

IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS PROFESIONALES

(Importance of Social Responsibility in the training of future professionals)

Yolanda Ramírez Vázquez*, Paulina Moctezuma Merlo**, Oscar González Muñoz***

Fecha de recepción: 04/01/2017

Fecha de aceptación: 29/06/2017

RESUMEN

En las últimas décadas la humanidad ha vivido cambios profundos en prácticamente todos los ámbitos de su quehacer, y la calidad de formación en los jóvenes universitarios no es una excepción. Actualmente la relación entre las instituciones educativas y las empresas han establecido una nueva forma de gestión hacia un enfoque de transmisión y creación del conocimiento basados en cuestiones de auge social y medioambiental. Vivimos hoy en un mundo que demanda cada vez más el incremento en la calidad formativa en los jóvenes, compromete en mayor grado sus objetivos por incursionar en el mercado laboral delimitando la afectación o beneficio de la comunidad y la generación de acciones y propuestas valiosas para la sociedad en general. En este nuevo contexto la Educación Superior pacta el devenir de las empresas por desarrollarse con personal altamente capacitado y bajo comportamientos, acciones y actitudes firmemente éticas, con el propósito de generar un ciclo de saberes preciados que logren aportar beneficios para la sociedad. El presente artículo tiene como objeto abordar la importancia que incide en la formación académica y la preparación profesional de los estudiantes universitarios en la aplicación de las estrategias de Responsabilidad Social (RS) en la actualidad. Principalmente se pretende reforzar la opinión acerca de la relevancia ante la práctica e implantación de la estrategia de Responsabilidad Social en las instituciones académicas de educación superior, fomentando la creación de valor compartido entre los mandatarios académicos, catedráticos y estudiantes.

Palabras clave: Formación profesional, capital humano, responsabilidad social, estudiantes, universidad.

ABSTRACT

In recent decades mankind has undergone profound changes in practically all areas of their work, and the quality of training in university students is no exception. The new forms of relationship between educational institutions and companies have established a new form of management towards a transmission and knowledge creation approach based on social and environmental issues. We are living today in a world that increasingly demands the increase in the quality of education among young people. It further compromises its objectives by entering the labor market by delimiting the affectation or benefit of the community and generating valuable actions and proposals for the Society in general. In this new context, Higher Education pays the development of companies to be developed with highly trained personnel and under behavior, actions and attitudes firmly ethical, with the purpose of generating a cycle of precious knowledge that can bring benefits to society. The present article aims to address the importance of academic education and the professional preparation of university students in the application of Social Responsibility (SR) strategies today. It is mainly intended to reinforce the opinion about the relevance to the practice and implementation of the Social Responsibility strategy in academic institutions of higher education, promoting the creation of shared value between academic leaders, professors and students.

Key Words: Professional training, human capital, social responsibility, university students, university.

Classification JEL: D7, H4, I00, J1

I. INTRODUCCIÓN

La sociedad presenta actualmente una serie de eventualidades en constante cambio, lo que conlleva a reflexionar cada vez más sobre las razones subjetivas que recaen en los diversos actores involucrados en los diferentes sectores sociales: políticos, económicos, ambientales, culturales y gubernamentales, y que, a su vez, influyen directamente en el desarrollo integral de los jóvenes; estos cambios se relacionan con la preparación académica del individuo y el modo en el que éste va generando valor al decidir compartir sus conocimientos, habilidades y talentos hacia pequeñas, medianas y grandes empresas,

nacionales y multinacionales. Lo anterior va en respuesta a la urgente demanda de individuos educados con base en valores éticos, saberes holísticos-cognoscitivos, comprometidos con su entorno, interesados por la inclusión y perfeccionamiento de sus destrezas y talentos, con capacidad de decisión en la resolución de problemas, el fortalecimiento de la crítica y la aparición de razonamientos lógicos propios. Dicha formación alude a los cambios que en el devenir histórico social se muestran, generando influencia en la educación, particularmente en la percepción y en las representaciones sociales que se tiene acerca de la institución escolar como del papel de los profesores y los estudiantes. Resalta el papel

* Académica del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas. yoramirez@uv.mx

** Estudiante de la Licenciatura en Administración de Negocios Internacionales. paumerlo23@gmail.com

*** Académico del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas. oscgonzalez@uv.mx

del docente en relación con la reciente necesidad de tratar a los estudiantes como agentes de cambio en la perspectiva de una educación integral, no sólo en el plano cognoscitivo sino en todas sus dimensiones como personas.

Al igual que en el ámbito empresarial, las instituciones académicas reaccionan ante la necesidad de las generaciones actuales en enfrentarse hacia un nuevo panorama laboral y social, derivado principalmente de la globalización, tanto en el sistema mismo de educación hasta la forma en como realiza sus procesos académicos. Las Instituciones de Educación Superior (IES) modernas pretenden contribuir a distintos procesos de la formación integral de los estudiantes en la comprensión, cualificación, desarrollo y evaluación de su acción e influencia en su quehacer personal y profesional. Todo lo anterior, con el fin de favorecer su sentido propio y humano en la transformación social del país y de respuesta a las distintas interrogantes que surgen en la vida universitaria frente a diferentes desafíos por la trascendencia en torno a su sentido de vida. En este documento se expone una breve contextualización y conceptualización de la responsabilidad social empresarial y universitaria, con la finalidad de mostrar la importancia que éstas tienen en la formación de los jóvenes para su posterior inserción al entorno profesional y ante los diferentes problemas sociales existentes.

I. ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Hasta hace unos pocos años atrás se creía que el ámbito empresarial perseguía objetivos meramente económicos, donde la maximización de la riqueza de los socios e inversionistas correspondía a un objetivo primordial dentro de las organizaciones lucrativas. Éste propósito sobrepasaba a cualquier otro tipo de interés hacia sus agentes de interacción, en el cual todavía no se lograban trastocar aspectos integrativos reflejados en acciones y actitudes que involucraran a dichos agentes ajenos “aparentemente” de la visión y enfoque de las empresas. (Palomo y Vieira, 2017, Pág. 1)

Surge entonces un cambio de orientación respecto a los objetivos elementales de la organización, en el cual ya no es solamente albergada como una entidad de esencial adquisición económica, sino como un agente más que logra enlazar el interés por involucrar el aspecto social dentro de sus actividades. Como afirma el autor Cortés:

La empresa dejó de ser concebida únicamente como el agente indispensable en el ciclo económico para generación de salarios y tributos, que repercuten en

incremento del consumo y del gasto fiscal, para convertirse hoy en día en un agente social que trasciende un interés netamente económico. (Cortés, 2015, p.1)

Poco a poco más entidades económicas lograron percatarse que guardaban cierta correlación entre ellos, todo a través de una serie de relaciones positivas y negativas que paulatinamente se les iban exteriorizando dentro de su campo laboral y visual, dichas relaciones van desde la convivencia y respeto hacia la integridad de los trabajadores hasta lograr apreciar las carencias y/o deficiencias en todos los procesos de la organización (productivos, financieros y organizacionales). Cada vez, un mayor número de empresas reconoce más claramente su tarea en la comunidad y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los grupos de interés de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.

Existen pues también, numerosos factores que impulsan el avance de la responsabilidad social de las empresas:

- Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversionistas en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala.
- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro del medio ambiente provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación. (Dávila y Gómez, 2008, Pág. 2)

La diversidad y complejidad de estos aspectos obligan cada vez más a las organizaciones para que se involucren dentro de un plano real de acción, comunicación y participación proactiva con sus partes interesadas.

II. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial surge en el marco de una profunda discusión sobre las características propias de la empresa, donde el debate central logra enfocarse en las nuevas maneras de hacer negocios, en la constitución misma del origen de la empresa percibiéndose a sí misma como un actor estrictamente independiente y sin una relación aparente con los demás actores económicos, sociales y ambientales. Se habla de la creación paulatina de una cadena de valor

organizacional bajo conductas éticas, acciones responsables, pensamiento y actitudes proactivas que propongan una relación que fortalezcan los nexos inmersos en las relaciones con sus interlocutores.

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos, tanto públicas como privadas, existen prácticas socialmente responsables. Este es esencialmente un concepto al cual se decide voluntariamente contribuir al logro de una mejor sociedad y un medio ambiente más limpio.

Según Ojeda, Chávez y Álvarez (2015, pág. 37), la Responsabilidad Social Empresarial de una organización se ve reflejada por los impactos de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sustentable, a la salud y al bienestar de la sociedad, tiene en cuenta las expectativas de los interesados, se ajusta a la legislación aplicable y a las normas internacionales de comportamiento, y se integra en toda la organización y en la práctica en sus relaciones.

Para Dávila y Gómez (2008, Pág. 2), la Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, educativas, de salud y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés tanto internos como externos. Ser socialmente responsable no significa solo cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés.

La responsabilidad social es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos; permite ganar tanto legitimidad como aceptación social. Una verdadera estrategia de ésta naturaleza dependerá siempre de la actitud participativa de la empresa con su entorno y el grado de esfuerzo y aceptación por todos sus subordinados. Cabe mencionar que no existe una definición de responsabilidad social empresarial universalmente aceptada, pero los siguientes cuatro aspectos constituyen los ámbitos esenciales de la filosofía: (Vallaey, 2008)

- Aspecto laboral: cumplimiento de las normas de trabajo, respeto al trabajador en todos los niveles jerárquicos y puesta en marcha de códigos de conducta y principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Aspecto económico: elaboración de cuentas transparentes y públicas, e inversiones socialmente responsables

(utilizando criterios éticos y de exclusión, a la hora de invertir).

- Aspecto ambiental: respetando el medio ambiente y usando sellos de calidad ecológica, o alusión directa al consumidor de cómo se obtuvo el producto, o se prestó el servicio.
- Aspecto social: invertir un porcentaje de las ganancias en proyectos que ayuden a mejorar el nivel de vida de personas sin recursos. O tener proyectos de vinculación a colectivos desfavorecidos. (Vallaey, 2008)

Dichos aspectos corresponden a la integración de los elementos esenciales que alberga la filosofía de RS: un modelo de gestión sustentado en bases éticas y que a su vez, obedece a un concepto de cooperación y participación organizacional a partir de congeniar de forma equilibrada los ejes económicos, sociales y ambientales de la empresa: el Desarrollo Sustentable.

La aleación de ambos conceptos (el rubro ético y sustentable) permite impactar de manera directa y positiva en las acciones, quehaceres y decisiones de las empresas, por lo que el accionar de las organizaciones deberá integrar una serie de estrategias que respondan a las necesidades auto regulatorias de la empresa en realizar esfuerzos para lograr una estabilidad en estos niveles, (económico, social y ambiental) y en accionar dentro de diversos ámbitos la implementación de la RS en las organizaciones.

III.1 Los ámbitos de acción de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE es vista a partir de diversos enfoques y dimensiones que logran comprobar el extenso campo de aplicación y práctica en rubros como los gubernamentales, los organizacionales, las institucionales y las profesionales. Las dimensiones de la RSE se divide principalmente en dos tipos: Interna y externa, La primera busca mejorar la gestión gerencial, la imagen y reputación corporativa, favorece el contexto para los negocios, existe una mayor vinculación con sus grupos de interés, mejora el desempeño y la competitividad así como el funcionamiento social interno de la misma. La segunda contribuye a mejorar el clima social, refuerza el respeto por los derechos humanos, contribuye a un mayor desarrollo social de la comunidad y a la protección del entorno en que la empresa desarrolla sus operaciones. (Leff, Ezcurra, Pisanty, & Romero Lankao, 2002)

A su vez, la RSE también es percibida como un conjunto diversificado de enfoques que subsecuentemente fueron visualizadas de acuerdo a la generación de valor en sectores específicos de ejes empresariales: (López y Contreras, 2010)

