

Responsabilidad Social Empresarial Universitaria: una responsabilidad interna

Los temas en administración están sujetos a cortos y rápidos periodos de vida, es así como se han visto nacer, crecer y desaparecer temas como: el desarrollo organizacional, el aspecto humano de las empresas, la reingeniería, la calidad total, los círculos de participación, la cultura organizacional y actualmente la “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE), y muchos otros con conceptos básicos administrativos que van y vuelven. En la perspectiva organizacional se hablan de diferentes tipos de organizaciones, algunos de naturaleza cooperativa como son: organizaciones de base, sindicatos, fondos de empleados, cajas de compensación, los cuales articulan e interiorizan diferentemente estos temas administrativos. De manera semejante se hace para entender los elementos organizacionales de un sistema competitivo conformado por entidades tales como: Bancos, Instituciones financieras, aseguradoras, compañías mercantiles, etc. La Universidad, sin embargo es una organización con unas especificidades diferentes de los dos conjuntos anteriormente mencionados y en los cuales el tema de la “Responsabilidad Social Empresarial” se integra en una determinada perspectiva. El foco por tanto del presente escrito es una reflexión que gira alrededor de estos dos conceptos, con el ánimo de proporcionar una perspectiva que permita relacionarlos. El presente escrito busca rescatar una visión integral de la Responsabilidad Social Empresarial en el cual las instituciones universitarias deben ser un ejemplo paradigmático.

El tema de Responsabilidad Social Empresarial se ha vuelto cada vez más pertinente en la medida en que los procesos de privatización del Estado han sido más presentes convirtiendo en esta forma a la empresa privada en el agente fundamental del desarrollo económico. Sin embargo, siempre se ha visto como un elemento ajeno a la empresa, una especie de elemento adicional que incrementa su legitimidad. En esta perspectiva el Estado se convierte en una especie de orientador y controlador de la acción privada empresarial. Lo anterior ocasiona que tradicionalmente se haya considerado la responsabilidad social como el impacto positivo que deben generar las empresas en la sociedad. En una cierta perspectiva se piensa que aparte de su misión primordial, toda organización debe evaluar en que forma su acción contribuye al “Bienestar” social, o al menos evita impactos negativos de su actividad. Se presenta una especie de dicotomía entre lo que hace la organización como agente de la sociedad y por otro lado, lo que debería hacer para garantizar el valor positivo de su acción. No hay una visión integral de la misma en la perspectiva de la organización mirada como un todo.

Una perspectiva que integra esta relativamente reciente “nueva práctica” de la Responsabilidad Social Empresarial se presenta, al incluir el concepto de ética como lo plantea Vallaeys¹, cuando afirma: “la RSE es un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa, y que tienen como fin evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa”. Es una especie de “Voluntad ética e interesada a la vez”, en la cual el autor propone una interesante relación entre “ética y eficacia” empresarial. “La ética, no aparece como freno al interés egoísta de la organización sino al contrario como empuje para su provecho” (Vallaeys, p 3).

Al revisar la abundante literatura sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) generalmente se toma como punto de partida la conocida definición proporcionada por Milton Friedman en un artículo en “New York Times Magazine”², la cual reviste un cierto simbolismo actualmente vigente, si se matizan algunas de sus principales afirmaciones. Afirmaba en 1970 que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) básicamente consistía en incrementar las ganancias. La definía como una especie de verdad de Perogrullo en el contexto de su escrito. Añadía que este objetivo empresarial debía estar acompañado por una dimensión legal y otra ética. Es decir, en lugar de Responsabilidad Social se debería hablar de Responsabilidad a secas, es decir toda empresa u organización debe ser “Responsable”. En cierta medida, el adjetivo social se convierte en redundante. Otro importante autor que interviene en este debate es Michael Porter quien en un artículo escrito en compañía de Mike Kramer

1. Vallaeys, F., Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Pontificia Universidad Católica del Perú. Tomado de http://www.ausjal.org/tl_files/ausjal/images/contenido/Documentos/Publicaciones/Educacion%20superior/Que%20es%20la%20Responsabilidad%20Social%20Universitaria%20-%20Francois%20Vallaeys.pdf. Diciembre 2015

2. Friedman, M (1970). The Social Responsibility of Business is to increase its profits. The New York Magazine, September 13

y publicado en “Harvard Business Review”³ de diciembre de 2006 afirmaba que los enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial se encuentran tan desconectados del mundo de los negocios que impiden identificar las grandes oportunidades que tienen las empresas de generar beneficios para la sociedad.

Es esta visión integral y desde adentro la que considero que debe constituir la dimensión en la cual se debe circunscribir la Responsabilidad Social en el contexto de la universidad. Es decir una Universidad es responsable en la medida en que cumple a cabalidad su papel dentro de la sociedad. Lo singular de esta perspectiva consiste en que la Universidad reviste una enorme complejidad en su gestión administrativa y sus objetivos, como agente social, son múltiples, diversos y de difícil armonización.

