

Ética empresarial en la responsabilidad social universitaria

Business ethic in University social responsibility

Alain Castro Alfaro¹

Resumen

Las universidades son, en Colombia y en el mundo entero, las que tienen como misión la formación de las élites intelectuales las cuáles serán las que llevarán las riendas de la sociedad y su presencia es fundamental en la actual sociedad del conocimiento. El presente artículo enfatiza en la ética empresarial y cómo ha influido en la concepción y la formación de la Responsabilidad Social Universitaria para las instituciones de educación superior. La metodología a utilizar para este trabajo será de nivel descriptivo y explicativo. Esta investigación tiene un valor importante, ya que la sociedad está sedienta de lo moral. Se busca probar que las bases de la RSU provienen de la ética, las cuales se traducen en principios y valores que una universidad socialmente responsable debe tener en todo su proceso de gestión.

Palabras Clave: Ética; responsabilidad social universitaria; principios; valores; universidad.

Abstract

Universities are in Colombia and around the world, whose mission is the training of the intellectual elite which will be those that will take the reins of the society and its presence is

¹ Sociólogo. Magister en Gestión de la Alta Dirección

Coordinador de Investigaciones del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Rafael Núñez

AGLALA ISSN 2215-7360 2013;

4 (1): 1-13

alain.castro@curnvirtual.edu.co

Fecha de recepción: Abril de 2013 / Fecha de aceptación en forma revisada: Julio 2013

essential in today's knowledge society. This paper emphasizes business ethics and how it has influenced the design and formation of the University Social Responsibility for higher education institutions.

The methodology to use for this paper will be descriptive and explicative. This research has a important value as the society is thirsty for moral. This research will demonstrate that the basis of Social Responsibility which are translated into principles and values that a university must have in all their management process.

Keywords: Ethic; university social responsibility; principles; values; university.

Introducción

Las universidades están dedicadas a la formación de profesionales, transmitiendo conocimiento que son los que los estudiantes llevarán a la sociedad para satisfacer las necesidades de ella. La Declaración Mundial sobre Educación Superior para el siglo XXI que tuvo lugar en el año 1998, enfatiza en que las universidades deben verse como socialmente responsables.

Los alcances y la trascendencia que está teniendo la ética empresarial justifican discutir sobre ella y analizar con mayor profundidad sobre su repercusión en la formación de principios y valores que son las bases de la Responsabilidad Social Universitaria.

El objetivo del presente artículo es la comprensión de cómo la ética se presenta en tal proceso de la educación superior y cómo esta ha permeado la concepción y formación de la Responsabilidad Social Universitaria.

Hoy en día el trabajo de la academia va más allá de sus funciones tradicionales de la docencia, investigación y extensión. Por ser un ente generador y transmisor de conocimiento puede llegar a influir en el desarrollo económico, social y cultural de la sociedad donde está insertada.

Este trabajo cobra importancia ya que se busca crear conciencia de la importancia de RSU y que debe de ser aplicada en las instituciones educativas de educación superior y cómo ellas pueden ser parte fundamental del desarrollo societal.

La ética empresarial

Es apropiado exponer sobre el hecho de que las sociedades están marcadas por diferentes culturas y que ellas tienen a la vez diferentes estándares morales. En las empresas, muchos administradores han tomado como norma de conducta la teoría del relativismo ético, el cual, en palabras de Velásquez (2006), tal teoría es aquella donde no hay estándares morales éticos absolutamente verdaderos para todos y que, a la vez, se deban aplicar en las organizaciones e individuos de toda sociedad. En esta misma dirección Engelhardt (1995), al referirse a las grandes ciudades contemporáneas y globales, al tener en su seno la conformación de extraños morales o prójimos lejanos; estas se vuelven un impedimento para los individuos en la conformación de una moral que articule la diversidad.

Rodríguez (2003) al hablar de la ética kantiana afirma que: “las personas deben ser tratadas como fines y no solamente como medios” (p. 3), esto da a entender lo ético que tiene que ser nuestro trato con nuestros semejantes en los medios organizacionales.

La ética empresarial se le puede conceptualizar como el estudio de la ética en las organizaciones, sean éstas públicas o privadas o ambas. Verstraeten (citado en Rodríguez,

2003) afirma que la ética en las empresas es: “una investigación de las opiniones, valores y modelos de comportamientos éticos o no éticos de las empresas” (p. 6).