1. Es una estrategia empresarial-mercadológica (y por ende comercial), ya que resulta sumamente atractivo para el ojo del consumidor, provoca enriquecer la imagen de la empresa y de sus productos, obteniendo su confiabilidad y una buena reputación; para generar valor en la comunidad en la que operan;

2. Es una nueva forma de hacer negocios, ya que engloba la ética dentro de la empresa con los accionistas y socios, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el respeto a la riqueza y diversidad natural y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales;

3. Es un generador de valor económico, ya que permite detectar oportunamente deficiencias en los procesos organizacionales, productivos y financieros de las empresas mediante indicadores, parámetros y certificaciones establecidos por instituciones reguladoras, esto significa entonces, la oportuna elaboración de un breve análisis situacional de la entidad con el afán de realizar cambios significativos a dichos procesos y cumplir con los requerimientos postulados por estos indicadores. Este enfoque produce un gran impacto en la salud económica y financiera de la empresa, por lo cual no resulta una sorpresa encontrarse ante resultados que involucran, por ejemplo: la disminución de costos totales de toda la empresa, la prevención de posibles contingencias y problemas internos, mayores ventas de los productos y la posibilidad de crear oportunidades de inversión en la creación de un nuevo producto o fungiendo como socio económico en alguna otra organización;

4. La RSE también es vista como una moda, ya que obedece a la idea de “querer regresar a la comunidad parte de lo que las empresas han recibido de ella”, significa pues, generar un “aparente” valor en la comunidad en que operan las empresas.

Actualmente existen diversas opiniones acerca del enfoque novedoso de la RSE, el cual surge al observarla como una tendencia más ante la idea de llevar a cabo, por ejemplo, el lanzamiento de la marca propia, ingresar a un nicho de mercado que aún no ha sido atendido y ofrecer un servicio con alta diferenciación tanto en su administración, como en sus procesos y filosofía organizacional (Kliksberg, 2006). Esto último se torna evidente hasta hace unos años atrás, donde las exigencias del mercado mundial dieron un cambio importante y las exigencias de los consumidores se veían guiadas por las preferencias y gustos, dejando de lado sus necesidades básicas y los precios de los productos y servicios. Es por ello que actualmente las empresas deben buscar, más que estrategias que atraigan nuevos consumidores, una cultura organizacional que se centre en el cliente como

elemento esencial. Es de esta forma que resulta pertinente la implementación de diversos modelos de gestión de negocios que logren resaltar las cualidades de las empresas mundiales, ampliando poco a poco la implementación del modelo de RSE en sus procesos.

En realidad la Responsabilidad Social es lo opuesto de una moda. Es parte de un proceso de evolución de la concepción misma de la empresa en los últimos tiempos. Este proceso está movilizado por poderosas demandas sociales. (Kliksberg, 2006)

Tomando en cuenta la basta incidencia que cumple la RS en diversos ámbitos de impacto, es imprescindible recalcar la elevada importancia que debe significar la implementación de una filosofía de Responsabilidad Social en instituciones y empresas modernas.

Finalmente los empresarios visualizan un representativo poder social de su ámbito de acción, mismo que debían entender como una responsabilidad con la sociedad. Responsabilidad que primeramente debe ser asumida por los directivos para después ser contagiada a toda la organización. Porque lo más importante de ser consciente de la realidad que supone la responsabilidad de la empresa, es que esta como agente social, tiene el potencial de ser transformadora, y por tanto, debe ejecutar su posibilidad de generar bien común.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la Responsabilidad Social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, esta es importante en todos los niveles y los sectores de actividad, desde las pequeñas y medianas empresas (Pymes), a las multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en estas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo.

La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Los ciudadanos y los consumidores cada vez son más exigentes. Ya no resulta atractivo sólo lo que el mercado ofrece, sino también el modo en el que lo hace. Se penaliza a quienes precinden de esta dimensión y se considera como opción preferible aquella que introduce criterios de sostenibilidad en sus productos y servicios. (Aguilar, 2014)

Desde el ámbito táctico ésta importancia logra evidenciarse desde el planteamiento estratégico en el cual las organizaciones son capaces de mantener o aumentar su rentabilidad y potenciar el desarrollo empresarial, además de garantizar el crecimiento y desarrollo de las capacidades

humanas profesionales actuales. (Hernández Salazar, 2009)

Asegura una variable importante en la estrategia competitiva de la empresa, pues responde continuamente a retos planteados por la globalización, que a su vez, logra crear nuevas oportunidades, impulsa a las organizaciones a lograr mejores condiciones y capacidades para competir y responde a la necesidad de reforzar el prestigio como un elemento sustancial de la competitividad. (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012). Otra gran importancia y necesidad de tratar la RSE en las empresas modernas es debido al gran afán de frenar y reparar los daños hoy evidentes a nivel ambiental, económico y social, que las mismas empresas han ocasionado y siguen ocasionando. (Soto Pineda & Antonio Cárdenas, 2007, Pág. 146)

Diversas empresas comprometidas con la Responsabilidad Social han experimentado beneficios tanto cuantitativos como cualitativos en su operación general. Es así como a través de los años se ha comprobado que una política de RSE alineada con las metas estratégicas y la cultura interna de la empresa tiene como resultado el mejoramiento de su desempeño financiero, la reducción de costos operativos y /o el mejoramiento en la imagen de su marca y reputación.

