

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E INTERNACIONALES

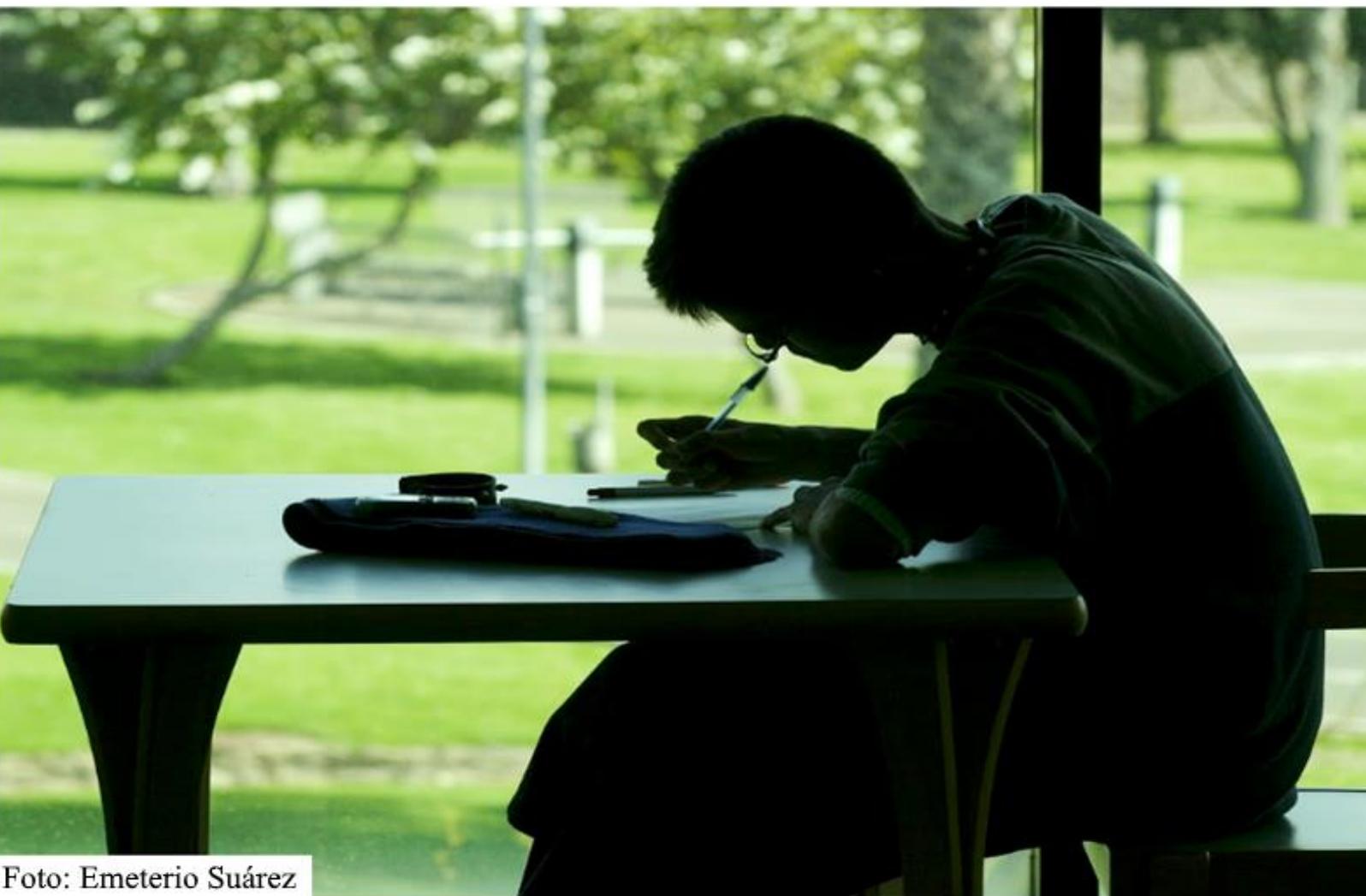


Foto: Emeterio Suárez

Autoras

Nisamar Hernández García

Naima Palenzuela Padilla

Tutor

Manuel Hernández Hernández

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E INTERNACIONALES

- **RESUMEN:**

Actualmente, la Responsabilidad Social ha adquirido una importancia creciente y se llega a considerar como algo relativamente nuevo en nuestra sociedad, pero su esencia y su razón de ser apareció mucho antes. Desde siempre las instituciones y las organizaciones sociales han asumido, en mayor o menor medida, que provocan impactos y consecuencias en la sociedad a la que pertenecen. Naturalmente, las universidades como entidades nacidas de ese entorno se suman a ese proceso de identificación y adopción de compromisos. En este documento, se presentan las perspectivas de varios autores sobre este asunto y se analizan, precisamente, las formas de llevarlo a cabo en diversas universidades, mediante un análisis de una muestra de 20 instituciones de educación superior en las que 10 son españolas y el resto internacionales.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Universidad, Compromiso Social.

- **ABSTRACT:**

Currently, the Social Responsibility has become increasingly important and is even considered as something relatively new in our society, but its essence and reason to be appeared much earlier. Historically the institutions and social organizations have assumed greater or lesser extent, causing impacts and consequences on society to which they belong. Naturally, universities as entities born this environment are added to the process of identification and adoption of commitments. In this document, the prospects of various authors on the subject are presented and precisely analyze the ways to carry it out in various universities , by analysis of a sample of 20 institutions of higher education in which 10 are Spanish and international rest .

Keywords: Social Responsibility, University, Social Commitment.

ÍNDICE

Introducción.....	4
1. Proceso metodológico.....	5
2. Marco teórico.....	7
2.1. Conceptos.....	7
2.2. Justificación.....	9
2.3. Principales teorías sobre la Responsabilidad Social.....	10
2.4. Ámbitos de la Responsabilidad Social Universitaria.....	16
2.5. Papel del trabajador/a social en la Responsabilidad Social Universitaria.....	27
3. Presentación de resultados.....	30
3.1. Concepción de la Responsabilidad Social.....	30
3.2. Presencia de la Responsabilidad Social en universidades.....	31
3.3. Ámbitos de la Responsabilidad Social Universitaria.....	31
4. Discusión.....	34
5. Conclusiones.....	37
6. Propuestas.....	38
Referencias bibliográficas.....	39
Anexos.....	42

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social es un término totalmente nuevo y desconocido para muchos. Sin embargo, una gran cantidad de empresas y organizaciones lo han adoptado como parte de su razón de ser y dan a conocer sus acciones y proyectos a la sociedad e incluso se publicitan a través de ello.

En cuanto a las universidades, son instituciones sociales que, en la actualidad, buscan afinar su conexión con la sociedad de la que forman parte. Este proyecto de investigación busca conocer cuáles son las diferentes perspectivas que se promueven en las universidades españolas e internacionales, en lo que se refiere a la Responsabilidad Social.

Lo que aquí se presenta es el fruto de una investigación documental, que se centra en el estudio de las diferentes formas de actuación de los centros institucionales citados anteriormente, en ámbitos tales como la formación, la investigación, la internacionalización, el medio ambiente, la sostenibilidad, la acción social, la igualdad, la cooperación, la solidaridad, la cultura, la transparencia, o la comunicación y la calidad.

Los resultados de este estudio son una referencia y conforman un material fundamental para un análisis riguroso y un posterior diagnóstico en profundidad de la Responsabilidad Social Universitaria, mediante la comparación con los resultados obtenidos en los centros españoles y de otros países estudiados. Es esencial para conocer el punto de partida y realizar una propuesta de gestión responsable, en esta materia, en la Universidad de La Laguna.

1. METODOLOGÍA

La Responsabilidad Social Universitaria forma parte de la propia naturaleza de este tipo de institución. Este tipo de entidad nace y se desarrolla con una vocación de servicio y como un instrumento de avance social. Es fundamental para llevar a cabo una gestión de valores y promover la igualdad de oportunidades y la justicia social en la sociedad. Es importante extender, con más vigor, este concepto en las universidades, dadas las consecuencias que produce en el funcionamiento social general, los beneficios que genera en la conformación de sociedades más libres y justas y el fundamental papel en la cualificación del alumnado en valores y buenas prácticas, tan relevante tanto en su futuro entorno laboral como en el ámbito personal y social.

Además, esta apuesta tiene otros beneficios, ya que propicia la implicación y la contribución positiva a la sociedad, y la transferencia y aplicación de conocimiento, así como el desarrollo de iniciativas y proyectos conjuntos. Por último, facilita la comunicación en ambas direcciones y la participación social en las entidades de educación superior e investigación avanzada. La universidad puede ser, además, un punto de generación de nuevas experiencias y propuestas de dinamización social.

La investigación teórica y empírica, que se ha llevado a cabo, tiene como finalidad, precisamente, conocer el concepto de Responsabilidad Social, desde la perspectiva de los autores expertos en la materia y a partir de lo que está haciendo actualmente una muestra de universidades, mediante las distintas formas de gestión y acción.

La primera parte de nuestro trabajo es, por lo tanto, el resultado de la búsqueda y síntesis de las principales aportaciones de diversos autores y se recoge en el marco teórico. Este primer documento, está integrado por varios apartados. Por un lado, se presenta la definición de los conceptos y la terminología más habitual en este campo, primero de manera general, en la que se definen los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial, y posteriormente, de manera específica, haciendo referencia a los diferentes aspectos que engloba el concepto de Responsabilidad Social: formación, investigación, internacionalización, medio ambiente y sostenibilidad, acción social, salud, igualdad, cooperación y solidaridad, cultura,

transparencia y comunicación y calidad, todo ello, basándose en las referencias de autores expertos en la materia.

