

## La Universidad Rafael Landívar y su vinculación con la responsabilidad social universitaria

La Universidad Rafael Landívar, como miembro de la Asociación de las Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL), define la **Responsabilidad Social Universitaria (RSU)** como: la habilidad y efectividad de la Universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión. Estas funciones deben estar animadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad, la dignidad y la tolerancia, a través de la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo. Por lo tanto, **la responsabilidad social universitaria debe ser un eje transversal del quehacer de las Universidades miembros de AUSJAL.**

### RESPONSABILIDAD SOCIAL ACADÉMICA

#### Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

La misión de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es formar profesionales de las Ciencias Económicas y Empresariales con excelencia académica y de valores. Estos valores se establecen como un complemento fundamental al currículo de cada carrera y se enfocan en la formación de conductas, hábitos, formas de ser y actitudes, tanto de pensamiento como de acción y de modos de vida; es decir, la formación de la persona en su totalidad que se lleva a cabo mediante un programa de Responsabilidad Social Académica, que incluye una serie de actividades y proyectos que se desarrollan en forma gradual y continua. Los ejes que se enlazan en estas actividades son: empresarialidad para la reducción de la pobreza, empresarialidad para el cuidado del medio ambiente y empresarialidad con una visión intercultural (García, 2010).

Los objetivos que la Facultad persigue son:

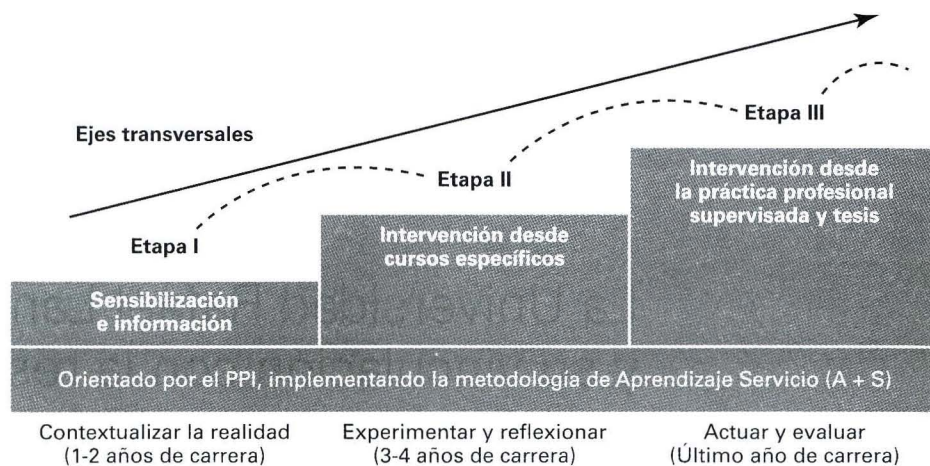
- Propiciar espacios de interacción que faciliten al estudiante tener vivencias que enriquezcan su formación académica.
- Adquirir la experiencia práctica que permita formar profesionales competitivos en el mercado laboral.
- Generar profesionales con las herramientas necesarias para enfrentar los retos del siglo XXI.

Este proceso supone incorporar la Responsabilidad Social en tres etapas, organizadas conforme avanza el nivel de formación académica de los estudiantes y en cursos seleccionados estratégicamente en las carreras de la Facultad (véase la figura A.1-1).

- **Etapla I:** corresponde a la contextualización para informar y sensibilizar al estudiante respecto a una realidad; se lleva a cabo en los primeros dos años de carrera.
- **Etapla II:** intervención desde cursos específicos donde el estudiante experimenta y reflexiona sobre una realidad en particular, llevándose a cabo en el tercer y cuarto años de carrera.

**Figura A.1-1**

Fuente: Política y manual de incorporación de la RSU, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2009.



- **Etapa III:** intervención desde la práctica profesional supervisada y tesis, en la cual el estudiante evalúa y actúa en un proyecto en específico, en el último año de sus estudios universitarios.

### Cómo lo hacemos

Se realizan actividades como conferencias, cine foro, ferias, talleres, debates, visitas a instituciones y comunidades, análisis de información y casos, asesorías técnicas e investigación, entre otros, todas ellas integradas en los programas de los diferentes cursos para exponer al alumno a las distintas etapas de la Responsabilidad Social Académica.

A continuación se presentan algunas ilustraciones que muestran la participación de los estudiantes en estos programas de responsabilidad social.