Hay que tener en cuenta además un punto muy importante, y es que, aunque la **Responsabilidad Social** aporta gastos a la empresa, estos deben ser considerados **como una inversión**, ya que las estrategias deben resultar directa o indirectamente en una **mayor rentabilidad para la empresa y por ende, su mayor crecimiento económico**. El desarrollo sostenible es una medida de participación activa por parte de las empresas para mostrar una postura a favor de la sociedad y de relación conjunta con la productividad de la empresa a fin de minimizar las externalidades negativas en el medio ambiente y hacer énfasis en su responsabilidad social. En esencia el desarrollo sostenible es un proceso de cambio en el cual la explotación de recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del cambio tecnológico y el cambio institucional están en armonía y buscan mejorar el potencial actual y futuro de satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas. (Vargas Niello, 2006)

De igual forma, los beneficios de la RSE deben hacerse notar en el contexto social, donde la comunidad también sea capaz de recibir el fruto de la aplicación de una política y/o filosofía responsable. Algunos ejemplos de estos beneficios podrían ser el mejoramiento de la cohesión social, lucha contra la pobreza y contribución al desarrollo, reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos, transferencia de tecnología, preservación del Medio Ambiente, mejorar la

comunicación interna y la confianza de los trabajadores, promover la motivación y el bienestar de los trabajadores por colaboraciones con proyectos comunitarios y contribuir al desarrollo sostenible, a partir del cuidado y respeto por el medio ambiente. (CAVALA, 2015)

Ante el reconocimiento de que la empresa privada es un motor esencial de la economía, y que sus actividades deben ser promovidas bajo un marco ético y de inalienable inclusión de los ejes sociales y personales, justamente por eso, por su enorme incidencia en la vida de los ciudadanos, tiene que ser considerada como una institución social con responsabilidades calificadas, y debe reconocerse de esta manera desde el origen mismo de la filosofía hasta englobar la verdadera concepción inherente a este concepto. La RSE, en definitiva, se fundamenta en lo más hondo de la conciencia humana, de la auténtica responsabilidad individual y de la concepción propia de una nueva forma de gestión empresarial que evidencia la presencia de nuevos comportamientos de concientización a partir de un cumulo de prioridades y preocupaciones con sus interlocutores.

III.2 La esencia de la Responsabilidad Social Empresarial

El empleo de la RSE en diversos campos logra rezagar un poco la naturaleza propia de esta filosofía. Definitivamente lo que se ve o sale a la luz de las prácticas responsables por parte de las empresas es en definitiva resultado de la esencia misma de la RSE, de lo que se aloja en sus fundamentos.

Este modelo de gestión propone una forma en que las organizaciones responden al impacto que sus operaciones ocasionan tanto en el ámbito social como en el económico y el ambiental; los diversos agentes sociales están exigiendo cada vez más un tipo de comportamientos y conductas éticas por parte de las organizaciones, desde un buen gobierno corporativo, una buena relación con su personal, reciprocidad con el consumidor, preservación del medio ambiente, hasta la inclusión del compromiso social efectivo.

La RSE se ha extendido más allá de la frontera de cualquier organización incentivando prácticas de carácter ético en diversos ámbitos sociales gubernamentales y empresariales, aunque esto aún debe fortalecerse más desde su origen, y así, lograr implementarlo en correspondencia a sus principios. Así es como se puede conseguir una esencia basada en reglas claras, transparencia y buenas prácticas orientadas a una gestión que equilibre sus impactos de manera justa y predispuesta a un bienestar que logre equilibrar las tres esferas de impacto (social, económico y ambiental). (Barroso, 2008, Pág. 3)

Este es el camino por el que debe orientarse el sentido de la Responsabilidad Social en las empresas, teniendo claro que todo lo que se invierta en potenciar la esencia y los valores de la organización, será el reflejo de una cultura responsable con ella misma y con los actores sociales directa e indirectamente vinculados a esta.

III.3 Los Grupos de Interés como objetivo primordial de la organización

La RSE responde ante una continua transformación evolutiva de las organizaciones modernas, introduce nuevas formas de hacer negocios considerando a la empresa como un ente social donde los *grupos de interés* se convierten en el objetivo principal de la estrategia corporativa, ya que no se puede concebir empresa sin entorno. Es necesario reflexionar primeramente ante una interrogante: ¿qué son estos grupos de interés y por qué tienen tanta incidencia dentro del estudio de la RSE?

Los grupos de interés, más conocidos como Stakeholders, son el conjunto de partes interesadas y/o afectadas por la actividad de una organización. Los grupos de interés pueden ser grupos o personas que reflejan intereses, conmociones o inquietudes en los ejes medioambientales o sociales que afectan o son afectados, directa o indirectamente, por el desempeño de la actividad de una organización. (Strandberg, 2010, Pág. 7). Los grupos de interés no son algo nuevo, lo novedoso es el concepto. De hecho, siempre han existido, y las empresas siempre los han tenido en cuenta. Ninguna empresa puede permitirse el lujo de ignorar los legítimos intereses de sus clientes, proveedores, empleados etc., lo que ocurre es que ahora los grupos de interés se han extendido y tienen más poder para influir en las organizaciones.

El poder de los grupos de interés se debe, principalmente, al potencial de comunicación que los mismos poseen, es decir su acceso a la información y a su capacidad de respuesta. Ante la creciente demanda de los públicos interesados en conocer acerca de los procesos de producción, suministro de insumos y materia prima, el trato digno hacia los trabajadores, la importancia que reside en la inclusión de los Derechos Humanos en la búsqueda de una mejor calidad de vida laboral e individual, el manejo adecuado de desechos fomentando el respeto al entorno natural y la aplicación y fomento de actitudes éticas en el marco organizacional. Dichas prácticas orillan a que las empresas actualmente fijen la mirada hacia una nueva forma de gestionar y administrar un negocio en la que se logre una efectiva implementación de las normas éticas y la incorporación de nuevas conductas comprometidas

con el sector social y medioambiental. (Freeman & Reed, 1983)

La creciente conciencia social en cuanto a los problemas socio-ambientales, como el calentamiento global, la escasez de recursos naturales e hídricos y los conflictos étnicos, también está llevando a las empresas a reconsiderar sus prácticas de gestión, buscando entender hasta qué punto esos fenómenos pueden afectar a sus negocios. Actualmente es bastante significativa la cantidad de empresas que incorporan en sus estrategias aspectos sociales y ambientales. (Camacho Solís, 2015). A partir de esta situación, en la cual las empresas aplican las medidas y estrategias que obedecen al modelo de gestión en RSE, han demostrado ser un factor clave en la formulación de un sinnúmero de percepciones, paradigmas y críticas hacia la aplicación de este modelo; pensamientos y comentarios examinados desde diversas aristas empresariales, dando mucho de qué hablar en los últimos años a percepción de los administrativos, gerentes y dirigentes de las empresas que intervienen en las decisiones fundamentales organizacionales y que se encargan de emitir cierto tipo de juicios y opiniones acerca de la factibilidad y plausibilidad de la implementación del modelo de RSE.