La segunda parte de nuestra investigación tiene una dimensión claramente empírica y se dedica a indagar acerca de las diferentes formas de manifestación y gestión de Responsabilidad Social que se llevan a cabo tanto en universidades nacionales como internacionales. Para esta parte, se ha seleccionado una muestra de 20 universidades en total, 10 españolas y 10 internacionales. Al igual que con la primera parte del documento, se ha utilizado como referencia de investigación, los ámbitos anteriormente mencionados.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CONCEPTOS:

La relación de las organizaciones con la sociedad se define en función de los objetivos, las necesidades que atienden o los efectos, repercusiones o impactos que producen en la población. Esa conexión se produce, también, en la medida que se configuran como entidades abiertas y receptivas o por el contrario, optan por el cierre y la opacidad. Actualmente, cada vez más organizaciones son conscientes del impacto positivo y negativo que provocan en la sociedad, de las influencias o repercusiones que el medio social produce en ellas mismas y se involucran en las soluciones de los problemas sociales y con las personas de su entorno, tomando una posición de cooperación y reciprocidad con respecto a la sociedad.

La puesta en práctica de iniciativas de Responsabilidad Social en la actividad de las organizaciones es una decisión, muchas veces, unilateral y voluntaria de las mismas, con la que se asumen compromisos – ante sus propios miembros y ante la sociedad en general – que van más allá de las obligaciones legales a las que esté sujeta la organización. (Pérez, 2016). En ocasiones, en cambio el entorno favorece determinadas actuaciones, sin llegar a ser imperativas.

Aunque la reflexión y la elaboración teórica acerca de la Responsabilidad Social Universitaria es creciente, hay que reconocer que aún es escasa y debe todavía gran parte de su cuerpo de postulados al campo organizacional. No es extraño, pues, que se utilicen o se importen contenidos desde el ámbito empresarial o corporativo.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), según el Consejo Social de la Universidad de Huelva (2009) es un nuevo concepto de gestión integral de las organizaciones que ha tenido especial desarrollo en el ámbito empresarial, siendo su puesta en marcha una decisión y voluntad de las propias organizaciones mediante su compromiso. Posteriormente, ha tenido su traducción y extensión a espacios institucionales y universitarios.

La Comisión de las Comunidades Europeas, hace suya la definición de RSC, según la cual ese concepto “designa cómo las empresas integran su preocupación social y medioambiental en sus operaciones de negocios y en su interacción con los grupos de interés de un modo voluntario”. (COM, 2001, p 366).

Como ya se ha señalado, la relación de la organización con la sociedad se identifica, también., a través de las influencias que recibe y de sus efectos, repercusiones o impactos en diversos ámbitos: el económico, el de las personas (ámbito social y laboral) y el medioambiental. Según Pérez (2016), “La identificación de estos ámbitos de desarrollo de la gestión socialmente responsable permite la conexión de la RSC, en general, y de la RSE, en particular, con los actuales debates de principios de siglo sobre la sostenibilidad económica y ambiental y el manejo de los efectos negativos de la globalización”. (p. 5).

Lo primero que se afirma hoy acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, según Vallaeys (2009), es que va más allá del altruismo. "No quiere ser filantropía pura (la clásica donación caritativa que no tiene relación alguna con la actividad de la empresa), tampoco filantropía interesada (la donación caritativa del producto de la empresa para promocionarlo y abrir nuevos mercados) que no son sostenibles en el tiempo, no guardan relación con la acción misma de la organización, y no tienen una visión integral de la sociedad y de la ubicación de la organización en ella". (p. 1). Tiene que ver con una conciencia e implicación más profunda y menos instrumental.

Según el Libro Verde de la Unión Europea (2001)

La Responsabilidad Social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medioambiente más limpio. En un momento en el que la Unión Europea intenta determinar sus valores comunes adoptando una Carta de los Derechos Fundamentales, un número creciente de empresas europeas reconoce cada vez más claramente su Responsabilidad Social y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a

todos los interlocutores de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito. (p. 4).

Según Vallaey (2009), la Responsabilidad Social Empresarial consiste en la labor que realizan las personas, pertenecientes a una empresa determinada, en el ámbito social a través de la implicación con la comunidad, y el compromiso ambiental mediante el cuidado del entorno y con un planteamiento económico con un modelo de negocio ético. En un mundo cada vez más complejo e interconectado no es posible mantenerse al margen.

2.2. JUSTIFICACIÓN:

Actualmente, el concepto de Responsabilidad Social ha tomado especial relevancia también en muchas universidades, que han incorporado este concepto dentro de los pilares de su misión principal como institución, queriendo implantar esta cuestión como nueva forma de gestión, debido a los beneficios que conlleva en sus propias comunidades universitarias y que proporciona también en el entorno empresarial y social.

Según este mismo autor, es sorprendente que todos los líderes que hoy gobiernan las principales instituciones públicas y privadas y que salen, en una gran proporción, de las mejores universidades, apliquen a diario ciencias y tecnologías aprendidas ahí, que sin embargo, crean y reproducen un orden social injusto y condenan la mayor parte de la humanidad a sobrevivir. La relación entre una formación totalmente especializada en las universidades y centros educativos y la crisis social, económica, medioambiental y sobre todo, de valores a nivel mundial, ha generado que las universidades comiencen a plantearse y reformar su manera de gestión actual por una más responsable con su comunidad y la sociedad, no solo de manera general y mediante simples acciones, sino a través de una profunda reflexión sobre el significado de la producción del conocimiento y la formación a los futuros líderes en la sociedad.

Así mismo, también nos muestra que no sólo se trata de reformar las políticas, sino también los conocimientos y epistemologías que las universidades contribuyen en producir y transmitir, y que inducen estas políticas.

En esa línea, por ejemplo, el Consejo Social de la Universidad de Huelva expone los motivos fundamentales por los que se debe implantar el modelo de Responsabilidad Social como forma de gestión universitaria. Basándose en Pérez (2009) argumentan que:

La universidad necesita comenzar a definir su posición y función con la sociedad, sobre los nuevos modelos económicos, sociales y culturales, prestando el mejor servicio posible al ciudadano, adoptando valores humanos, democráticos, sociales y ecológicos, para que pueda cumplir su compromiso con la sociedad para satisfacer sus demandas, a partir de una relación basada en la reciprocidad de ambas partes.

Además, es importante que la universidad establezca una buena relación con la sociedad, exponga claramente sus actividades y funciones, aporte excelencia y liderazgo social, cultural y científico; pudiendo así ayudarla a permanecer en la nueva sociedad del conocimiento.

2.3 PRINCIPALES TEORÍAS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Hay dos autores que han estudiado, especialmente, este asunto. Larrán y Andrades (2015) exponen que el objetivo principal de su análisis ha sido la justificación de una teoría adecuada al término de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). A través de él hacen referencia a los diferentes enfoques y ámbitos teóricos, que conlleva esta forma de gestión en las universidades, mediante el análisis de las diferentes teorías utilizadas para corroborar el compromiso de la Responsabilidad Social Universitaria.

Las principales teorías de Responsabilidad Social, y de fundamental importancia para estos autores, son la teoría de agencia, la teoría de los *stakeholders*, la teoría de legitimidad, la teoría institucional y la teoría basada en recursos y capacidades. Se expondrán cada una de ellas, en las siguientes páginas.

- La teoría de agencia.

Las universidades son entes autónomos y sujetos colectivos, capaces de actuar y ser responsables, por lo tanto, de sus decisiones y acciones. En opinión de Santos (2007), con respecto a la gestión en centros educativos públicos, se debe tener en cuenta que -en el caso de las universidades- éstas tienen mayor autonomía a la hora de tomar sus propias decisiones y llevar a cabo su propia gestión. Además sus principales fuentes de ingresos

son las financiaciones que reciben a través de las administraciones públicas. Por lo que están socialmente obligadas a dar explicaciones sobre la forma de gestión de esos fondos recibidos y los resultados obtenidos y objetivos alcanzados.

Según Larrán y Andrades (2014), una de las actuaciones clave para la rendición de cuentas a la sociedad es la implantación de mecanismos que mejoren su transparencia informativa en los ámbitos social, económico y medioambiental.

Estos mismos autores, señalan que la mayoría de estudios realizados que han utilizado la teoría de la agencia, como marco teórico de la RSU, se han centrado en la autonomía y la rendición de cuentas.

Desde este enfoque, nos basamos en el trabajo de Dill (2001), donde se señala que “la mejora en la rendición de cuentas a la sociedad mediante la divulgación de información social y/o medioambiental sería un buen mecanismo para corregir los diferentes intereses de las administraciones públicas y las universidades.” (p. 94).

Por su parte, Agasisti y Catalano (2006) han expresado la necesidad de modernizar la estructura de gestión y de gobierno de las universidades para mejorar la eficiencia en las universidades mediante la configuración de sistemas de gobernanza con mayor autonomía de las universidades.

En el ámbito español, Larrán y Andrades (2013) encontraron que uno de los principales frenos para la implantación de prácticas de Responsabilidad Social es el coste político que representa para los equipos de gobierno de las universidades españolas la publicación de una memoria de sostenibilidad auditada y comparable en el tiempo y con otras universidades.

A este respecto, se manifiesta la presencia de ciertos conflictos entre los intereses de la administración y la universidad en la medida que la divulgación de información social es concebida por los directivos universitarios españoles como un elemento que reduce la autonomía universitaria así como genera un mayor control en su gestión. Obviamente, este tipo de planteamientos no tiene ya base suficiente, en especial en una sociedad democrática como la nuestra.