### Ejes de Facultad Ciencias Económicas y Empresariales y Responsabilidad Social



## Actividades de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en el campo de la responsabilidad social académica



*Compañías juveniles URL/EJ con responsabilidad social  
Etapa I / Eje Empresarialidad para la reducción de pobreza*



*Eco marketing  
Etapa I / Eje Cuidado del medio ambiente*



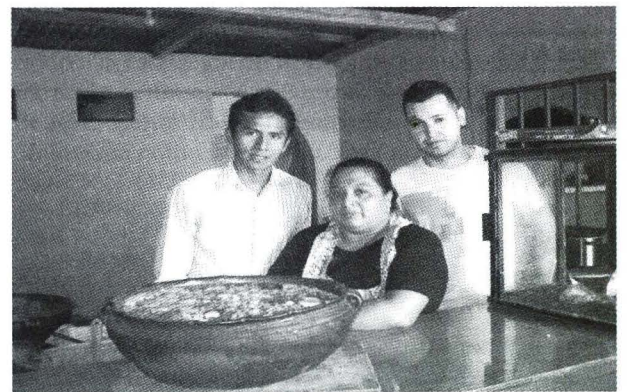
*Investigación sobre turismo en San Vicente Pacaya  
Etapa II / Eje Empresarialidad para cuidado medio ambiental  
y reducción de la pobreza*



*Participación en la rueda de negocios – Feria MIPYME URL  
Etapa II / Eje Empresarialidad para la reducción de pobreza*



*Práctica profesional supervisada Fe y Alegría  
Etapa III / Eje Empresarialidad para la reducción de pobreza*



*Ruta gastronómica  
Etapa III / Eje Interculturalidad*

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La historia y las diferencias entre el nivel de desarrollo de un país a otro han demostrado que son las empresas, y no los gobiernos, las que realmente desarrollan económicamente una nación. Si bien es cierto que el gobierno debe crear la plataforma de desarrollo (que es como un tablero de ajedrez) es, en realidad el sector productivo el que puede generar empresarismo, nuevos negocios, crear empleo y construir riqueza y prosperidad para una nación.

Sin embargo, existen muchas formas de hacer negocios y muchos tipos de empresas. Por un lado, existen compañías que hacen negocios de muy corto plazo, es decir, que se dedican únicamente a producir y vender un determinado producto o servicio. No piensan en el impacto que su negocio tiene en otros miembros de la sociedad: en las familias de sus colaboradores, las comunidades aledañas a sus empresas, el medio ambiente y, por supuesto, en sus propios colaboradores; ni se esfuerzan por contribuir positivamente al desarrollo sostenible de Guatemala. Por otra parte, existen otras empresas con visión de futuro y un enfoque integral en la excelencia, el cual abarca no sólo sus productos y servicios, sino también sus clientes, sus colaboradores, sus proveedores, las comunidades en las que se encuentran inmersas, el medio ambiente y la sociedad en general. Estas organizaciones han constatado que en el largo plazo no pueden existir empresas exitosas en sociedades fracasadas, por lo que saben que es responsabilidad de todos generar oportunidades y aumentar la competitividad de Guatemala. Por fortuna, estas empresas innovadoras y visionarias están tomando el liderazgo y trabajando activamente para construir un país más próspero para todos.

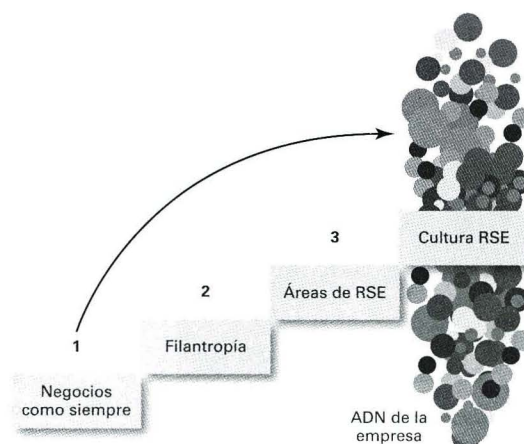
A la hora de decidir cómo una empresa puede tener un impacto positivo en la sociedad, se abre un espectro de posibilidades de intervención. Tradicionalmente, las empresas consideraban que donar dinero y practicar la filantropía era la forma correcta en que incidían positivamente en la sociedad. Ahora, la realidad demuestra que la filantropía es buena pero de ninguna manera es suficiente para que Guatemala dé un salto cualitativo en desarrollo y calidad de vida. El modelo de intervención requiere de más innovación y de un involucramiento estratégico y total de la empresa. Además, se requiere que la relación sea “ganar-ganar”, es decir, al mismo tiempo que la empresa contribuye con la sociedad, también se vea beneficiada y su negocio marche mejor. Este nivel de involucramiento más innovador y más estratégico es lo que se denomina **Responsabilidad Social Empresarial** y va mucho más allá de hacer proyectos de RSE, para convertirse en una nueva forma de hacer negocios. Se trata de que la Responsabilidad Social forme parte del ADN de la empresa y que cada decisión que se tome considere las implicaciones económicas, sociales y ambientales y el impacto positivo o negativo que esta decisión puede tener sobre los públicos interesados de la empresa (*stakeholders*).

