



UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA | SHIKI EKIRAJA
PITEE WAJIRA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: **investigaciones en universidades públicas,** **empresas mineras y energéticas**

Darcy Luz Mendoza Fernández
Danny Daniel López Juvinao
Edwin Salas Solano



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
investigaciones en universidades públicas,
empresas mineras y energéticas

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
investigaciones en universidades públicas,
empresas mineras y energéticas**

Darcy Luz Mendoza Fernández
Danny Daniel López Juvinao
Edwin Salas Solano



UNIVERSIDAD | SHIKII EKIRAJIA
DE LA GUAJIRA | PULEE WAJIIRA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:
investigaciones en universidades públicas,
empresas mineras y energéticas

© Darcy Luz Mendoza Fernández
Danny Daniel López Juvinao
Edwin Salas Solano

© Universidad de La Guajira
Primera edición, 2019

ISBN: 978-958-5534-35-3

Carlos Arturo Robles Julio
Rector

Hilda María Choles Almazo
Vicerrectora Académica

Víctor Pinedo Guerra
Vicerrector de Investigación y Extensión

Sulmira Patricia Medina
Directora Centro de Investigaciones

Diseño / diagramación
Luz Mery Avendaño

Impresión:
Editorial Gente Nueva

Depósito legal

Impreso en Colombia
Printed in Colombia

Contenido

Introducción	11
Contexto de la región de La Guajira, Colombia	17
Perspectiva general del estudio.....	17
La Guajira colombiana: salinas, energías renovables y educación	21
Antecedentes del concepto de responsabilidad social y su evolución	33
Teorías sobre responsabilidad social.....	42
Ventajas de la responsabilidad social empresarial	45
Dimensiones de la responsabilidad social.....	46
Dimensión económica de la responsabilidad social	48
Dimensión social de la responsabilidad social	52
Dimensión ambiental de la responsabilidad social	54
Elementos de la responsabilidad social	56
Normas	56
Valores morales	59
Principios éticos	62
Calidad del servicio.....	64
Programas de responsabilidad social empresarial	66
El balance social.....	68
Comportamiento ético en los negocios.....	69
Compromiso con los grupos de interés.....	70
Compromiso con el ambiente.....	71
Técnicas y métodos de la investigación	73
Paradigma de investigación	73
Metodología aplicada para los casos 1 y 2 (empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal y empresas productoras de energía eólica).....	74
Metodología aplicada para el Caso 2 (universidades públicas autónomas de La Guajira)	86
Resultados de la investigación	103
Caso 1: sector del área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira	104

Caso 2: responsabilidad social empresarial externa de las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú de La Guajira.....	116
Caso 3: responsabilidad social en universidades públicas autónomas de La Guajira.....	127
Consideraciones finales	169
Recomendaciones	178
Referencias	179

Índice de figuras

Figura 1. Evolución del concepto de responsabilidad social en Colombia.	36
Figura 2. Institucionalización de la RSE en el mundo.	38
Figura 3. Niveles de la moral y algunas actitudes resultantes.	61
Figura 4. Fortalecimiento de la responsabilidad social apoyando acciones sociales.	113
Figura 5. Modelo socialmente responsable en las empresas mineras de sal.	115
Figura 6. Fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo de acciones sociales en universidades públicas autónomas.	162
Figura 7. Mapa Mental lineamiento 1.	163
Figura 8. Modelo socialmente responsable en universidades públicas autónomas.	165
Figura 9. Mapa mental lineamiento 2.	165

Índice de tablas

Tabla 1.	Definiciones y posiciones de la responsabilidad social empresarial.....	44
Tabla 2.	Caracterización de la responsabilidad social empresarial	44
Tabla 3.	Distribución de la población. Caso 1: comunidad en el área de influencia de las empresas salineras en La Guajira	77
Tabla 4.	Distribución de la muestra. Caso 1: comunidad en el área de influencia de las empresas salineras en La Guajira	78
Tabla 5.	Unidades informantes Población (1)	79
Tabla 6.	Caracterización de las poblaciones. Población (2).....	80
Tabla 7.	Asignación de puntaje para las alternativas de respuestas del cuestionario	82
Tabla 8.	Baremo para la categorización de la confiabilidad	84
Tabla 9.	Baremo para la categorización de las medias	85
Tabla 10.	Baremo de comparación de los valores de las medias.....	85
Tabla 11.	Guión de entrevista	93
Tabla 12.	Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira.....	104
Tabla 13.	Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira.....	117
Tabla 14.	Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira.....	125
Tabla 15.	Transcripción de la entrevista: Informante 1:codificación abierta	129
Tabla 16.	Cuadro semántico I: ideas claves para establecer responsabilidad social en universidades públicas autónomas	134
Tabla 17.	Transcripción de la entrevista: Informante 2	135
Tabla 18.	Cuadro semántico II: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas ..	139
Tabla 19.	Transcripción de la entrevista: Informante 3	140