- La teoría de los *stakeholders*

Las universidades no están en una burbuja, desconectadas de lo que les rodea. Son, además, el resultado de múltiples influencias y contribuciones. Están en comunicación con su entorno y necesitan conocer qué demandas sociales se plantean y dar respuesta a lo que la sociedad les pide. Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004) el concepto de *stakeholder* nace en el contexto empresarial y se define como “aquellos grupos sociales e individuos afectados de una y otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo e indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y la supervivencia.” (p. 5).

Desde este enfoque, se puede señalar la existencia de una amplia literatura en el contexto empresarial donde se manifiesta el vínculo existente entre la teoría de los *stakeholders* y el compromiso con la Responsabilidad Social Universitaria. En este concepto se señala a Fassin y Gosselin (2011), que manifiestan la importancia de la incorporación de esta teoría como soporte teórico para la consolidación de la ética y la Responsabilidad Social Universitaria.

Por lo que se plantea, según estos autores, en el caso de las universidades, los *stakeholders* serían aquellas personas que forman parte de la gestión universitaria, es decir, el personal de la universidad, el equipo de gobierno, y resto de la comunidad universitaria (profesorado y alumnado) interesado en una mejor forma de gestión. Pero incluye a grupos externos, asociaciones comunitarias, entidades empresariales, culturales, sindicatos, partidos, medios de comunicación, y a la propia administración pública (en nuestro caso, europea, nacional, autonómica y local).

Según Galán, (2006), en el ámbito universitario, el enfoque de los *stakeholders* puede ser igualmente aplicable, dado que las organizaciones son sistemas sociales donde existe una fuerte orientación hacia la legitimación y la aceptación social, lo cual no es ajeno en absoluto a lo deseado en el sistema universitario.

En relación a estas características, Cortese (2003) señala que la implantación de la RSU requiere la colaboración tanto de las comunidades locales y regionales como del personal universitario y de los estudiantes. En este sentido, los directivos universitarios

deben estar capacitados para comprender la necesidad de las instituciones de educación superior de ser un organismo líder en la creación de una sociedad sostenible teniendo en cuenta a una amplia gama de *stakeholders*.

Sin embargo, Benneworth y Arbo (2006) señalan que las instituciones de educación superior se encuentran en la posición de ser el único sector en el que se integran diferentes demandas de los agentes sociales, ya que las universidades tienen una clara vocación pública y de Responsabilidad Social, en el contexto de que es la sociedad la que delimita las responsabilidades de la universidad.

Por otra parte, Jongbloed (2008) señala que uno de los principales incentivos de la adopción de un enfoque de gestión basado en los *stakeholders* es que la mayor autonomía de las universidades está posibilitando un mayor grado de integración de las mismas en la sociedad. Esto quiere decir que las universidades se han percatado de la importancia que tiene la participación social en el desarrollo de la universidad y que la sociedad perciba la universidad como suya.

Gaete (2009) asume la participación de los *stakeholders* en los procesos de evaluación de la gestión universitaria como un indicador trascendental de la RSU. Para ello, el autor utiliza como mecanismo una matriz en la que clasifica los distintos ámbitos o procesos de gestión donde los grupos de interés pueden participar, el tipo de evaluación recomendado y las técnicas de evaluación analizadas.

De acuerdo con las aportaciones de Santos (2007) se asume que el modelo de dirección y gestión de la RSU debe asentarse en la consideración de las necesidades y expectativas de los *stakeholders* en la toma de decisiones.

- La teoría de la legitimidad

Si hay alguna institución que deba estar a la altura de su misión es el sistema educativo, así como el sanitario. Suchman (1995) señala que la legitimidad es la percepción generalizada de que las acciones de una entidad son deseables, apropiadas o adecuadas dentro de algún sistema de normas, valores, creencias y definiciones construido socialmente. La universidad es una de las instituciones más valoradas. Es un actor social que debe mostrar la importancia de la Ética y de la honestidad. El respeto de

la sociedad es un valor esencial. Ésta le exige servir de ejemplo y faro que ilumina el avance social.

Además, Deegan (2002) indica que la teoría de la legitimidad ofrece un mayor compromiso con la Responsabilidad Social que la teoría de la agencia porque la empresa y la sociedad deben cumplir un contrato social en el que las organizaciones acuerdan atender o satisfacer demandas sociales a cambio de la consecución de sus objetivos y alguna recompensa que avale su existencia.

Esa legitimidad se adquiere en la medida que la universidad se convierte en una institución eficiente, con alto niveles de calidad en cuanto a producción del conocimiento y formación. Powers (2004) se percató, en ese sentido, que las universidades actualmente utilizan licencias para financiarse y avanzar mediante acuerdos y colaboraciones con empresas grandes, medianas y pequeñas, dando a lugar un contrato social entre universidades y gobiernos.

- La teoría institucional

Las universidades deben cumplir los requerimientos normativos que las definen así como los propios de toda sociedad democrática. De acuerdo con Llamas (2005), este enfoque se centra en los aspectos del contexto institucional en el que están inmersas las organizaciones, donde se establecen como factores clave de éxito la conformidad con las reglas y normas institucionales, dada la necesidad de las organizaciones de alcanzar con sus acciones su aceptación, legitimidad o prestigio.

Asworth (2007) analizó la influencia de la teoría institucional en cuanto a la idea de que el principal objetivo de los cambios organizativos se dirige hacia la mejora de la legitimidad de las organizaciones públicas. En este marco, los autores examinaron el cambio en estas organizaciones a través del impacto que genera la introducción de una estructura reguladora en los servicios locales del gobierno central del Reino Unido. Los resultados muestran que los efectos de la cultura tanto organizativa como estratégica son proclives a variar cuanto mayor sea la presión institucional.

- Teoría basada en recursos y capacidades

Las organizaciones del siglo XXI deben adaptarse a las nuevas exigencias sociales y tener una comprensión más amplia de cómo hay que cuidar los recursos internos y las capacidades humanas. Son un actor decisivo también en el proceso de avance social. En opinión de Filho (2010), existe una corriente de opinión favorable a considerar la existencia de una relación positiva entre las prácticas de Responsabilidad Social y la rentabilidad o valor de la empresa, lo cual justifica la hipótesis de que la RSU bien podría ser un factor clave para la competitividad empresarial, en la medida que se está convirtiendo en una cuestión estratégica para garantizar el éxito y supervivencia de cualquier negocio.

Grant (2006) considera que la teoría de recursos y capacidades entiende a la organización como un recurso, que hay que descubrir, potenciar y desarrollar. Para ello, estudian sus fortalezas -que les aportan ventajas- y así justificar la elaboración de una estrategia que se centra en aprovechar estas ventajas para mejorar sus aspectos internos.

Atakan y Eker (2007) manifiestan que la mayor intensidad competitiva entre las universidades puede ser un elemento de progreso y justifica la necesidad de desarrollar herramientas de planificación estratégica. En este caso, los autores evidencian que la responsabilidad social es uno de los aspectos clave a incluir en dicha estrategia como fuente de ventaja competitiva de las universidades.

Finalmente, Santos (2007) expone que el reto de las universidades está en la diferenciación, no solamente a través de la calidad o la competencia, sino también a partir de la responsabilidad social como elemento a incluir en la estrategia institucional.

Tomando como referencia las principales cinco teorías de gestión de Responsabilidad Social en las universidades, hay que admitir que, a diferencia del ámbito empresarial, sus campos de acción y su forma de actuación son distintas, debido a su fin principal. Entendemos que el objetivo principal en las empresas es, al fin y al cabo, generar beneficios, sin embargo, en las instituciones académicas la principal misión es la de formar a su alumnado, y entienden la Responsabilidad Social como forma de educar en habilidades y valores sociales.

2.4. ÁMBITOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Aunque la evolución en esta cuestión, aún es limitada, y es necesaria mayor investigación, al respecto, es posible identificar algunos espacios interesantes. Existen una serie de ámbitos o áreas en los que se gestiona el modelo de Responsabilidad Social en las universidades. A continuación, analizaremos los siguientes:

- En las áreas de formación e investigación:

Según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España (2014), la Responsabilidad Social en el ámbito de formación hace referencia al aprendizaje especializado en técnicas de gestión responsables. Además, de afirmar el fomento de una especialización en estudios del ámbito de Responsabilidad Social, potenciando las cátedras y los estudios de postgrado relacionados con esta materia, para lo cual será preciso elaborar un inventario de cátedras y estudios de postgrado.

Por otra parte, en cuanto al área de investigación, propone impulsar la investigación, la innovación sostenible y el desarrollo de productos y servicios dirigidos a mejorar la calidad de vida de las personas con mayores dificultades, y reducir el impacto ambiental.

Según Vallaey (2009):

La Universidad contribuye en producir y transmitir, y que inducen estas malas políticas, cada Universidad podrá empezar a elaborar su propio diagnóstico y reforma. 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. El esquema siguiente puede ayudar a visualizar el carácter global y central de la reforma universitaria deseada. (p. 4).

Según Libro Verde de la Unión Europea, (2001), la Responsabilidad Social de las empresas puede contribuir a desarrollar una economía basada en el conocimiento, competitiva, dinámica y socialmente cohesionada. Para ello, el Consejo Europeo de Lisboa hizo un llamamiento especial al sentido de Responsabilidad Social de las

empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible.

También indica que “en el ámbito del aprendizaje permanente, las empresas deben desempeñar un papel fundamental en varios niveles: contribuir a definir mejor las necesidades de formación mediante una asociación estrecha con los agentes locales que diseñan los programas de educación y formación; fomentar el paso de los jóvenes de la vida escolar a la vida laboral, y creando un entorno que estimule el aprendizaje permanente de todos los trabajadores.” (p. 9).