Rodríguez (2003), dice que existen diferentes concepciones éticas asociadas a las empresas, una de ellas son los tradicionalistas, los cuales enfatizan que la razón de ser de la empresa es la generación de utilidades y aquellas cosas que no se ajusten a ellas no son prioritarias. Así lo estipulaba Friedman (1962) al afirmar que la: “única responsabilidad social empresarial es el uso de sus recursos y la implicación en actividades diseñadas para incrementar sus utilidades siempre que permanezcan en las reglas del juego, es decir, la competencia abierta y libres, sin decepción o fraude” (p. 133). El estipular como objetivo único de la empresa las utilidades nos trae a colación que la misión de tales organizaciones son la rentabilidad y el buen negocio. Ahora, Melendo (1990) critica las expresiones dadas por Friedman al expresar como inadecuada su filosofía economicista, llegando al punto de desfigurar la razón de los negocios. Donalson (1982) expresa que se debería de anexar otros objetivos en las organizaciones, como son los aspectos morales.

Existe otro enfoque tripartito sobre la ética en las organizaciones, teniendo como precursor a Whetstone (2000) que toma como referencia los aspectos de la ética utilitarista, que tiene que ver con los actos que tiene un costo-beneficio, pero pasando por la ética kantiana, la cual está fundada en normas, deberes y las virtudes.

Betancur y Naranjo (2009), al hablar de los principios éticos de los negocios, dicen que: “una empresa ha de entenderse como una parte de un gran sistema en el que muchas personas, de dentro y de fuera de ella, tienen que ver con lo que esta produce, reciben sus beneficios o sus daños, son favorecidos o perjudicados” (p. 15). El asunto es mirar la actividad empresarial desde un nuevo enfoque, sin dejar de lado el resto, como es su generación de utilidades.

En este nuevo paradigma, el ser humano es visto como una totalidad lo cual hace que la gerencia se alinee a una búsqueda de bienestar y riqueza para todos y de paso, se genere aportes importantes para el entorno social donde la empresa lleva a cabo sus actividades. Esto permite a la empresa ser de gran impacto en su círculo interno y en su entorno donde desenvuelve su actividad empresarial.

La ética corporativa y la responsabilidad social universitaria

En la sociedad del conocimiento se puede constatar un incremento de las empresas de servicios en comparación de las industrias tradicionales. Según Llano (1996), esto es debido a que la acumulación de los talentos de los individuos se vuelve incomparable a la fuerza de la materia y sus transformaciones. En las empresas existen potencialidades que se manifiestan a través de la inteligencia y libertad del ser humano dentro de un ente organizacional.

Es necesario pues, cambios estructurales en el aspecto administrativo de las instituciones educativas, donde se dé una dinámica integradora en sus funciones y pues, ante ello, las universidades no pueden estar exentas. La Comisión Europea (1995) afirma, y no quepa la menor duda, de que la sociedad actual es una sociedad del conocimiento, por lo tanto, la formación y educación son los que identifican la promoción de las sociedades y el desarrollo. Ahora, esto se puede hacer realidad si existen acuerdos mínimos desde la perspectiva ética que permitirán fortalecer la sociedad del conocimiento.

Teniendo esto claro, es de vital importancia incorporar la idea de la responsabilidad social en las organizaciones empresariales y de formación académica superior, ya que así se puede dar una favorable respuesta al compromiso de los demás.

La responsabilidad social es el impacto que una organización tiene para con sus grupos de interés (Fernández, Gallego y Ortiz, 1993). Ante ello, se le da un valor muy importante al

tema de la ética en las empresas ya que esto trae como efecto crecimiento, valor y desarrollo corporativo y en el entorno donde efectúan sus actividades.

Ivancevich (1997) lo conceptualiza como una práctica corporativa en relación a terceros, lo cual implica un impacto que ella ejerce ante su sociedad. Esta, a su vez, repercute en la organización.

La organización responde por cómo sus actividades afectan a su entorno, tal como lo expresa Nascimento (2001) al decir que la empresa debe tener como objetivo primordial el de servir a los grupos de interés. Melé (1991), expresa que producto del proceso de interacción entre empresa y sociedad surgen derechos y deberes morales, las cuales, a su vez, dan figura a las responsabilidades éticas y sociales de la empresa.