### Una definición para analizar....

A pesar de que el concepto de RSE se ha venido desarrollando desde finales de la década de los 70 e inicios de los 80, no existe a nivel mundial una única definición aceptada

**Figura A.1-2**

Gráfica según CentraRSE



del concepto. Lo importante es que todas las definiciones comparten la esencia de que la RSE:

- Es algo tan simple como *la forma correcta de hacer negocios*.
- Representa un *elemento diferenciador* y una oportunidad para las empresas de ser más competitivas y, al mismo tiempo, de tener un impacto positivo en la sociedad.
- Es una decisión estratégica y un compromiso de largo plazo que requiere *liderazgo* y que involucra a todos los miembros de la organización, desde la junta directiva y el gerente general hasta los colaboradores que realizan labores operativas básicas.
- Considera que se debe pasar de un enfoque exclusivo sobre los accionistas hacia uno más integral que incorpore todos los públicos interesados de la empresa, es decir, aquellos grupos en los que se tiene un impacto positivo o negativo (colaboradores, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente).

Desde 1998, en Guatemala se propuso una definición de RSE con base en las experiencias internacionales y en el contexto local que toma en cuenta los elementos clave del concepto pero que al mismo tiempo considera las particularidades, oportunidades y retos de la sociedad guatemalteca. Es así como CentraRSE define la RSE de la siguiente forma:

“La **Responsabilidad Social Empresarial** es una cultura de negocios basada en los principios éticos y el firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”<sup>1</sup>

## La responsabilidad comienza dentro de la empresa

Cuando una empresa toma la decisión estratégica de ser socialmente responsable, debe tomar en cuenta que la base de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial comienza por el mínimo cumplimiento de la ley y por irradiar los valores, principios éticos y la visión de la empresa.

### Dimensión interna

Primero, la empresa debe asegurarse de que está cumpliendo con la ley y está teniendo una conducta ética guiada por los valores y la transparencia. Como siguiente paso, la compañía debe ser especialmente responsable con sus colaboradores y debe asegurarse que está desarrollando al máximo el potencial de su capital humano que es el que finalmente hace posible el negocio.

### Dimensión externa

Al salir de la empresa debe seguirse una secuencia lógica, de lo más cercano a lo más lejano a ella. Es decir, se debe comenzar a trabajar con aquellos públicos interesados más cercanos a la empresa y su entorno cercano.

Como primer paso, debe pensarse en la proyección a las familias de los colaboradores para luego pensar en las comunidades en donde se encuentran inmersas las empresas y, finalmente, en el país en general. Ambas dimensiones son importantes, pero debe respetarse el orden de trabajar siempre “de adentro hacia fuera”, ya que la dimensión interna es crítica para darle credibilidad y sentido a la estrategia de RSE y a las inversiones sociales y ambientales que se realicen como parte de la dimensión externa. Para ilustrar el orden en que debe abordarse la estrategia de RSE, CentraRSE ha desarrollado una pirámide de RSE, la cual incluye tanto la dimensión interna como la externa. Esta pirámide se muestra a continuación:

<sup>1</sup>RSE: *Una nueva mirada empresarial*, CentraRSE, primera edición, 2007.

#### Responsabilidad social empresarial

Nivel de involucramiento más innovador y más estratégico en el que la empresa que contribuye con la sociedad, también se ve beneficiada para que su negocio marche mejor.

**Figura A.1-3**

Pirámide RSE según CentraRSE



### Desarrollo de una estrategia de RSE

El alcance de la responsabilidad social empresarial es muy amplio y se ha organizado en ejes<sup>2</sup> que las empresas deben considerar como centrales en una estrategia de este tipo de responsabilidad social. Estos ejes sirven como base para que las empresas definan su estrategia de RSE:

**Gobernabilidad (valores y transparencia):** El núcleo de la estrategia de RSE lo constituyen los valores, la transparencia y la ética empresarial. Los valores y los principios éticos, más que simples enunciados, deben ser los pilares que guíen las acciones de todos los miembros de la empresa a todo nivel y sobre ellos se debe desarrollar toda la estrategia de RSE de la empresa. Temas relacionados: legalidad, principios éticos, cultura organizacional, gobernabilidad corporativa, transparencia con la sociedad, propiedad intelectual.