Además, señala que “para responder a la necesidad de incluir la Responsabilidad Social en la formación de los directivos y trabajadores actuales y de prever las cualificaciones que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro, es normal ofrecer en las carreras de empresariales cursos y módulos de ética empresarial, aunque sólo suelen abarcar una parte de lo que se entiende por responsabilidad social de las empresas.” (p 21).

Finalmente, en cuanto al ámbito de investigación, debemos destacar que las universidades al ser instituciones formativas e investigadoras tienen mucho potencial en este ámbito. Sin embargo, Pérez (2009) hace referencia a que las instituciones académicas no han detectado su potencial en adquirir el monopolio de esta área y se coordina con otras organizaciones.

- En el área de internacionalización.

Según Borrero (2008), la internacionalización es cada vez más creciente en las universidades, debido al modelo social en el que vivimos. Sin embargo, desde sus comienzos en la Edad Media, las organizaciones universitarias ya se movían de un territorio a otro, por lo que los expertos empezaron a difundir el concepto de universidad de migración para destacar este aspecto ya propio desde sus comienzos.

Según Knight (2005), la internacionalización en el contexto de la educación superior no se basa en un solo criterio ni una aceptación compartida, dándose confusiones con los contextos de globalización o interculturalidad. Por lo que Didou (2007) afirma que por ello se ha producido una transformación importante del concepto de internacionalización universitaria en las últimas décadas.

Knigh (2005) entiende la internacionalización universitaria como "el proceso de integración de la dimensión global, intercultural e internacional en el propósito, las funciones o entrega de la educación superior" (p.13). La universidad forma parte del mundo y se abre a esa realidad interconectada.

En cuanto a su relación con la Responsabilidad Social, Sebastián (2000) lo define como "un espacio para expresar su Responsabilidad Social, proyectar y transferir las capacidades y conocimientos de la universidad y obtener diferentes tipos de retornos, incluyendo los financieros". (p.134). Es evidente, pues, que la universidad debe estar vinculada con los ámbitos internacionales de docencia e investigación, contribuir a un orden social más justo y menos desigual y una concepción de la humanidad como comunidad, más allá de las fronteras y barreras culturales y de otra índole.

Además, Arias y Molina (2008) consideran que la internacionalización como fin de desarrollo es uno de los ámbitos de la Responsabilidad Social Universitaria, debido a que las acciones que se lleven a cabo desde la institución deben formar parte de su misión como universidad para evitar que sean consideradas "fábricas de profesionales". Eso significa escuchar las demandas sociales y adelantarse a los cambios sociales.

Por otra parte, estos mismos autores añaden que la internacionalización universitaria facilitará el cumplimiento de los retos de la RSU en este ámbito ya que como consecuencia, se inicien relaciones entre personas, instituciones, regiones y países que fortalezcan el desarrollo social de los territorios.

Finalmente, Unceta (2007) identifica tres modelos de acciones como ámbito de la internacionalización en el área de la Responsabilidad Social Universitaria como la incorporación a sus programas docentes y de investigación de las preocupaciones por la equidad, el desarrollo humano y la sostenibilidad; la promoción del voluntariado a través de la generación de espacios de debate y sensibilización; y la participación en programas y proyectos de cooperación para el desarrollo.

- En el ámbito de medio ambiente y sostenibilidad.

Según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2014), uno de los principios de la responsabilidad social empresarial es promover el consumo responsable mediante la integración de políticas de consumo. Para ello, propone informar a los consumidores sobre un tipo de consumo cívico y responsable mediante la

minimización del impacto ambiental, o el impulso de las tecnologías limpias, entre otras.

Por otra parte, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2014) propone implementar programas de protección de la biodiversidad, de reequilibrio del territorio poniendo especial énfasis en programas encaminados a la prevención y gestión de aspectos medioambientales: la lucha contra la contaminación atmosférica, la contaminación de las aguas, la contaminación del suelo y aguas subterráneas, la contaminación acústica, la prevención y la correcta gestión de residuos, etcétera.

Finalmente, según Vallaeys (2009), una de las metas de la universidad en relación con el medio ambiente es convertirla en un modelo de desarrollo sostenible mediante la implantación de políticas de protección del medio ambiente, el reciclaje de recursos, el tratamiento de los desechos, fomentar un modelo de transporte sostenible, etc.

- En el ámbito de acción social.

Conforme al Libro Verde, (2001) "una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Esto se reconoce en instrumentos internacionales, como la Declaración tripartita de la OIT sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo". (p. 14)

Por otro lado, sostiene que "también es cada vez mayor el convencimiento de que la repercusión de las actividades de una empresa en los derechos humanos de sus empleados y de las comunidades locales sobrepasa el ámbito de los derechos laborales. Así sucede, por ejemplo, en las situaciones de inseguridad en que las empresas trabajan con fuerzas de seguridad públicas con un historial de violación de los derechos humanos." (p. 15)

Finalmente, Abril (2010) expone que el compromiso principal de las universidades respecto a la acción social es principalmente establecer baremos para compensar las desigualdades y la evolución de ayudas propias de este ámbito como pueden ser subvenciones de precios públicos de matrícula, escuelas infantiles y talleres de verano para los hijos de los miembros de la comunidad universitaria, retribución complementaria a los trabajadores que causan baja por enfermedad o accidente laboral

para que mantengan su nivel salarial, programa de intercambio de vacaciones del PAS/PDI, sistema de anticipos reintegrables, contribución a los planes de pensiones, incentivos a la jubilación y ayudas extraordinarias entre otros. Obviamente, hay otras iniciativas como los servicios o gabinetes psicosociales universitarios, las acciones de difusión científica a la población o las investigaciones aplicadas en terrenos como la Medicina, la Ingeniería o las Ciencias Sociales.

- En el ámbito de salud:

La Carta de Ottawa de (1986) expone que “la salud es construida y vivida por las personas en su ambiente cotidiano, donde ellas trabajan, aprenden, juegan y aman” (p.3). Por lo que la universidad debe comprometerse a fomentar estilos de vida saludables en su comunidad y hacia la sociedad.

Según Muñoz y Cabieses (2008) el ámbito de salud en Responsabilidad Social Universitaria consiste principalmente en promocionar la salud desde una perspectiva educativa mediante la formación en hábitos de vida saludables, empezando por sus propios recursos humanos.

Además, la Organización Mundial de la Salud (2008) considera que las universidades constituyen un pilar importante en este ámbito sobre todo mediante la investigación, ya que disponen de fuentes de datos que al analizarlas y ordenarlas de forma adecuada podrá dar respuesta y atender a muchas de las necesidades en promoción de la salud.

Finalmente, Muñoz y Cabieses (2008) añaden que determinados estilos de vida pueden ser muy perjudiciales para la salud y las instituciones deben en este aspectos informar y sensibilizar sobre las consecuencias de estas prácticas a medio y largo plazo como son el consumo de tabaco, unos hábitos alimentarios determinados, la insuficiencia o abuso del ejercicio físico, el consumo de alcohol, comportamientos sexuales de riesgo, consumo de drogas, etc. Cabe añadir a esta relación, el estrés o el agotamiento profesional. Tenemos, por ejemplo, en nuestra propia comunidad, problemas de salud pública como la obesidad, la diabetes o el sedentarismo. La Universidad debe apoyar la labor de las instituciones y autoridades sanitarias, al respecto.

- En el ámbito de igualdad.

Según Elósegui (2010), el modo de afrontar la economía y los negocios es positivo en relación con el principio de igualdad, debido a que está demostrado que una empresa más igualitaria genera más beneficios. Además señala que habrá un impacto positivo en la macroeconomía.

Según el Libro Verde, (2001) “Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de reducción del desempleo, aumento de la tasa de empleo y lucha contra la exclusión social previstos en el estrategia europea de empleo.” (p. 9).

Según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España (2014), las administraciones públicas y las empresas deben de fomentar la diversidad en cuanto al género, edad, discapacidad, origen cultural o étnico, entre otros criterios, más allá de los mínimos legales establecidos. Estas políticas permiten a las organizaciones aprovechar los beneficios de la diversidad social y la integración de colectivos en riesgo de exclusión con el fin de promover un mercado laboral cada vez más global y enriquecedor y capaz de abrir oportunidades de empleo a todos los colectivos que, además, contribuya a garantizar la igualdad retributiva y la cohesión social. Para la materialización de esta medida, se tendrá en cuenta el Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, y las actualizaciones posteriores del mismo, y se apoyarán iniciativas como el distintivo “Igualdad en la Empresa”. La promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en las empresas, incluidos los propios Comités de Dirección y los Consejos de Administración, constituye una medida eficaz para alcanzar la igualdad en materia de selección, promoción, formación y retribución salarial.

Para Castro y Álvarez (2014), la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres es hoy en día el elemento vital de la construcción política, social y económica de las sociedades democráticas, y como tal representa un reto que puede transformarse en oportunidad para las empresas en el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial.

“La aprobación en España de la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres significa un refuerzo a esta premisa, que alcanza una nueva dimensión con el informe de la OIT: La Igualdad en el trabajo: afrontar los retos en el que se indica la necesidad de asumir también en el planteamiento de la Responsabilidad Empresarial la eliminación de la constante discriminación entre mujeres y hombres: prejuicios, estereotipos, desigualdad salarial, techo de cristal, etc.” (Castro y Álvarez, 2014, p. 2).

En su opinión, la Responsabilidad Social en las Empresas trata de conseguir la igualdad, intentando conseguir condiciones de trabajo en las que se dé la igualdad efectiva, incidiendo en la medida de las necesidades en el sistema de selección, la promoción, las retribuciones, la formación y la conciliación de la vida profesional y privada.

La Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres (LOIEMH), conocida como Ley de Igualdad, tiene como objetivo hacer efectivo el principio de igualdad de trato y la eliminación de toda forma de discriminación contra las mujeres en cualquier ámbito de la vida, ya sea público o privado.

La Responsabilidad Social Empresarial es objeto de la Ley de Igualdad 3/2007, en el Capítulo VII, «La igualdad en la responsabilidad social de las empresas», en el que se desarrollan tres artículos: el art 73 que corresponde a las acciones de Responsabilidad Social de las empresas en materia de igualdad, el art 74 a la publicidad de las acciones de Responsabilidad Social en materia de igualdad y el art 75 la participación de las mujeres en Consejos de administración de las sociedades mercantiles.

Asimismo, según Castro y Álvarez (2014), podemos observar que la igualdad de oportunidades y la responsabilidad social empresarial van unidas, ya que el respeto de la igualdad y la diversidad favorecen la apertura de la empresa a su entorno, consiguiendo igualdad ante sus grupos de interés, lo que le ocasiona mayor información y conocimientos, además de mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios.

El Libro Verde hace referencia a dos dimensiones en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, que afectan a distintos grupos de interés:

1. La dimensión interna:

Eso significa que las empresas deberían intentar conseguir plantillas de personal equilibradas en razón de sexo, además de incorporar otros factores como la edad, origen étnico, opción u orientación sexual, etc. Por otro lado, es fundamental la lucha contra la discriminación, avanzando hacia la igualdad salarial, es decir, pagar igual salario a hombres y a mujeres con cometidos similares. Obviamente, es imprescindible, además, la salud y seguridad en el lugar de trabajo.

En particular, es importante adoptar una actitud proactiva que posibilite evitar los riesgos específicos de los puestos de trabajo, adaptar el trabajo a la persona, evaluar los riesgos que no se pueden evitar, sustituir lo peligroso por lo que no suponga ningún peligro y adoptar medidas que atiendan tanto a factores físicos, químicos y biológicos como a factores psico-sociales.

2. Por otro lado, la dimensión externa apunta a las siguientes:

Respecto de la relación empresarial con las comunidades locales, se recomienda:

- Compensar la posible contaminación o impacto en el entorno.
- Facilitar un trabajo no discriminatorio que tenga en cuenta servicios de guardería.
- Establecer y/o participar en alianzas con grupos de la comunidad, patrocinando actividades deportivas, culturales, donaciones para obras sociales orientadas a la igualdad, etc.

Castro y Álvarez, (2014) en lo que se refiere a la relación con entidades y personas socias comerciales, empresas proveedoras, así como consumidores y consumidoras, “es evidente que, los resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de otras partes, sean socios o proveedores, con las que se relaciona a lo largo de toda la cadena de producción; por ello, se recomienda una implicación directa con éstos respecto de políticas de desarrollo de igualdad.” (p. 5)

Además, respecto a los derechos humanos, este mismo autor expone “si una empresa quiere ser socialmente responsable debería comprobar que otras empresas con las que se asocia compartan esos mismos valores. Para ello es importante cumplir los códigos de conducta existentes a nivel internacional y otras normas de cumplimiento, además de las legislaciones laborales nacionales e internacionales.” (p.5)

Finalmente, cuanto a los problemas ecológicos, identificados a nivel mundial, “es importante que las empresas colaboren al desarrollo sostenible de su entorno y también al desarrollo sostenible global mundial, cumpliendo las directrices de la OCDE.” (p. 5)

- En el ámbito de cooperación y solidaridad.

El Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España (2014), promueve que las empresas y administraciones públicas faciliten y proporcionen oportunidades de voluntariado corporativo para sus empleados, en coordinación con los representantes de los trabajadores, además de favorecer la difusión y consideración de actividades de Acción Social de las empresas y organizaciones para su reconocimiento por la sociedad y la generación de confianza en su desempeño.

Por otra parte, considerara especialmente importante en el ámbito de cooperación al desarrollo destacar el papel de las organizaciones españolas como aliadas en el desarrollo de la Cooperación Española mediante la incorporación de los principios establecidos en Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y empresas transnacionales.

Finalmente, esta misma entidad considera que se debe promover la constitución de Alianzas Público Privadas para el Desarrollo, proponiendo diseñar y poner en marcha programas junto con la Cooperación Española. Se trata de programas que estimulen a las empresas a desarrollar iniciativas que contribuyan, de un modo significativo y diferencial, a los objetivos del desarrollo y la cooperación, teniendo en cuenta los documentos estratégicos elaborados por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

- Cultura.

Según Elieth (2007):

La RSE representa una temática actual dentro del ámbito organizacional y académico del país, de allí que sea la principal motivación para profundizar su estudio. Además el tema cultural es tan antiguo como vigente, pues es una variable que permite entender el comportamiento humano dentro de las organizaciones. La cultura entonces integra los valores, las creencias y las actitudes que asumen los actores que hacen vida dentro de las organizaciones, cuando están conscientes sobre el valor

social que pueden generar en de sus comunidades con la RSE, pues pueden dirigir sus programas a las necesidades más prioritarias de éstas. Específicamente es interesante analizar la cultura organizacional. La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico... y la responsabilidad social de las empresas, como factores estratégicos dentro de las organizaciones. (p. 232).

Vidal (2005) plantea que estudiar la cultura de una empresa es una tarea difícil, pero tiene muchas ventajas para determinar cómo se ejecutará el plan estratégico de la empresa. Porque las organizaciones se sostienen por sistemas de creencias que reflejan la racionalidad o pensamiento que subyace ellas, es decir, si la organización cree firmemente en la RSE como práctica de gestión, lo más probable es que forme parte de su planificación este aspecto en específico y guíe la acción en las diferentes situaciones y contextos.

Además, Elieth, (2007) destaca tres aspectos de la cultura organizacional que son particularmente importantes para analizar el efecto que la misma cultura tiene en una organización determinada: la dirección, la difusión y la fuerza. La dirección se refiere al grado en que una cultura apoya, más de lo que interfiere, con la posibilidad de alcanzar las metas organizacionales. Por su parte, la difusión es la medida en la cual la cultura es diseminada entre los miembros de la entidad. Mientras que la fuerza se refiere al grado en el que los miembros aceptan los valores y otros aspectos de la cultura organizacional.

Según este autor,

Una cultura puede tener un efecto positivo en la eficacia de la empresa cuando apoya sus metas, es compartida con amplitud y está profundamente interiorizada en los miembros de la organización. Por otro lado, una cultura puede tener un efecto negativo cuando es ampliamente compartida y está muy interiorizada, pero influye en los comportamientos en sentidos que no se dirigen a lograr las metas de la organización y en muchos casos hasta interfieren con las mismas. (p. 233).

Asimismo, Kirschner (2006) explica que la cultura es producto de los intercambios con el medio ambiente, se presenta como la construcción de un colectivo de

su identidad, es una creación social y, como tal, tiene características propias que se menciona a continuación: un papel de definición de fronteras; transmite un sentido de identidad a los miembros de la organización; facilita la generación de un compromiso con algo más grande que el interés personal de un individuo; incrementa la estabilidad del sistema social; es el pegamento social que ayuda a unir a la organización y sirve como un mecanismo de control y sensatez.

- Transparencia y comunicación.

Según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2014), las prácticas de buen gobierno, el comportamiento ético y la transparencia son señas de identidad de las organizaciones socialmente responsables. Aunque los avances en nuestro país han sido notables, todavía existen oportunidades de mejora.

Por otra parte, apuestan por promover la ética y la transparencia en las organizaciones, así como los programas de lucha contra la corrupción. En este sentido, se plantea la implantación y desarrollo de programas de transparencia, integridad y lucha contra la corrupción en las organizaciones.

Consideran fundamental fomentar que las entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones, indiquen si tienen en cuenta sólo criterios financieros en las decisiones de inversión y, cuando tengan en consideración riesgos extra financieros, mencionen esta circunstancia. Tienen como objetivo ampliar la transparencia del mercado financiero y extender el respeto hacia criterios sociales, ambientales y de buen gobierno en este tipo de actuaciones, generando productos financieros que respeten dichos criterios.

- Calidad:

Waddock y Bodwell (2004) que la gestión de la calidad puede ayudar a una organización a desarrollar la Responsabilidad Social y facilitar el desarrollo de actividades socialmente responsables.

Finalmente, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2014), considera fundamental fomentar la inclusión en los informes anuales que realicen las distintas entidades de las políticas de creación y mantenimiento de empleo, de igualdad de género, impacto medioambiental de su actividad, así como de aquellos programas de recursos

humanos que más favorecen la empleabilidad de los trabajadores, como es el caso de la formación, la diversidad de las plantillas y la inclusión de colectivos en riesgo de exclusión social y de personas con discapacidad.

2.5. PAPEL DEL TRABAJADOR/A SOCIAL EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según Díaz (2013), las competencias del/la trabajador/a social están presentes en todas las áreas de la Responsabilidad Social Empresarial. A continuación se citan algunos ejemplos:

Dentro de la RSE interna se cuenta con varios ejemplos;

- El desarrollo de los talentos individuales y la mejora de la satisfacción laboral.
- La comunicación interna será de vital importancia a la hora de favorecer la convivencia, la relación interpersonal y la productividad y prevenir los conflictos entre empleados.
- La conciliación personal y profesional, que previene el absentismo laboral, el estrés y mejora la productividad.
- La atención a la diversidad; todo un reto para las empresas ya que puede ocasionar conflictos o mejorar la productividad en función de cómo la gestione.
- Mejorar la salud y minimización de riesgos psico-sociales; interviniendo mediante talleres de prevención de drogodependencias o gestión del estrés o actuando en los casos ya diagnosticados por el trabajador/a social.
- La integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social: abarca desde la integración de discapacitados hasta la de mujeres maltratadas, ex drogodependientes, etc.