En estos tiempos globales hay cada vez más voces que reclaman a la ética, es más, hay una sed de ética, así lo expresa Kliksberg (2002). Esto se puede constatar a través de la declaración de los derechos humanos, transparencia, acción y lucha contra la corrupción, cuidado y preservación de la naturaleza, el pacto global, los objetivos de desarrollo del milenio, el libro verde de la comisión europea y otros.

Las instituciones educativas, en este caso, las universidades, tienen como función social el de generar conocimientos, difundirlos, formar profesionales que llevarán el rumbo de la sociedad. Ante esto, ellas no pueden estar exentas de los aspectos morales, éticos y valores necesarios para su desarrollo y del compromiso de transmitirlos a sus estudiantes.

Las empresas viven los cambios constantes, por ende las universidades están dentro de tales cambios. De Souza (2002), se enfoca en los cambios que las universidades, ante lo cual lo considera primordial para que puedan ser eficientes y competitivas. Fuenmayor (citado en Martínez, Mavarez, Rojas, Rodríguez y Carvallo, 2006) enfatiza que lo que

busca el cambio es el equilibrio entre la parte interna y externa de la organización universitaria.

La tendencia de la responsabilidad social es de crecimiento, esto debido al resurgimiento de valores de la sociedad producto del proceso global, así lo afirma Estefanía (2003) al decir que en la globalización se acrecientan las solidaridades. Morín (2002), enfatiza que la solidaridad y la responsabilidad son para la ética sus dos fuentes primarias y la otra fuente es el comprenderse el uno del otro. Por todo esto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es nutrida en sus conceptos y aplicaciones.

El sentido de la RSE en la sociedad global es para Vallaey (2006): “un modo de gestión integral de la empresa, que podemos caracterizar como gestión de impactos (humanos, sociales y ambientales)” (p. 2). Con esto se da a entender que la RSE es un esfuerzo empresarial constante para satisfacer los intereses de todos los que conforman su rango de influencia. Concepto que antes era muy distinto, ya que no guardaba relación con la actividad cotidiana de la empresa y se le enfocaba como filantropía, manifestándose como obras de caridad para poblaciones en necesidad.

Vallaey en el año 2006 afirmó que la responsabilidad social debe ser vista como la manifestación de la gerencia ética y su impacto inteligente, lo cual se puede resumir como una estrategia. Al hablar del primer punto, se debe tener presente que los involucrados por la actividad corporativa deben ser beneficiados en mayor grado que los daños causados por esta. En el segundo aspecto, el ser inteligente, la empresa debe tener un retorno en beneficios por su gestión responsable ante los impactos que su actividad genera. Es así, entonces, que la estrategia tendrá continuidad en el tiempo.

La influencia de la ética hacia la responsabilidad social universitaria, se puede observar al Proyecto Universidad Construye País (2006), el cual declara que la Responsabilidad

Social Universitaria (RSU) es: “la capacidad que tiene la universidad, de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos” (p. 5). Esto es posible a través de cuatro procesos clave para el desenvolvimiento universitario, a saber: la gestión, la investigación, la docencia y la extensión universitaria. Una manera parecida lo expresa Garza (2007) al definirla como una política gestionaía de la calidad ética universitaria. Esta busca que los cuatro procesos anteriormente dichos se sincronicen con la misión, valores y el compromiso social de la organización superior y esto por medio de la participación de la comunidad universitaria con los actores sociales que deseen una buena gestión organizacional. Esto llevará un cambio societal y dará estrategias que brinden alternativas de solución a la inequidad, exclusión y la falta de sostenibilidad.

Las instituciones educativas tienen responsabilidad ante sus propios educandos y por el entorno en donde está llevando a cabo sus actividades. Martínez y otros (2008), siguiendo el mismo pensamiento, afirman que debe existir una estrecha relación entre el estado, sociedad y la universidad. Esto porque así se puede evidenciar la función social que ejerce la organización superior.