III.4 Polémica de la Responsabilidad Social Empresarial

En la actualidad, la inserción de la Responsabilidad Social en la gestión empresarial es un desafío que impone una apertura en la mente y criterio de los directivos en su planeación estratégica; la importancia de ello reside en que es una nueva forma de gestión: el mundo ha cambiado, por lo tanto, la forma de hacer negocios también. Se han logrado detectar algunas inconformidades en contra de la implementación de una estrategia o filosofía de RSE en las empresas, la mayoría de estas derivadas de la insuficiencia de información que permita dar cuenta del grado de conocimiento y posicionamiento de las empresas actuales y ciudadanía o sociedad que aluda a este tema, así como situaciones particularmente concretas en donde las organizaciones no son los principales accionistas que contemplan e involucran a sus agentes interesados.

Lo anteriormente dicho se presenta como un problema, ya que resulta un tanto evidente la aparición de conflictos atribuidos a una mala interacción y comunicación entre los diversos públicos interesados y la empresa, acrecentando así una serie de preocupaciones y obstáculos en el propio funcionamiento de la organización, todo derivado de actitudes apáticas, falta de fomento de valores éticos y el vago interés por preocuparse por sus agentes de interacción, dificultades que muchas de las organizaciones llegan a incurrir en

el transcurso de sus actividades diarias. (Vargas Niello, 2006)

La manera de abordar este desafío es, en primer lugar, conociendo a fondo todos los aspectos que rodean al concepto de RSE, punto no menor si se trata de elaborar una estrategia de desarrollo consistente que permita a las empresas abordar de manera efectiva las distintas áreas del concepto, que en repetidas ocasiones se presenta difuso y cuya premisa consiste en incrementar los objetivos corporativos considerando las necesidades de los grupos de interés que pueden verse afectados por la actuación empresarial.

Diversas oposiciones en torno a la aplicación de políticas de RSE en las empresas también se han dado a conocer, en las cuales la naturaleza de la discusión se centra en las implicaciones económicas al momento de efectuar esfuerzos y poner en práctica la aplicación de medidas acorde a la filosofía de RSE, ya que a veces se convierte en un obstáculo para el buen desarrollo de los negocios. Varias empresas han recibido una publicidad no deseada y han sido el blanco de la indignación de clientes debido a su apoyo o su oposición a programas sociales controvertidos. (Friedman, 1970)

De la misma forma, otro tipo de problema está siendo muy reconocido, es un tanto más sutil, pero sus efectos se han mostrado de manera espectacular en los últimos años; en que las empresas fabrican una pantalla filantrópica corporativa, donde existe la posibilidad de que éstas maquillen un conjunto de acciones aparentemente positivas y que logren fácilmente encubrir.

El proceso no es simple, podríamos afirmar que la RSE es un camino por recorrer. Las empresas que comienzan a implementar o que llevan un grado de avance en torno a la RSE están siendo reconocidas por distintas organizaciones a nivel internacional, con premios, reconocimientos, distintivos, certificaciones, entre otros.

IV. A RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Como se ha evidenciado, la globalización, el desarrollo tecnológico y los sistemas de información y comunicación exigen un grado alto de calificación en los profesionistas, lo que determina la necesidad de las *Universidades* de formar, atraer, y conservar a los más calificados. Esta reflexión recién empieza a darse en el ámbito universitario. La formación de profesionales socialmente responsables se ha convertido en una misión reconocida tanto por los rubros sociales, los sectores productivos y la sociedad en general, con particular énfasis en la forma en que la inversión en

el capital humano contribuye decididamente a la equidad, al desarrollo económico o a la inclusión social de las personas. El *capital humano* es uno de los intereses actuales donde las instituciones académicas deben de brindar su inclusión, participación y fortalecimiento mediante la recaudación de esfuerzos e inversiones orientadas hacia el desarrollo profesional y personal de sus estudiantes, pues son ellos los que representan la base del éxito en la ocupación de cargos sociales, institucionales, empresariales y gubernamentales, en ellos depende el futuro del entorno mismo.

Debido a la existencia de relaciones entre la academia con las empresas y gobiernos y el impacto que se lograba en estos vínculos, fue necesario aplicar en la educación cierto compromiso por parte de las instituciones educativas y profesores por la creación de valor compartido en el ámbito del saber.

Dichos compromisos logran integrar la cultura humanista con la cultura científica, formar equipos de docentes e investigadores en comunidades de innovación capaces de aplicar el autoaprendizaje interactivo en base a problemas complejos, de efectuar un método de enseñanza, en el cual al estudiante no sólo se le presenta el dato informativo, sino la forma en cómo se llegó a este dato, es decir, enseñándole adquirir el conocimiento, de reconocer la diferencia entre informar y formar, de hacer un uso inteligente y pertinente de las tecnologías de la Información para su preparación académica y profesional y de la instauración de retos educativos que propicien el alejamiento del estado de confort de los estudiantes fortaleciendo las habilidades lógicas y en beneficio a un desarrollo integral.

De esta forma, surge el concepto de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) como una consecuencia para establecer políticas integradas para llevar a cabo un trabajo integral, tanto dentro, como fuera de las universidades para establecer el trabajo conjunto con estudiantes, las instituciones, y las decisiones que deben tomarse para beneficio de la sociedad.

La misión actual que debe fomentar la Universidad es la promoción de la *sociedad del conocimiento*. Dicha misión, no obstante descansa su importancia en el sistema educativo, particularmente en un sistema de educación superior. (UNESCO, 1998, Pág. 1)

Una de las funciones de la Educación Superior (ES) es habilitar a la ciudadanía para el ejercicio de cargos y responsabilidades en altas instancias de organismos de gestión en la Administración Pública, la empresa privada y el sector social. (Larrán, 2015)

En sentido amplio la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se puede entender como el modo en que la Universidad contribuye voluntariamente a crear una sociedad mejor con profesionistas verdaderamente preparados para enfrentar los cambios que se requieren en el presente, pero sobre todo en perspectiva ante un futuro donde sea posible la presencia de problemas sociales complejos a nivel global.