La RSU iría también en la dirección (desde el T.Social) de potenciar la escucha a los ciudadanos, a las asociaciones, a las comunidades..., en crear proyectos conjuntos universidad-entidades externas, en promover la unión como copartícipe en procesos de cambio social y desarrollo comunitario..., por ejemplo. La Responsabilidad Social Corporativa asume todo eso y los/as trabajadores/as sociales son los/as encargados/as de gestionar las subvenciones, redactar los informes sociales y la historia social del futuro trabajador/a.

Por otro lado, la intervención social en el área interna de la empresa es importante para la mejora de la productividad de ésta, no obstante, existen otras formas de intervención social que la empresa puede desempeñar de manera externa como son las relaciones de la empresa con la comunidad: Es muy importante tener en cuenta los diferentes niveles, es decir, Trabajo Social de casos, Trabajo Social de grupo y Trabajo Social comunitario, los cuales emplean técnicas e instrumentos que pueden ser útiles para potenciar la Responsabilidad Social Empresarial externa:

- La relación con las administraciones y el tercer sector que con considerados grupos de interés para la empresa y es beneficioso para ella mantener lazos de cooperación y mutuo conocimiento.
- La elaboración y evaluación de proyectos sociales: el proyecto social es una de las formas de intervención más identificables en una comunidad. Desde la empresa se pueden elaborar proyectos específicos (de formación, sensibilización, de intervención...) así como evaluar proyectos de otras entidades que colaboren con la empresa (supervisar proyectos públicos o privados).
- El mecenazgo: tener en cuenta la legislación actual de la Ley de Mecenazgo para proyectos de cooperación Empresa-ONG, así como ser parte de la comisión paritaria de la gestión de un proyecto social conjunto.
- El voluntariado corporativo: los trabajadores sociales de empresa históricamente han incluido entre sus competencias la gestión del voluntariado de los empleados. Lo que actualmente la responsabilidad social corporativa denomina voluntariado corporativo. Esta forma de intervención social en la empresa conjuga distintos instrumentos propios del trabajo social: el estudio de una comunidad y su problemática, el diagnóstico social, la elaboración del proyecto social, la conducción de grupos etc.

Finalmente la dimensión social de la Responsabilidad Social Corporativa es amplia y compleja. Necesita de profesionales especializados en intervención social que velen por una empresa más cercana a la realidad humana.

Por otra parte, Carrasco (2009) expone que esta profesión tiene mucho que decir y hacer en este área, considera que es una nueva oportunidad de reencuentro con la actividad empresarial de la que los/as trabajadores/as sociales se han alejado desde el concepto del trabajo social en la empresa.

Además, según este mismo autor, estas nuevas formas de gestión empresarial hacen suyos conceptos bastante familiares para los/as trabajadores/as sociales como son la acción social, el voluntariado, la relación con la comunidad, la integración, etc. Y es aquí donde esta profesión tiene la oportunidad de reinventarse, contribuyendo a la transformación del actual modelo capitalista a otro "de rostro más humano". Algo que por ahora no sucede debido a que las empresas aunque intervienen en el ámbito de acción social no lo hacen desde una perspectiva social, tal y como los siguientes datos lo corroboran:

Según un estudio elaborado por IESE *Business School* (2008) la formación de los/as trabajadores/as en el área de RSE varía, siendo los estudios con más presencia las licenciaturas de Económicas y Empresariales (con un 33%) y Derecho (con un 19%). También están presentes otras titulaciones como Psicología, Biología, Medicina, Ingenierías, Marketing o Periodismo, no figurando, sorprendentemente, Trabajo Social. Además según este mismo estudio, los ámbitos que se trabajan desde el área de RSE son la responsabilidad en el diseño, implantación, evaluación y seguimiento de políticas, con un 52%, la acción social, con un 48% y las relaciones con la comunidad, con otro 48%.

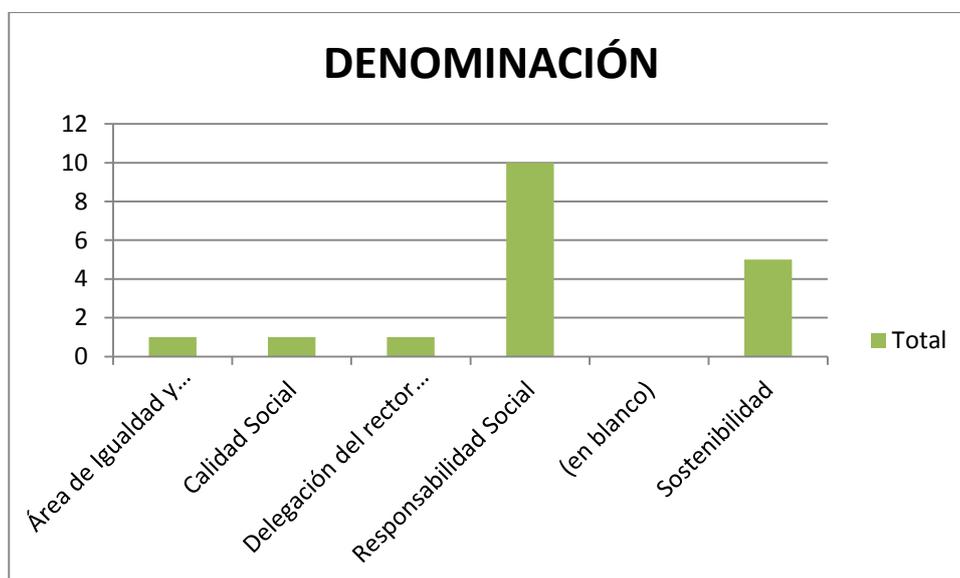
3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En cuanto a los resultados obtenidos en la muestra analizada los indicadores se han dividido en tres ámbitos, con el fin de obtener un documento conciso que recoja todos estos hallazgos de la forma más esquemática posible.

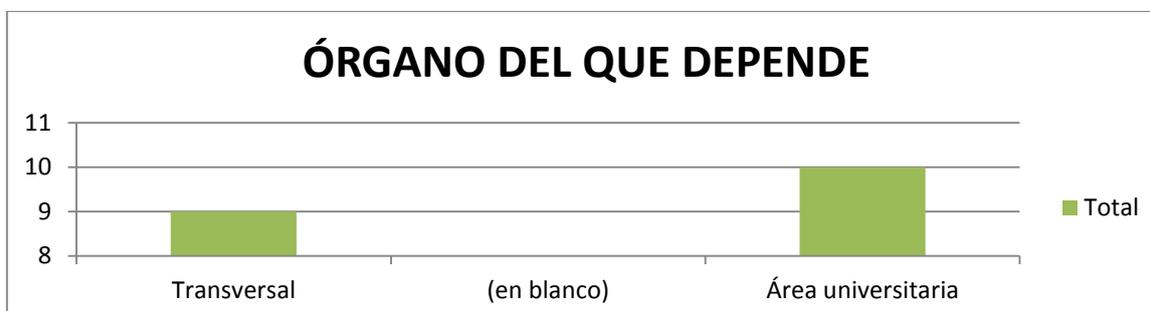
3.1. CONCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

El objetivo de este primer punto, es conocer lo que cada universidad entiende como Responsabilidad Social. Para ello, analizamos tanto la denominación que cada institución ha elegido para esta área y el órgano al que vinculan este concepto.

En el apartado de la designación del área de Responsabilidad Social, hemos detectado que la mayoría utilizan expresamente la denominación de Responsabilidad Social (10 de las 20 universidades analizadas) y cinco utilizan el término Sostenibilidad.



Por otra parte en cuanto al órgano del que dependen, es notoria la concepción del área como un órgano transversal. Sin embargo, la mayoría dependen de un solo área.



3.2. PRESENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS UNIVERSIDADES

Para conocer el grado de implicación de las universidades en la gestión con el modelo de Responsabilidad Social, se ha tenido en cuenta una serie de indicadores tales como si disponen o no de un área identificada, si tienen una ubicación física, si desarrollan proyectos y si realizan memorias de Responsabilidad Social.

Según los resultados obtenidos en los indicadores analizados, se detecta que el 95% de las universidades disponen de área de Responsabilidad Social, el 75% tienen una ubicación física, el 85% realizan proyectos de Responsabilidad Social y el 90% elaboran memoria.

3.3. ÁMBITOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

En este apartado, los proyectos, acciones y servicios -que llevan a cabo las universidades consultadas- se han sintetizado en cinco ámbitos, con sus respectivos bloques. Es importante señalar que no se ha procedido a un análisis cuantitativo, en lo que se refiere a este apartado, sino cualitativo. No interesa, pues, tanto, el número de universidades que desempeñan una determinada acción, como el hecho en sí de que se realice y se registre tal cualidad.

