado por un Consorcio de 11 Universidades chilenas, se 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"*. (Corporación Participa, 2002, página 11)

Bajo este concepto, el proyecto "Universidad: Construye país" se transforma en una propuesta de promoción de la Responsabilidad Social Universitaria, elaborando un conjunto de indicadores para analizar a la Universidad socialmente responsable, que pretenden identificar el grado de desarrollo de un conjunto de valores y principios que orienten las acciones que la Universidad emprenda, entre los que son posible mencionar el compromiso con la verdad, integridad, excelencia y finalmente Interdependencia e Interdisciplinariedad.

En virtud de la definición entregada por el mencionado proyecto, es posible identificar tenuemente algunos de los aspectos importantes del concepto de Responsabilidad Social Universitaria, especialmente en referencia a la difusión y puesto en práctica de un conjunto de principios y valores generales y específicos, los cuáles necesariamente debieran estar referidos a la existencia de un pensamiento estratégico que sustente la visión y la misión institucional, así como sus objetivos y estrategias que permitan orientar en forma clara y concreta las acciones que emprenderá el equipo directivo de una Universidad.

Desde esta perspectiva, la existencia de un pensamiento estratégico consciente de propiciar un desarrollo sustentable permitirá al Equipo Directivo gestionar una Institución socialmente responsable que declare desde su "razón ser" valores y principios que presten especial atención al desarrollo de acciones y actividades que cuiden el impacto en el entorno, y que sirva de *"guía y orientación para el resto de los miembros de la organización en el desarrollo de sus actividades, procurando aplicar dichos valores y principios, generando además sentimiento de pertenencia y de compromiso en las personas que componen la organización, así como un sentido de dirección respecto de lo que se quiere lograr"*. (Goodstein, 2000, páginas 167 y ss.)

Además, la necesaria presencia de valores y principios generales y específicos vinculados a la existencia de una Universidad socialmente responsable se relaciona con el concepto de Cultura Organizacional, que de acuerdo con Robbins se encuentra referida a *"un sistema de significado compartido entre sus miembros y que distingue a una organización de las otras"*. (Robbins, 1999, página 595)

Basándose en la definición anterior, es posible señalar que los integrantes de una institución, las personas que la componen, responderán a ciertos "códigos internos" que condicionarán sus comportamientos y conductas en materia laboral, donde es posible establecer que estos códigos de conducta o comportamiento estarán fuertemente vinculados con los valores individuales u organizacionales que prevalecerán al momento de desarrollar sus funciones y tareas, por lo que un individuo tomará decisiones basándose en estos valores que rigen su actuar, siendo la responsabilidad social una de esas posibilidades que regulen el comportamiento de las personas, por lo que la cultura organizacional resultará imprescindible.

4. Algunas Conclusiones.

En primer término, señalar la absoluta validez e importancia que tiene la aplicación del concepto de Responsabilidad Social a cualquier tipo de organización que sea originada por la sociedad y no de manera exclusiva para las empresas, razón por la cuál para efectos de las Universidades y el cumplimiento de su rol social, éste hoy se ve afectado fuertemente por la globalización, obligándolas a desarrollar importantes esfuerzos en términos de gestión organizacional para poder financiar sus actividades.

Luego, la Responsabilidad Social debe ser asumida voluntariamente por parte de las organizaciones, basándose en un conjunto de valores y principios que orienten el comportamiento individual e institucional y no en aspectos coercitivos o incentivos legales que les permitan rebajar impuestos por desarrollar una actividad de carácter "social o benéfica".

Para finalizar este ensayo, resulta conveniente señalar algunas ideas respecto de las posibles formas de expresión que debiera asumir la Responsabilidad Social en las Universidades en la actualidad y que pudieran ser características de una "universidad socialmente responsable", entre las que destacan:

- Cumplir con el rol que le ha asignado la sociedad y que dice relación con desarrollar pensamiento crítico y reflexivo respecto del tipo de sociedad que se requiere por medio de la generación y difusión de nuevo conocimiento.

- Asumir voluntaria y estratégicamente la Responsabilidad Social señalada por la sociedad actual para las Universidades, identificando a la actitud socialmente responsable como una "Ventaja Competitiva", que ayudará a la Universidad especialmente a la hora de obtener financiamiento de acuerdo con el escenario actual de la Educación Superior planteado por UNESCO.