El Proyecto Universidad Construye País (2004) resalta que la función de las organizaciones superiores se lleva a cabo por medio de tres funciones tradicionales como son: docencia, investigación y extensión. La gestión, en cambio, forma parte indispensable de la actividad universitaria, teniendo como eje central los principios y valores que deben describir a una universidad responsable con su entorno. Ante esto, se le debe dar sumo cuidado la verificación en la sociedad de la puesta en práctica de los tales.

Debe señalarse que el asunto de la RSU es tratar de definir de qué cosa es responsable, ante quién o quiénes se responden y cómo se es responsable.

Al hablar de qué cosa se es responsable, se quiere decir que la instituciones universitarias deben de hacer realidad principios generales del quehacer de la academia, las cuales provienen de la calidad del entorno en que ella se desenvuelve, y poner en práctica los valores específicos propios de la universidad. Las cuatro funciones de la academia deben de ser influenciadas por principios y valores éticos.

Ante quién se responde, significa que la universidad debe de responder por sus acciones ante los docentes, administrativos, estudiantes y ante toda la comunidad donde está inserta. Y por último, debe de responder ante el país y el mundo.

En lo concerniente al cómo se es responsable, es a través del desarrollo de los cuatro procesos claves que son la gestión, docencia, investigación y extensión universitaria usados de manera reflexiva para responder a las necesidades de la academia.

En lo concerniente a los principios (Yarce, 2009) expresa a leyes que tienen carácter universal y que no mutan con el tiempo y a la vez, tienen validez para personas, organizaciones y sociedades, que inspiran al buen comportamiento individual y social. Al hablar de universalidad y que no cambian con el tiempo, Yarce se centra en la dignidad humana, la cual es universal, que tiene vigencia en todas las épocas, que es invariable e independiente de lo que las personas puedan pensar o sentir.

Dentro de la perspectiva organizacional, los principios o valores corporativos, son los objetivos que enmarcan el comportamiento de los individuos y colectivos dentro de las empresas. A su vez, Romero en el año 2006 explicó que los principios: “son paradigmas morales para ser aplicados mediante una correspondiente necesidad de clarificación y de discusión pública; estos son conocidos independientemente y previamente antes de su aplicación” (p. 640). Por el contrario, para Yarce (2009), los principios no se pueden:

“reducir a paradigmas ni a normas, debido a que la palabra principio inspira comportamientos que van más allá del paradigma o de la norma” (p.16).

Es sensata esta apreciación, ya que paradigma da a entender un modelo a seguir y la verdad, es que en el transcurrir del tiempo los paradigmas empresariales han sido diferentes. Ahora, no hay que perder de vista que los principios pueden formar parte de los paradigmas de una época determinada, pero al fin y al cabo, los principios permanecen a pesar de los cambios paradigmáticos.

Ahora, al hablar de valores, Derisi (citado en Yarce, 2009), dice que: “el valor es un bien descubierto y elegido en forma libre y consciente, que busca ser realizado por la persona” (p. 18). Los valores son subjetivos, sentimientos internalizados por los individuos de forma voluntaria y son objetivos porque se conectan con los principios externos a las personas. Cuando muchos individuos tienen y viven los mismos valores, se transforman en valores corporativos o valores sociales. Por otro lado, los valores son dinámicos y a la vez no estáticos. Por ejemplo, en las empresas, la negociación es un valor dinámico que es opuesta al enfrentamiento o ruptura.

Finalmente, volviendo con el Proyecto Universidad Construye País (2004), los principios y valores que orientan a la RSU son: a) Principios y valores de la vida universitaria relacionados con la vida en sociedad, tales como la dignidad personal, la libertad, la ciudadanía, la solidaridad, el bien común, el desarrollo sostenible y el aprecio a la diversidad. b) Principios y valores de la universidad, que son el compromiso con la verdad, la integridad, la excelencia y la interdisciplinariedad.

Conclusiones

La sociedad clama por valores éticos que impidan la corrupción, pide además, un continuo debate ético sobre qué tipo de sociedad se desea. Ante ello, las empresas, entre ellas, las universidades como entes generadoras de conocimiento y formación, no pueden estar exentas de esta corriente. Es necesario un mínimo de consenso de ética que traspase toda concepción cultural y societal por más globalizada que sea. Se ha podido constatar que la responsabilidad social universitaria se nutre de principios y valores, los cuales son temas eminentemente éticos y que las organizaciones de educación superior deben de ponerlas en práctica en toda su gestión.