ÁMBITOS	CATEGORÍAS	PROYECTOS
Acción social	Internacionalización	Oficina de relaciones internacionales. Proyectos en otros países. Transferencia de conocimiento y formación. Actividades de voluntariado internacional. Oficina de estudiantes internacionales. Erasmus. Becas a alumnos de países fuera de la UE.
	Cultura	Agenda Cultural Centros o espacios culturales Grupos de estudiantes de diferentes culturas
	Solidaridad	Plan de formación y sensibilización solidaria Acciones y servicios de voluntariado Día Internacional del Voluntariado Programa de Voluntariado. Campañas de recogida de alimentos, juguetes, medicamentos....
	Servicios asistenciales	Adquisición de libros de texto y/o material escolar para familiares de empleados universitarios Centros de Educación Infantil para miembros del personal Ayudas por natalidad y adopción legal Ayudas por situaciones extraordinarias e imprevistas Ayuda para adquisición de primera vivienda Comedores escolares
Igualdad	De género	Diagnóstico de Igualdad entre hombres y mujeres. Protocolo contra el acoso sexual y por razón de sexo. Día contra la Violencia de Género. Centro de la Mujer Unidad de lesbianas, gays y transexuales
	Racial	Oficina de internacionalización para alumnado procedente de otros países. Programas de sensibilización. Oficinas de apoyo a minorías étnicas. Proyectos de empoderamiento y reconocimiento étnico.
	De justicia	Campaña de Sensibilización por el Comercio Justo Feria de Consumo Responsable Universidad por el Comercio Justo y el Consumo Responsable
	De oportunidades	Atención a la Discapacidad Aula Universitaria de Mayores Programa de convivencia intergeneracional Centro de oportunidades de empleo Servicio de accesibilidad
Cuidado RRHH	Formación	Formación institucional para profesorado y PAS, a demanda de los centros universitarios, y el coordinador de formación del centro. Cursos de RSU Curso La igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Propuestas de políticas de igualdad y RSE

		<p>Postgrado en RSE</p> <p>Plan de Formación en Igualdad.</p> <p>Máster en Relaciones de Género.</p>
	Investigación	<p>Estudio para explorar las creencias sobre igualdad entre hombres y mujeres que posee el Personal Docente e Investigador y el Personal de Administración</p>
	Salud	<p>Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica: Discapacidades, enfermedades crónicas y/o geriátricas Tratamientos Odontológicos Accidente en Comisión de Servicio Programa de Salud en el Lugar de Trabajo. Programa de alimentación. Programa de actividad física. Programa de deshabitación tabáquica.</p>
Medioambiente	Gestión de residuos	<p>Programa de reciclaje y gestión de residuos. Separación de residuos.</p>
	Transporte	<p>Bicicleta como transporte en el campus para promover la vida saludable en la universidad. Transporte público universitario. Bonos para tranvía. Programas para compartir vehículo privado.</p>
	Eficiencia energética	<p>Consumo energético. Uso de energías renovables. Consumo de agua Contaminación acústica Contaminación atmosférica</p>
	Protección de fauna y flora	<p>Servicio de Prevención y Medio Ambiente Política ambiental Sensibilización e investigación ambiental</p>
Buenas prácticas	Transparencia	<p>Universidad en cifras</p>
	Comunicación	<p>Relaciones con los medios de comunicación Diseño de material divulgativo y publicitario</p>
	Calidad	<p>Oficina de Planificación y Calidad Unidad de garantía</p>
	Control y eficiencia del gasto	

4. DISCUSIÓN

Durante la elaboración de esta investigación, se han detectado las diferentes perspectivas en Responsabilidad Social que se promueven en las universidades españolas e internacionales. Como ya se ha visto en la investigación teórica, varios autores afirman que los ámbitos en los que se gestiona la Responsabilidad Social son la formación, la investigación, la internacionalización, el medio ambiente, la sostenibilidad, la acción social, la igualdad, la cooperación, la solidaridad, la cultura, la transparencia, o la comunicación y la calidad.

En cuanto a la investigación empírica en torno a estos ámbitos se detecta que las universidades llevan a cabo acciones y políticas dirigidas tanto a su personal docente y administrativo, como a su alumnado y comunidad, así como la sociedad general.

Por otra parte una de las incógnitas era si puede llegar la Responsabilidad Social a convertirse en una nueva forma de gestión en las universidades. En la investigación tanto la investigación teórica como empírica afirman que sí y de hecho debería considerarse como un futuro a medio o largo plazo, ya que, como dice Pérez (2009), la universidad debe empezar a definir su función con y para la sociedad, para que pueda cumplir su compromiso con esta y satisfacer sus demandas a partir de una relación basada en la reciprocidad de ambas partes. Además, se enfatiza la necesidad de que exponga sus actividades y funciones, aporte excelencia y liderazgo social, cultural y científico; pudiendo así ayudarla a permanecer en la nueva sociedad del conocimiento.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que poco a poco las universidades ya son conscientes de este hecho, como lo demuestra, de algún modo, el hecho de que en nuestra muestra, 18 universidades ya disponen de un área de Responsabilidad Social.

Uno de los ámbitos analizados más controvertidos ha sido la formación como parte de la Responsabilidad Social. A la conclusión que se ha llegado es que las universidades como instituciones educativas juegan un papel muy importante en el avance científico y social y tiene aplicaciones concretas en innumerables campos, así como en el organizativo, ya que, según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del

Gobierno de España (2014), la Responsabilidad Social hace referencia al aprendizaje especializado en técnicas de gestión responsables.

Además, en cuanto a la obtención de datos de las universidades analizadas, se detecta que estas ya llevan a cabo este ámbito mediante formación institucional a profesorado y PAS, cursos de RSU e igualdad de género, postgrados de RSE y relaciones de género, planes de formación en igualdad, etc.

Otra incógnita que se ha resuelto a lo largo de la investigación es si la Responsabilidad Social puede considerarse una forma de hacer justicia social. Lo cierto es que algunos de los ámbitos con los que trabajan como son la salud, igualdad, la cooperación, la solidaridad, la transparencia, la comunicación y calidad contribuyen a la igualdad de oportunidades y a la justicia social. Así, por ejemplo, en cuanto a la salud, Muñoz y Cabieses (2008) plantean que las instituciones deben informar y sensibilizar a la población sobre aquellos estilos de vida que puedan ser muy perjudiciales para la salud y sensibilizar las consecuencias de estas prácticas a medio y largo plazo. En cuanto a la igualdad, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España (2014) considera que las administraciones públicas y las empresas deben de fomentar la diversidad en cuanto al género, edad, discapacidad, origen cultural o étnico, entre otros criterios, más allá de los mínimos legales establecidos. En lo que se refiere a la y solidaridad, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España (2014) considera importante el papel de las organizaciones españolas como aliadas en el desarrollo de la cooperación y que las administraciones públicas proporcionen oportunidades de voluntariado, en cuanto a la transparencia y comunicación las administraciones tienen como objetivo ampliar la transparencia del mercado financiero y extender el respeto hacia criterios sociales, ambientales y de buen gobierno y en cuanto a calidad Waddock y Bodwell (2004) consideran que puede facilitar el desarrollo de actividades socialmente responsables.

Por otra parte, en cuanto a los resultados obtenidos, las universidades realizan acciones destinadas al fomento de la salud de su comunidad, acciones solidarias dirigidas a la sociedad en riesgo de exclusión social, disponen de servicios asistenciales para promover el bienestar social de su comunidad universitaria, fomentan la igualdad de género, racial, de justicia y oportunidades con el fin de lograr la equidad en su comunidad

y promueven las buenas prácticas mediante la transparencia de la institución, la comunicación, promoviendo la calidad y gestionando un control de su eficiencia y el gasto de recursos.

Además, se ha detectado que sí se aprende a ser responsable desde pequeños, asumiendo las consecuencias de nuestros actos y a nivel familiar y de la comunidad a la que pertenecemos. Ese aprendizaje es totalmente necesario ya que según el Libro Verde de la Unión Europea (2001) la responsabilidad social es un concepto que promueve contribuir a una sociedad mejor y un medioambiente más limpio, además Vallaeys (2009) añade que es a través de la implicación con los que nos rodean, y la la comunidad, y el compromiso ambiental, como se logra esa adquisición.

Por otra parte, en el análisis realizado se han detectado una serie de ámbitos como el medioambiente, la igualdad y la acción social que son en principio valores que debemos transmitir a los jóvenes desde muy temprana edad con el fin de que se conviertan en adultos y líderes responsables con la sociedad y el entorno. Lo que nos indica que es importante educar en el concepto de Responsabilidad Social desde la Educación Primaria.

Finalmente, se debe hablar de la presencia de trabajadores/as sociales en Responsabilidad Social y en algunos puntos de la investigación queda claro que esta es importante ya que como afirma Díaz (2013), las competencias del/la trabajador/a social están presentes en todas las áreas de la Responsabilidad Social. Además, Carrasco (2009) añade que esta profesión tiene mucho que decir y hacer en este área ya que estas nuevas formas de gestión hacen suyos conceptos bastante familiares para los/as trabajadores/as sociales como son los de la acción social, el voluntariado, la relación con la comunidad, la integración, etc. .

Por otra parte cabe destacar que en las universidades analizadas se han detectado áreas de actuación que deberían ser gestionadas por trabajadores/as sociales como son las áreas de igualdad, servicios asistenciales, oficinas de voluntariado y deben también ser partícipes en áreas como son la calidad la gestión programas de sensibilización y la participación universitaria.

5. CONCLUSIONES

Definitivamente, lo que ha quedado claro es que aunque el concepto de Responsabilidad Social es relativamente nuevo, muchas organizaciones e instituciones académicas, como son las universidades, se están haciendo eco de ello, dando a conocer su labor con respecto a este tema. Pero aún así, es un concepto desconocido para la sociedad de a pie.

Por otra parte, hay que destacar que la Responsabilidad Social tiene un gran potencial para la sociedad a nivel mundial, ya que esta nueva forma de gestión hace que tanto las instituciones como las universidades puedan ser transparentes y mostrarse como entidades comprometidas. Además, este planteamiento tiene sentido también puesto que las universidades son parte de una realidad social. Por lo que su finalidad no es para nada utópica, aunque algunas organizaciones hagan un mal uso de este término.