La Responsabilidad Social Universitaria exige, desde una visión holística, articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables.

Después de reconocer que no sólo se trata de reformar a las malas políticas, sino también a los malos conocimientos y epistemologías que la Universidad contribuye en producir y transmitir, y que inducen estas malas políticas, cada Universidad podrá empezar a elaborar su propio diagnóstico y reforma. (Vallaey, s/f)

Todo parte, en nuestra opinión, de una reflexión de la institución académica sobre sí misma en su entorno social, un análisis de su responsabilidad y sobre todo de su parte de culpabilidad en los problemas crónicos de la sociedad, dejando de pensarse como una burbuja de paz y racionalidad. (Vallaey, s/f)

No es el Estado el que puede realizar esta tarea directamente, ni los medios de comunicación privados solos, sino la Universidad (tanto privada como pública), en su doble papel de productora de ciencia y educadora del individuo social científico, articulando sus esfuerzos con la sociedad civil, las empresas y el sector público.

La Universidad juega aquí nuevamente un papel central. Su Responsabilidad Social debe ser de orientar la formación general y especializada del estudiante hacia la promoción del desarrollo justo y sostenible, creando así un nuevo perfil del egresado universitario:

- Un estudiante preocupado por las injusticias a su alrededor y con voluntad de comprometerse en acciones concretas.
- Un estudiante que haya podido desarrollar su propia capacidad solidaria en acciones de voluntariado conducidas desde la Universidad.
- Un estudiante informado, capaz de contextualizar su saber especializado en vista a la solución de los problemas cruciales de su sociedad.
- Un estudiante capaz de escuchar, intercambiar y entrar en empatía con el

otro, es decir que haya podido beneficiar de experiencias sociales formativas a nivel emocional. Un estudiante formado a la ética del diálogo.

- Un estudiante promotor de democracia y participación. (Vallaey, 2008, Pág 2)

A raíz de la importancia que significa la Academia en el desarrollo y fortalecimiento de los jóvenes universitarios resulta imprescindible denotar primeramente la diferenciación que existe entre la RSE y la RSU.

IV.1 Diferencias perceptibles entre la RSE y la RSU

Existen diversas diferencias substanciales entre la RSE y RSU, resulta realmente importante tener presente cada una de ellas para poder realizar un análisis más adelante:

1. La especificidad de los impactos universitarios prohíbe toda confusión entre la responsabilidad social universitaria y la de las empresas: La RSE habla esencialmente de la aplicación de sus prácticas en una empresa, la Universidad nunca deberá considerarse una organización, sino una institución.
2. En una empresa son considerados clientes los que reciben una satisfacción fundamentada a través de la compra de un producto, pagando a cambio un precio equivalente a su valor (intercambio), en la Universidad no pueden llamarse clientes a los estudiantes, ya que reciben conocimientos, desarrollan habilidades y aprovechan sus capacidades al máximo para obtener la formación profesional adecuada y logren desenvolverse por su cuenta en el campo laboral.
3. La RSU tiene como foco principal la creación de profesionales capaces de aportar sus conocimientos y habilidades a la sociedad del conocimiento, dejar huella proactiva en la constante creación de saberes específicos que son transmitidos de generación en generación (valor trascendental), la RSE persigue la generación de beneficio económico y la obtención de una buena participación y reputación por parte de sus grupos de interés (valor substancialmente social).
4. La RSE es un modelo de negocio que combina e integra la vertiente financiera de gestión, basada en la optimización del beneficio económico y la mayor aportación de valor al accionista, con la faceta socialmente responsable fundamentada en el enfoque social, humanista, solidario y ético de la gestión. Mientras tanto la RSU exige organizar y articular las partes de la institución en un proyecto de desarrollo social sostenible, para la transmisión efectiva de conocimientos responsables, formando

así profesionales y trabajadores responsables. (Díaz, 2014)

5. La RSU trastoca en sí misma un concepto diferenciado al término empresarial. Cuando se habla de la noción de Universidad, centra su significado en el todo, entero, universal y que a su vez deriva de unos cuyo significado es uno. Comprende además la diversidad de las ciencias y de las disciplinas convergentes en la unidad del saber. (Pozo, 2005)
La RSE contempla etimológicamente el emprendimiento de una actividad que implica trabajo o que presenta dificultades, lo que significa la acción de hacer/promover algo que sea aplicada en la realidad.

Como se puede apreciar la RSE y la RSU aunque comparten similitudes en la generación de valor compartido y en el enfoque sostenible y consciente con sus procesos y agentes involucrados, resulta realmente mayúscula la diferencia que radica entre estos dos conceptos, más aún en el manejo de cada término en su ámbito de aplicación (empresa-universidad). A partir de esta diferenciación, debe reflexionarse detenidamente en la pertinencia de propiciar una formación centrada en valores y ética que permita un desarrollo profesional en el marco de la responsabilidad social.

IV.2 Formación íntegra y profesional en la Universidad

La **Responsabilidad Social de las Empresas** debe ser una responsabilidad compartida por todos en la organización, y también por los que colaboran con ella como *stakeholders* próximos, porque su participación es necesaria para el desarrollo de las actividades de la organización. En una u otra situación se encuentran numerosos **profesionales**: abogados, economistas, consultores, auditores, contables, expertos informáticos, ingenieros y muchos más. A partir de esta idea es importante recalcarla importancia de identificar las responsabilidades de los profesionistas en lo que se refiere a la RSE. Esta idea se desprende que el profesional tiene una manera específica de ver los problemas que se le presentan, a partir de sus conocimientos y experiencias, de sus capacidades y de los principios éticos de su profesión.