Un interesante estudio publicado en el “African Journal of Business Management” en el año 2011, denominado “Corporate Social Responsibility and Universities: A study of top 10 world universities’ websites”⁴ observa en general que sin que exista una ley o un incentivo específico para que lleven a cabo actividades explícitas encaminadas a cumplir objetivos de Responsabilidad Social, sin embargo, el cumplimiento a cabalidad de sus objetivos organizacionales garantiza la satisfacción de estos principios. En este artículo sus autores revisan las principales dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial y observan en qué forma las universidades más importantes del mundo las entienden y las integran a nivel de sus formas de operación permanente. Como resultado puede afirmarse que se encuentra una especie de simbiosis entre la misión de la universidad y estas dimensiones, podría decirse que coinciden con sus estrategias de desarrollo. Es así como revisan los siguientes temas encontrando en ellos una clara articulación, fruto de la definición misma de la misión de la Universidad.

Un primer tema que abordan es el relacionado con la Gobernanza institucional encontrando que los componentes de este concepto como son: responsabilidad (“accountability”), transparencia, respeto por la ley y comportamiento ético en relación con sus grupos de interés son parte de su vida organizacional. En segundo término, exploran el tema del respeto de los derechos humanos, así mismo las prácticas laborales, las relaciones con el entorno físico y social, las relaciones con sus “clientes” y la integración con la comunidad y su desarrollo, así como el accionar justo en el cumplimiento de sus actividades, encontrando en todas ellas una evidente articulación con lo que se denomina Responsabilidad Social. Una de las interesantes conclusiones de este artículo coincide con la propuesta por Russo y Perrini (2010) “En el inicio del tercer milenio el concepto de RSE está logrando cada vez un mayor alcance evolucionando desde un foco inicial en visiones superficiales, modas administrativas o adornos organizacionales, hacia ser considerado como un elemento estratégico para el desarrollo de las organizaciones”⁵.

Un último aspecto que se podría considerar va en la misma dirección lo manifiesta Jean-François Balaudé, profesor de filosofía y presidente de la Universidad Paris-Ouest-Nanterre-la-Défense cuando afirma, refiriéndose a la función de las universidades: «La misión de formación e investigación en todos los dominios del saber son las misiones que le son históricamente atribuidas, siendo sus misiones básicas y principales. Es por tanto legítimo considerarlas como misiones sociales»⁶.

En síntesis, y a partir de los elementos anteriormente expuestos la Responsabilidad Social Empresarial, en el caso de las Universidades consiste en cumplir a cabalidad su compleja misión institucional. Las tres actividades básicas de una organización académica como son: docencia, investigación y desarrollo institucional son los tres ejes cuya óptima gestión es la clave de su responsabilidad social. No importa su carácter público o privado, su dimensión o su ubicación, la eficiencia, eficacia, y efectividad en el cumplimiento de sus objetivos, en tanto que organización académica, de nivel universitario, garantiza su acción “Responsable” como organismo funcional de la sociedad. Si bien esta afirmación es válida las consecuencias que ello genera en la gestión administrativa de un ente universitario implica un análisis y revisión permanente de su actividad, de sus procesos internos con

-
3. Porter, M. & Kramer, R. (2006). Strategy and Society. The link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review. December.pp 1-13
 4. Nejati, M et autres (2011). Corporate Social Responsibility and universities: A study of top 10 world universities’ websites. African Journal of Business Vol 5(2).pp 441-447
 5. Russo A, Perrini, F. (2010) Investigatin Stakeholder Theyrand Social Capital: CRS in Large Firmsand SMEs. Journal of Business Ethics91(2). pp207-221. Traducción libre del autor.
 6. Balaudé, J.F. La responsabilité sociale des universités: une vision de l’université. Tomado de internet : <http://www.letudiant.fr/educpros/opinions/la-responsabilite-sociale-des-universites-une-vision-de-l-universite.html>. Noviembre 18 2015. Traducción libre del autor

el fin de optimizar el funcionamiento de la organización. Se podría afirmar que la Responsabilidad Social de las instituciones universitarias es inherente a su definición.

El cumplimiento de su misión a través de una visión de adentro hacia afuera de la organización será su mejor orientación para su desempeño social. Vallaes fortalece esta visión cuando se refiere a los elementos bajo las cuales se debe poner en práctica la RES universitaria: “Además, muchos de los elementos de la reforma de responsabilización social están ya presentes en la mayoría de nuestras universidades (como por ejemplo la investigación interdisciplinaria, la articulación en ciertos cursos de la docencia con proyección social, el desarrollo de los métodos pedagógicos del aprendizaje basado en problemas y el aprendizaje basado en proyectos, etc.” (Vallaes) Por último, es importante observar que si bien esta reflexión reviste un carácter abstracto serán sin duda las universidades quienes en su práctica diaria y en su notable diversidad las que mostrarán la pertinencia de esta reflexión. Una universidad responsable es socialmente responsable.

Considero que si en una organización se evalúa primero en qué forma una organización cumple sus objetivos y, en segundo término, si estos corresponden a elementos de Responsabilidad Social se está partiendo de una visión fragmentada de la organización que impide una articulación y cabal cumplimiento de su misión organizacional. En conclusión, creo que el tema de Responsabilidad Social Empresarial no es una moda administrativa, en la medida en que esté integrada al funcionamiento de la organización, y que en el caso de las Universidades la responsabilidad social debe ser parte de su marca genética.

Jaime Ruiz Gutiérrez, PhD
Profesor Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia
Miembro Comité Editorial Cuadernos Latinoamericanos de Administración