Bibliografía

- Betancur, J. H. y Naranjo, L.A. (2009). *La ética de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 28 de mayo de 2012 de http://www.usergioarboleda.edu.co/economia/alene/alene_memorias/ponencias/ponencia_etica_rse.pdf
- De Souza, J. (2002). *La universidad, el cambio de época y el modo Contexto-Céntrico de generación de conocimiento*. Seminario Internacional de Educación Superior: las nuevas tendencias. Quito.
- Donaldson, T. (1982): *Corporations and Morality*, New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Engelhardt, T. (1995). *The Foundations of Bioethics*. New York: Oxford University Press.
- Estefanía, J. (2003). *Hij@, ¿Qué es la globalización? La primera revolución del siglo XXI*. Madrid: Aguilar.
- Fernández V., M. I., Gallego F., M. y Ortiz C., J.E. (1993). *Balance social: Fundamentos e implementación*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Garza, E. (2007). *Responsabilidad Social Universitaria*. Recuperado el 06 de mayo de 2012 de http://www.itesm.mx/va/FEV/dic07/directores_carrera/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf.
- Ivancevich, John; Lorenze, Peter; Skinner, Steven y Crosby, Philip. (1997). *Gestión, calidad y competitividad*. Madrid: McGraw Hill.
- Kliksberg, B. (2002). *Sed de ética*. *Revista Observatorio Social*, 10, 4-5.
- La Comisión Europea. (1995). *Libro blanco sobre la Educación y la Formación. Enseñar y Aprender. Hacia la Sociedad del Conocimiento*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Llano, A. (1996). *Organizaciones inteligentes en la sociedad del conocimiento*. *Revista Cuadernos de Empresa Humanismo*. Instituto Empresa y Humanismo Pamplona.
- Martínez, C., Mavarez, R., Rojas, L., Rodríguez, J., Carvallo, B. (2006, 19-23 de junio). *La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación universidad-entorno social*. *I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+I*. Recuperado el 28 de mayo de 2012 de <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa15/m05p02.pdf>
- Martínez, C., Mavarez, R., Rojas, L., Rodríguez, J., Carvallo, B. (2008). *La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación universidad-entorno social*. *Revista Fronesis*, 15, 81-103.
- Melendo, T. (1990). *Las claves de la eficacia empresarial. Un reto a los empresarios españoles*. Madrid: Rialp.

- Melé, D. (1991). Ética y empresa. *Revista Información Comercial Española*, 691, 122-134.
- Morín, E. (2002). Ética y Globalización. *Revista Urbe et lus*, 21, 1-7. Recuperado el 29 de mayo de 2012 de <http://www.urbeetius.org>
- Nascimento J. M. (2001). *Ética y actividad empresarial cultural y valores en las empresas algarveñas*. Tesis de maestría. Universidad de Huelva.
- Proyecto Universidad Proyecto País. (2004). Observando la Responsabilidad Social Universitaria. Recuperado el 20 de septiembre de 2011 de http://www.redivu.org/docs/publicaciones/Proyecto_Universidad_Construye_Pais_OBSERVANDO.pdf
- Proyecto Universidad Proyecto País. (2006). *Responsabilidad Social Universitaria. Una manera de ser universidad*. Chile: Corporación Participa.
- Romero, G. (2006). Principios y Valores éticos en las organizaciones bancarias respecto a la calidad del servicio y atención al cliente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11, 638651.
- Rodríguez, M. P. (2003). *Una aproximación conceptual a la ética y la ética empresarial*. Recuperado el 25 de mayo de 2012 de <http://manizales.unal.edu.co/modules/uncontextos/admin/archivos/4050183/eecegcap2.pdf>
- Vallaes, F. (2006). *Breve marco teórico de responsabilidad social universitaria*. Universidad Católica del Perú.
- Velásquez, M. G. (2006). *Ética en los negocios. Conceptos y casos*. México: Pearson Educación.
- Whetstone, T. J. (2000). How virtue fits within business ethics. *Annual Conference of the Society for Business Ethics in Canada*.
- Yarce, J. (2009). *El poder de los valores*. Colombia: Universidad de la Sabana.