La relación entre el profesional independiente y la empresa es la de un colaborador externo. En esa relación el profesional deberá tener en cuenta: 1) sus deberes para con la empresa, tal como se desprenden del contrato, explícito o no, con ella; 2) sus deberes para consigo mismo como persona y como profesional y, por tanto, 3) sus deberes para con su profesión y, en consecuencia, 4) para con la sociedad. (Argandoña, 2013)

Todo ello podría resumirse en dos ideas. 1) La RSE no es solo responsabilidad de las empresas y de su dirección, sino también de todos sus empleados y de los profesionales que, dentro o fuera de ellas, colaboran en sus actividades. Esto significa que esos profesionales deben tomar como propios los deberes de la RSE, tanto si las empresas los asumen como si los ignoran. 2) El profesional no debe ampararse nunca en los intereses que su cliente le manifiesta, sino que debe tener una visión amplia de su colaboración con la empresa, incluyendo los principios de su profesión y sus deberes para con la sociedad en su conjunto

La Universidad es la institución a la cual la sociedad le ha encomendado la misión de conducir el proceso educativo, para la formación de las nuevas generaciones de profesionistas con calidad. Esto justifica la necesidad de conocer la importancia que tiene para los docentes la formación integral del alumnado considerando en su formación, la orientación en su compromiso de formar líderes con Responsabilidad Social, hacia modelos educativos humanistas de desarrollo integral, y de compromiso y responsabilidad social, requiere transformar no sólo la dinámica del proceso de enseñanza y aprendizaje, sino generar estrategias para que el profesorado se involucre en con Responsabilidad Social, como filosofía de crecimiento de la cultura organizacional.

Las IES deben tener proyectos prioritarios de capacitación, y desarrollo de sus académicos para que sean éstos los agentes de cambio y transformación que deben involucrarse con la misión, visión, principios y valores de la Institución para impactar en el desarrollo integral del estudiante, fomentando una cultura fuerte y comprometida hacia la Responsabilidad Social. Deben fortalecer la visión de la “Extensión solidaria” como única expresión de la Responsabilidad Social, e implementar un cambio de política institucional y académica con una estrategia de comunicación y formación profesional basada en una filosofía compartida sobre la RSE. (Colombia, 2015)

La vinculación de las universidades en la construcción de PYMES socialmente responsables profundiza en las relaciones de las universidades con las empresas bajo y desde la perspectiva de mejorar la competitividad de los sectores productivos y hacer frente a las exigencias del mercado nacional, toda vez que asegura la formación integral del estudiante e incrementa su competencia profesional, para ello la universidad debe estar en conexión con las necesidades de la sociedad y de la vida. Necesariamente, esta concientización debe tocar a las IES, ya que éstas son las encargadas de vincular a los talentos que se preparan en su interior, con las empresas que los emplearán y de quienes se espera, apliquen los

conocimientos, habilidades y competencias que las llevarán a ser más sólidas y prósperas.

IV.3 Influencia de la Educación en la formación de profesionales responsables socialmente

Las instituciones de educación superior requieren ofrecer una educación de calidad, por ello se analizan varias investigaciones realizadas en esta década encaminadas a ese fin. Tanto las Universidades como los profesores tienen el deber de coordinar esfuerzos que propicien alcanzar las metas de la enseñanza, mismas que se distinguen por su ambición y complejidad como buscar que los alumnos logren un pensamiento crítico, sean creativos y desarrollen habilidades cognitivas complejas.

La Universidad tiene la necesidad de “formar a personas para ser profesionales altamente cualificados para su desempeño laboral y el ejercicio de su ciudadanía de forma responsable, brindando a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de la responsabilidad social” (UNESCO, 1998, Pág. 2), para ello “la educación superior debe no sólo proporcionar competencias sólidas para el mundo de hoy y de mañana, sino contribuir a la formación de una ciudadanía dotada de principios éticos, comprometidos con la construcción de la paz, la defensa de los derechos humanos y los valores de la democracia.” (UNESCO, 2009).

El papel que desempeñan las Instituciones de Enseñanza Superior hoy en día marcan la pauta de la continuación de un aprendizaje exitoso y de calidad, que contribuya no solo al desarrollo personal y profesional del alumno, sino también la posible huella que los futuros profesionistas logren dejar de manera proactiva en la sociedad poscontemporánea. Un aspecto poco tratado es el efecto de la Universidad como institución en el desarrollo personal que atraviesa el alumnado, el proceso por el cual vincula la formación a los valores que guían sus comportamientos. La Universidad, en el desarrollo de sus funciones de investigación, de enseñanza, de proyección social y bienestar institucional, debería buscar que la comunidad universitaria vivencie y comparta valores con la sociedad, orientados hacia un desarrollo sostenible y basado en respeto a la igualdad, la diversidad, y derechos humanos (UNESCO, 2009). Sin embargo, no se ha dado un modelo de sistematización sobre la evaluación del proceso que atraviesa el estudiante, más allá de evaluar el grado de asimilación de contenidos teórico-prácticos de sus carreras.

La incidencia ante una formación basada en la Responsabilidad Social brinda la apertura hacia una nueva forma de hacer y transmitir el conocimiento. Un modelo de educación basado en

los fines mismos de la Responsabilidad Social garantiza un compromiso colectivo para desarrollar estrategias conjuntas en el mejoramiento de la calidad en la educación universitaria, el funcionamiento interno de las universidades y, por ende, los valores asociados a la RS en el tejido empresarial, gubernamental y social.

V. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Ante la exposición teórica que se ha realizado a lo largo del documento, se retoman algunos aspectos que se considera conveniente puntualizar, en el interés de reflejar la relevancia de la formación de profesionales en materia de RSE para su incorporación al entorno y con ello lograr un impacto positivo ante las diferentes problemáticas que aquejan a la sociedad.