Por esa razón, es muy importante tener en cuenta, que tanto las instituciones educativas y sobre todo las universidades juegan un papel importante a la hora de promover y educar en valores de compromiso y Responsabilidad Social con el fin de educar a las generaciones futuras y de promover un importante cambio a nivel económico, social y ético.

Además, los/as trabajadores sociales debemos renovarnos y hacernos partícipes de este cambio, ya que tenemos mucho que aportar. Desde esta perspectiva podemos mejorar como profesionales y ser más eficientes a la hora de gestionar recursos y coordinar acciones.

Finalmente, está claro que si no logramos que las organizaciones y las comunidades valoren realmente la Responsabilidad Social, este término será utilizado como mero marketing y forma de ganar prestigio, dejando de lado la verdadera esencia del concepto y logrando como consecuencia que la responsabilidad con la comunidad y el entorno no sea más que caridad y no una forma de justicia social.

6. PROPUESTAS

En primer lugar debemos reconocer, que este estudio aunque innovador es solo un punto de partida para seguir investigando, interviniendo y promoviendo la Responsabilidad Social en el espacio universitario.

Está claro que, además de que la muestra es poco significativa, la selección de la misma también es poco objetiva ya que se han escogido aquellas universidades más valoradas en Responsabilidad Social. Es por ello que los datos obtenidos han de tomarse con las naturales reservas.

Sin embargo, hay que decir que el objetivo era conocer el concepto de Responsabilidad Social y las diferentes maneras en las que se puede llevar a cabo, por lo que era importante realizar una muestra selectiva. A la luz de estos resultados, son diversas las posibilidades que se plantean:

De cualquier modo, parece aconsejable difundir mejor y de forma más amplia el concepto de Responsabilidad Social entre los/as miembros de la comunidad universitaria.

Sería conveniente, además, realizar un diagnóstico de Responsabilidad Social en las universidades, relacionado con las necesidades y demandas de la comunidad universitaria y la sociedad. Por supuesto, es fundamental elaborar indicadores de Responsabilidad Social Universitaria comunes para todas las universidades

Además de incluir postgrados y asignaturas optativas de Responsabilidad Social en grados de Trabajo Social, Magisterio, Psicología, Medicina o Economía. También se debe promover la contratación de trabajadores/as sociales o psicólogos en áreas y servicios de Responsabilidad Social o ámbitos de esta.

Finalmente, es importante que se realice un diagnóstico social de las necesidades y demandas de la comunidad universitaria y si existen servicios que puedan dar respuesta a estas o bien conocer las dificultades que tienen para hacerlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abril A. (2010) Responsabilidad Social Universitaria. Recuperado el 27 de abril del 2016 de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=T-ZjJSnvFaYC&oi=fnd&pg=PA99&dq=Responsabilidad+Social+Universitaria&ots=Nu9T9Rtcbl&sig=RfHkYRQ78cDskTJW56OFjqMo1Tc#v=onepage&q=Responsabilidad%20Social%20Universitaria&f=false>

Carrasco, J., (2009) Trabajo Social en Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado el 27 de abril del 2016 de http://mobile.buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1499/Hum8_art2.pdf?sequence=1

Castro García, C. y Álvarez Tardío, B. La Igualdad en la Responsabilidad Social de las Empresas. Recuperado el 27 de abril de http://www.castello.es/web20/archivos/contenidos/61/D021_Igualdad_RSE.pdf

Comisión técnica de la estrategia universidad 2015. Gobierno de España (2011). La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible. Recuperado el 29 de abril del 2016 de http://www.crue.org/Sostenibilidad/CADEP/Documents/Documentos/24.La_RSU_y_el_desarrollo_sostenible_2011.pdf

Díaz, A. (2013). La intervención social en la empresa: Trabajo Social y RSE. Recuperado el 29 de abril del 2016 de <http://diariosresponsable.com/opinion/16976-la-intervencion-social-en-la-empresa-trabajo-social-y-rse>

Diez, Elieth (2007) La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones. Recuperado el 5 de mayo del 2016 de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25148/2/articulo5.pdf>

Fernández, R., (2009). Responsabilidad social corporativa. Recuperado el 8 de mayo del 2016 de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=295vqLhaTioC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Responsabilidad+social+corporativa&ots=y-VHbJZ0lk&sig=VcQkdUt4a89sCEMubaWL6UBbHrQ#v=onepage&q=Responsabilidad%20social%20corporativa&f=false>

Gaete, R. Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Un estudio de caso. Recuperado el 8 de mayo del 2016 de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/923/1/TESIS148-120417.pdf>

Gaete, R. y Bratos Martín, M. (2012). Estudios pedagógicos (Valdivia). Una mirada a la internacionalización universitaria desde la perspectiva de la responsabilidad social: discursos de los jóvenes investigadores, 38(1). Doi: 10/4067/s0718-07052012000100015. Recuperado el 20 de abril del 2016 de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052012000100015

Larrán Jorge, M. y Andrades Peña, F. J. Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. Recuperado el 5 de junio del 2016 de <https://ries.universia.net/article/viewFile/1053/1144>

Larrán Jorge, M. y López Hernández, A. M. (2010). Una propuesta de memoria de sostenibilidad universitaria como vía de diálogo con los diferentes grupos de interés. Roser Hernández, I. (Ed.) Responsabilidad social universitaria (99- 124). La Coruña: Editorial Netbiblo. Recuperado el 3 de abril del 2016 <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TZjJSnvFaYC&oi=fnd&pg=PA99&dq=responsabilidad+social+universitaria+en+espa%C3%B1a&ots=Nu8U4RAeaK&sig=2jwStTiGboStZPVihypBx2BkI4#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20universitaria%20en%20espa%C3%B1a&f=false>

Larrán Jorge, M. (Coord.) (2012). Análisis del nivel de implantación de políticas de responsabilidad social en las universidades Españolas. Recuperado el 2 de mayo del 2016 <https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0svGwmsXLAhXC6xQKHSLqBT8QFghHMAU&url=https%3A%2F%2Fwww.carm.es%2Fweb%2Fservlet%2FIntegra.servlets.Blob%3FARCHIVO%3DRESULTADOS%2520PROYECTO%2520CAROLINA.pdf%26TABLA%3DARCHIVOS%26CAMPOCLAVE%3DIDARCHIVO%26VALORCLAVE%3D80437%26CAMPOIMAGEN%3DARCHIVO%26IDTIPO%3D60%26RASTRO%3Dc2126%24m34533&usg=AFQjCNEKjcBqoRP0dAxqq0ZbR8J91e7gw&bvm=bv.116954456,d.d24>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España. (2014). Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas. Recuperado 20 de marzo del 2016 [file:///C:/Users/Naimasindy/Downloads/Estrategia%20%20GOB%20ESPA%C3%91A%20RSE%202014-2020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Naimasindy/Downloads/Estrategia%20%20GOB%20ESPA%C3%91A%20RSE%202014-2020%20(1).pdf)

Muñoz, M. y Cabieses, B. (2008). Panam Salud Pública. Universidades y promoción de la salud: ¿cómo alcanzar el punto de encuentro?, 24(2), 139- 46. Recuperado 20 de marzo del 2016 de <http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v24n2/a09v24n2>

Pérez Domínguez, F. La Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Recuperado 4 de abril del 2016 <http://www.uhu.es/consejo.social/pdf/documentos/responsabilidadsocialuniversitaria.pdf>

Server, R. Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. Recuperado 20 de marzo del 2016 http://www.ciriec revista economia.es/banco/10_Server_y_Villalonga_53.pdf

Tarí Guilló, J. y García Fernández, M. (2011). La gestión de la calidad y la responsabilidad social en empresas de servicios. Recuperado 20 de marzo de https://www.ehu.eus/documents/2069587/2114295/18_7.pdf

Vallaes, F., De la Cruz, C y Sasia, P. M. (2009). Responsabilidad social universitaria. Manual de primeros pasos. Recuperado 4 de abril de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/245/Responsabilidad+social+universitaria.pdf?sequence=1>

Vallaes, F. ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Recuperado 4 de abril de https://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/09/Archivos/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf

Valleys, F. (2009). La responsabilidad social de la Universidad. Recuperado 4 de abril de <http://aiesmin.unsl.edu.ar/responsabilidad.pdf>

ANEXOS

FICHA DE RECURSOS

1. ¿Tiene un área (o varias) de responsabilidad social?

Elija un elemento.

2. ¿Cómo se denomina/n?

Haga clic aquí para escribir texto.

3. ¿De qué órgano depende?

Haga clic aquí para escribir texto.

4. ¿Tiene/n una ubicación física?

Elija un elemento.

5. ¿Dónde se ubica/n?

6. ¿Tienen proyecto?

Elija un elemento.

7. ¿Realiza memoria de responsabilidad social?

Elija un elemento.

8. ¿Disponen de personal?

Elija un elemento.

9. ¿Cuántos?

Haga clic aquí para escribir texto.

10. Categoría

Haga clic aquí para escribir texto.

11. Funciones

- Haga clic aquí para escribir texto.

12. Dedicación.

Haga clic aquí para escribir texto.

13. Teléfono

14. Correo electrónico

Haga clic aquí para escribir texto.

15. Dirección web

16. Ámbitos que desarrolla o en los que participa

TIPOS	¿PARTICIPA?	ACCIONES
Formación		
Investigación		
Internacionalización		
Medio ambiente		
Acción Social		
Salud		
Igualdad		
Cooperación y solidaridad		
Cultura		
Transparencia y comunicación		
Calidad		

17. Tipos de acciones.

Haga clic aquí para escribir texto.

18. Resultados.