**Público interno (colaboradores):** Las prácticas del negocio en materia de recursos humanos representan la mejor inversión a largo plazo que la empresa puede hacer, ya que sus colaboradores son el principal activo y quienes tienen finalmente en sus manos el éxito o el fracaso del negocio. Por esto resulta fundamental el desarrollo del recurso humano como primer paso en el despliegue de una estrategia de RSE. Temas relacionados: condiciones de trabajo, diálogo y participación, respeto al individuo, desarrollo al colaborador.

**Mercadeo (consumidores y clientes):** La cercanía con los clientes representa una condición esencial para la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo. Escuchar y responder a sus necesidades en forma responsable es una condición fundamental para afirmar que una empresa es socialmente responsable. Para decir que este eje marcha bien, la relación con los clientes debe abarcar todas las actividades del negocio, incluyendo el mercadeo ético, la distribución de los productos y/o servicios a los diferentes sectores sensibles de la sociedad (p. ej., niños), políticas de precios y claridad en las transacciones comerciales, calidad y seguridad del producto, etcétera. Temas relacionados: política de mercadeo y comunicación, excelencia en la atención al cliente, calidad y seguridad de los productos.

**Proveedores:** La responsabilidad de una empresa va más allá de su organización y debe involucrar a su cadena productiva. Esto significa que debe trabajar de la mano con sus proveedores y distribuidores, para asegurarse de que éstos hacen negocios en forma responsable y de acuerdo con lineamientos básicos de la operación, tecnología, información, etcétera. Temas relacionados: selección de proveedores, relación con los proveedores, negocios inclusivos.

**Comunidades (relaciones con la comunidad):** La empresa tiene la responsabilidad de contribuir al desarrollo de las comunidades inmediatas en donde opera y en donde tiene inte-

<sup>2</sup> *Manual de contenidos RSE*, Fórum Empresa, 2005.

reses comerciales. Este involucramiento empresarial en la comunidad incluye una amplia gama de acciones que van desde las inversiones sociales y ambientales hasta el voluntariado, las donaciones de productos y servicios, el trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil, etcétera. Cuando el trabajo con la comunidad se diseña y ejecuta en forma estratégica brinda un efecto multiplicador ganar-ganar, en el que se agrega valor a las comunidades y se contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas, a la vez que se fortalece la imagen de la empresa y sus marcas. Temas relacionados: inversión social, participación en la comunidad, liderazgo social.

**Medio ambiente:** El respeto y el cuidado del entorno natural en la forma como se hacen los negocios es una parte importante de la estrategia de responsabilidad social de una empresa. En este eje, el trabajo de la organización debe estar enfocado en encontrar soluciones innovadoras que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales y que reduzcan al máximo el impacto negativo de la compañía en el medio ambiente. Las empresas líderes definen la responsabilidad ambiental como un análisis comprensivo de sus operaciones, sus productos y sus instalaciones para trabajar en la eliminación de desechos sólidos y emisiones, maximizar la eficiencia y la productividad de todos los activos y los recursos “produciendo más con menos” y minimizando cualquier práctica que tenga un impacto negativo en el medio ambiente. Temas relacionados: administración sostenible de insumos, impacto del proceso, materiales y residuos.

**Relaciones con el estado:** La empresa tiene una oportunidad significativa de hacer que su estrategia de responsabilidad social trascienda sus operaciones y las de sus socios comerciales. Para esto, la compañía puede desarrollar alianzas con el estado que permitan elevar las buenas prácticas empresariales y tener un impacto a nivel de país que contribuya con un aumento en la competitividad y el bienestar de la sociedad guatemalteca en general. Temas relacionados: transparencia política, alianzas público-privadas.

### La estrategia como un todo...

El esfuerzo integral y balanceado en cada una de las áreas críticas o ejes de RSE, así como la identificación y satisfacción de los requerimientos de cada uno de los públicos interesados, asegura una contribución efectiva de la empresa a la sociedad, un beneficio concreto y el máximo retorno sobre la inversión social.

## Bibliografía

- |  |  |
|--|--|
| Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, 2008.                         | Primer encuentro sobre Responsabilidad Social Universitaria, Chile 2003, según Políticas e indicadores de RSU en AUSJAL, 2005. |
| <i>Manual de contenidos RSE</i> , Fórum Empresa, 2005.                           |  |
| Políticas e indicadores de Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL, 2005. | <i>RSE: Una nueva mirada empresarial</i> , CentraRSE, primera edición, 2007.   |