- La RSE se aplica a todas las empresas, sin tomar en cuenta tamaño, sector o actividad, así como de naturaleza públicas o privadas, con o sin fines de lucro, que tomen la decisión de integrar dentro de su actuación a sus grupos de interés y desarrollar prácticas socialmente responsables que permita ganar beneficios o lograr el fin para el cual fueron creadas, respetando y tomando en cuenta las expectativas de dichos grupos y de la comunidad en general.
- La RS se instala en el corazón de cualquier tipo de organización e institución, no es una moda, ni estrategia de marketing, ni un programa accesorio; la RS es la aplicación de principios y valores en las acciones de las entidades económicas, educativas y sociales.
- La implementación de la RS implica un cambio de cultura dentro de las organizaciones e instituciones, la cual debe aplicarse en todos los niveles y a todos sus implicados de la misma forma que trasciende sus fronteras.
- La Universidad tiene una responsabilidad social en la formación de sus estudiantes, por lo cual deben incorporar además de los conocimientos relacionados con sus disciplinas profesionales, los valores sociales y éticos para que su ejercicio profesional sea un aporte para el desarrollo de su comunidad.
- La Universidad es un actor relevante para construir y anticipar profesionales encaminados bajo comportamientos y valores de equidad y cohesión social.
- Se requiere mayor interés e involucramiento de los profesores en promover en sus alumnos la vocación social, de tal manera que el aula sea un espacio de apertura social, explotación de habilidades, apertura a nuevos saberes, y donde el estudiante promueva la

solidaridad, el liderazgo, el dialogo, formulación de la crítica constructiva, análisis objetivo y la cooperación.

- La formación, investigación, liderazgo social y compromiso son los elementos fundamentales que determinan un formato de relación entre Universidad y sociedad de manera ideal.

REFERENCIAS

- Aguilar, J. (14 de marzo de 2014). Actualidad Nebrija: La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad: <http://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2014/03/14/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-la-definen-los-expertos-sino-la-propia-sociedad/>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (enero-junio de 2012). Crecimiento Empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y gestión*(32), 1-26.
- Argandoña, A. (9 de febrero de 2013). El papel de los profesionales en la Responsabilidad Social de las Empresas. *Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*.
- Barroso Tanoira, F. G. (diciembre de 2008). La Responsabilidad Social Empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*(226).
- Camacho Solís, J. I. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*.(20).
- Cavala, G. (2015). Responsabilidad Social Corporativa: ¿Qué es RSC? Un ejercicio de responsabilidad empresarial. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de ¿Qué es RSC? Un ejercicio de responsabilidad empresarial.: <http://responsabilidad-social-corporativa.com/que-es-rsc/>
- Colombia, U. N. (23 de marzo de 2015). ¿Qué es la extensión? Recuperado el 24 de marzo de 2017, de Extensión solidaria: <http://www.humanas.unal.edu.co/peec/modalidades/extension-solidaria/>
- Cortés Mejía, S. (27 de febrero de 2015). Blog RSE 2.0: La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en el siglo XXI. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de La empresa como agente social tiene el potencial de ser transformadora de sociedad y por tanto, debe ejecutar su posibilidad de generar bien común.: <http://www.inalde.edu.co/knowledge/blog-rse-20/detalle-articulo-del-blog/ic/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-el-siglo-xxi/icac/show/Content>
- Dávila Sánchez, A., & Gómez Solís, J. L. (2008). Responsabilidad Social Empresarial: Un reto para la industria química. Recuperado el 16 de febrero de 2017, de Punto de vista. Synthesis: http://sega.beta.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/Responsabilidad_social_empresarial_un_reto_para_la_industria_quimica.pdf
- Freeman, E., & Reed, D. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*(3), 88-106.
- Friedman, M. (13 de septiembre de 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.
- Group, W. B. (2006). ¿Qué es RSE? Recuperado el 16 de marzo de 2017, de ¿Qué es RSE?: https://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf
- Hernández Slazar, G. (julio de 2009). CALIDAD DE LA EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR EN MÉXICO. *EUMEDNET: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 1(5).
- Kliksberg, B. (junio de 2006). ÉTICA EMPRESARIAL: ¿MODA O DEMANDA IMPARABLE? Recuperado el 15 de marzo de 2017, de ÉTICA EMPRESARIAL: ¿MODA O DEMANDA IMPARABLE?: http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_etica_moda.pdf
- Leff, E., Ezcurra, E., Pisanty, I., & Romero Lankao, P. (2002). *LA TRANSICIÓN HACIA EL DESARROLLO SUSTENTABLE, PERSPECTIVAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE*. (1 ed.). México: Raúl Marcó del Pont Lalli, Instituto Nacional de Ecología (INE-SEMARNAT).
- Ojeda, J. F., Chávez, Y., & Álvarez, D. (2015). Responsabilidad social: estandarización y economía basada en el conocimiento. *Revista de Contabilidad*, 36-47.
- Solís Medrano, A. C. (2013). *Pobreza, ambiente y cambio climático*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO-CROP.
- Soto Pineda, E., & Antonio Cárdenas, J. (2007). *Ética en las Organizaciones* (1 ed.). México: McGraw-Hill Companies.
- Strandberg, L. (marzo de 2010). Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de EL COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS: http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%20No%2010_tcm5-61597.pdf
- UNESCO. (9 de octubre de 1998). *DECLARACION MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR Y MARCO DE ACCION PRIORITARIA PARA EL CAMBIO Y EL DESARROLLO DE LA EDUCACION SUPERIOR*.

- Recuperado el 16 de marzo de 2017, de DECLARACION MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR: http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
- Vallaey, F. (s.f.). ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Recuperado el 16 de marzo de 2017, de ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?: http://www.ausjal.org/tl_files/ausjal/images/contenido/Documentos/Publicaciones/Educacion%20superior/Que%20es%20la%20Responsabilidad%20Social%20Universitaria%20-%20Francois%20Vallaey.pdf
- Vallaey, F. (2008). ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? (<https://scholar.google.es/citations?user=fQxIOsAAAAJ&hl=es&oi=sra>, Ed.) Recuperado el 17 de febrero de 2017, de ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?: <http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf>
- Vargas Niello, J. (diciembre de 2006). CEPAL – Colección Documentos de proyectos: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores.: http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/RSE_desde_la_perspectiva_de_los.pdf