- En el plano interno, desarrollar un proyecto educativo institucional orientado por una clara concepción valórica y de principios generales y específicos que sean puesto en práctica en la visión, misión y estrategias que expresen claramente la conciencia del rol e impacto que la Universidad socialmente responsable tiene en su entorno como un sistema abierto.

- Existencia de una Cultura Organizacional caracterizada por valores y principios

que regulan el comportamiento de los miembros de la organización en términos de preocuparse por el impacto de sus acciones, especialmente en cuanto al efecto positivo y negativo que puedan causar a los demás en el ejercicio de sus puestos de trabajo para el caso de académicos y funcionarios, así como en el caso de los estudiantes que también se ven influenciados por dicha cultura organizacional.

En el plano externo, fomentar una conciencia social de un estilo de vida basado en valores y principios orientados hacia formas más sostenibles en la utilización de los recursos y cuidado del medio ambiente, de acuerdo con las áreas para la responsabilidad social enunciadas en este ensayo, a través de sus actividades prioritarias de docencia, investigación y extensión.

Formación de profesionales e intelectuales orientados a realizar su trabajo profesional considerando un conjunto de valores y principios socialmente responsables para el desarrollo de sus actividades profesionales y sociales que permita a la Universidad no sólo difundir el concepto sino que también contribuir a su desarrollo y aplicación.

Una conclusión particular requiere el tema de la realidad actual de las Universidades, insertas en el proceso de globalización planteado por la UNESCO y confirmado por Chomsky, especialmente en relación con una especie de "dilema ético" que estaría afectando a las Universidades contemporáneas, vinculado con el rol que este tipo de Instituciones debe cumplir en cuanto al desarrollo de una actitud reflexiva y crítica que cuestione aquellas situaciones o sistemas que puedan poner en riesgo los intereses y necesidades de la sociedad que acoge a las Universidades.

El dilema ético se produciría a partir del instante en el cuál las Universidades, para poder realizar sus actividades y por ende cumplir con su rol, deben entrar en la lógica de generar sus propios recursos, debido a que el Estado deja de otorgar financiamiento a las Universidades en una gran cantidad de países, obligándolas a buscar nuevas fuentes de financiamiento para sus actividades, debiendo mejorar sus estrategias de gestión institucional preocupándose por la eficiencia económica de sus acciones.

Esas condicionantes estarían poniendo en peligro la libertad académica y la autonomía universitaria señaladas por UNESCO, o la permanente reflexión, actitud crítica y fiscalizadora como rol principal que deben cumplir las Universidades planteado por Chomsky.

Lo anterior debido a que las Universidades estarían quedando "un tanto prisioneras" de las instancias de las cuáles obtienen financiamiento en la actualidad, por lo cual no pueden ejercer este rol descrito por Chomsky hacia quiénes los financian, fundamentalmente por temor a perder los recursos económicos que necesitan para poder funcionar, especialmente cuando quiénes financian a las Universidades no son socialmente responsables, generándose esta especie de dilema ético señalado anteriormente y que se traduce en que las Universidades tampoco pueden cumplir con su propia responsabilidad social.

Bibliografía

- CARNEIRO, M. (2004). *La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La nueva frontera de los Recursos Humanos*, ESIC Editorial, Madrid España.
- CHOMSKY, N. et al (2002). *Los límites de la globalización*, Editorial Ariel, Barcelona España.
- COMISIÓN EUROPEA (2001). *El Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Bruselas Bélgica.
- CORPORACIÓN PARTICIPA (2003). *La Universidad Construye País*, Santiago de Chile.
- DONNELLY, J. (1995). *Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas*, Editorial Irwin, España.
- DRUCKER, P. (1996). *La Sociedad Poscapitalista*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires Argentina.
- GISBERT, R. (2002). *La Empresa: naturaleza, clases, entorno y competencia*. Editorial Octaedro Empresa, Barcelona España.
- GOODSTEIN, L. (2000). *Planificación Estratégica Aplicada*, Editorial Mc Graw Hill, Bogotá Colombia.
- IARSE (2003). *Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresarial*. http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=descargas&id_cat=2
- KAST, F. (1999). *Administración en las Organizaciones. Enfoque de sistemas y de contingencias*, Editorial Mc Graw Hill, México.
- ROBBINS, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*, Editorial Prentice, México.
- UNESCO (1998). *Debate temático: Autonomía, Responsabilidad Social y Libertad Académica*, Paris Francia.