Tabla 20.	Cuadro semántico III: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas ..	143
Tabla 21.	Transcripción de la entrevista: Informante 4	144
Tabla 22.	Cuadro semántico IV: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas ..	149
Tabla 23.	Transcripción de la entrevista: Informante 5	151
Tabla 24.	Cuadro semántico V: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas	153
Tabla 25.	Transcripción de la entrevista: Informante 6	155
Tabla 26.	Cuadro semántico VI: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas ..	157

RESUMEN

El libro se propone analizar el pensamiento estratégico como base para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas, analizar la responsabilidad social empresarial externa en las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú y analizar la responsabilidad social en las organizaciones mineras de la sal en La Guajira. Se utilizó el método etnográfico, y con la finalidad de lograr el desarrollo de los propósitos se diseñó un guión de entrevista semiestructurada; también se usó de tipo descriptiva, con diseño de campo y no experimental. Como resultado se obtuvo que las universidades públicas autónomas no desarrollan en su filosofía institucional los programas de responsabilidad social. Asimismo, se determinó que se encuentran presentes elementos de la responsabilidad social tales como las normas, los valores morales, los principios éticos y la calidad de servicio; sin embargo, existen algunos puntos –tanto en los valores morales como en los principios éticos– que requieren especial atención, pues son esenciales para el manejo de la responsabilidad social empresarial, sobre todo, en empresas de este ramo. Finalmente, se halló que la responsabilidad social resultó medianamente efectiva para las empresas mineras de la sal que la realizan. Por último, las conclusiones establecen que, al analizar la responsabilidad social en las organizaciones mineras de la sal en el departamento de La Guajira, es posible determinar cómo esta se realiza de forma medianamente efectiva, de modo que resultan aceptables las dimensiones y los programas identificados, los elementos descritos y los rubros del balance social caracterizados en el estudio, por parte las empresas mineras.

ABSTRACT

The purpose of the book was to analyze strategic thinking as a basis to establish social responsibility in autonomous public universities, analyze external corporate social responsibility in wind energy producing companies with indigenous Wayuu communities, and analyze

social responsibility in mining organizations of salt in the department of La Guajira. Methodologically, the ethnographic method was used; in order to achieve the development of the purposes a semi-structured interview guide was designed, and it was also used a descriptive type, with field design and not experimental. As a result, it was found that they do not develop university social responsibility programs in their institutional philosophy. Also, it was determined that the elements of social responsibility are present, such as norms, moral values, ethical principles and quality of service; however, there are some points in both moral values and ethical principles, which require special attention, these being essential for the management of corporate social responsibility, especially in companies in this field. Finally, it was found that social responsibility was moderately effective for the salt mining companies that fulfill it. Finally, in accordance to the conclusions, when analyzing the social responsibility in salt mining organizations in the department of La Guajira it was possible to determine that this is carried out in a moderately effective manner, so that the dimensions and programs identified are acceptable, as well as the elements described and the items of the social balance characterized in the study by the mining companies.

Introducción

La responsabilidad social es una propiedad inherente a la libertad, por tanto, la conducta humana no debe imputarse –para mal o para bien– a la circunstancia que la rodea ni a los estímulos provenientes de sí misma. Dado que la responsabilidad no es un asunto de libre opción, pues resulta difícil que la actividad empresarial pueda funcionar en una sociedad injusta, esta última se convierte en un modelo de trabajo que permite retribuir a la sociedad lo que esta toma de ella.

De acuerdo con lo anterior, en el ámbito de las organizaciones es posible un avance real si se conocen, comprenden y orientan las exigencias y las posibilidades de cambio en la sociedad, y se asume la responsabilidad como un vivir para actuar. De esta manera se une la responsabilidad social, entendida como la adopción de una posición ética por uno o varios actores sociales, y toman conciencia de su potencia tanto los directivos como los que están a su cargo.

Así, la responsabilidad social implica que el responsable de tomar decisiones corporativas, o de pensar estratégicamente, no solo debe servir a los intereses propios de la empresa, sino que también debe proteger y mejorar los intereses de la sociedad en la que opera, es decir, ser responsable socialmente.

Por otra parte, es importante destacar que las áreas de la responsabilidad corporativa son básicamente tres: la económica, la sociocultural y la medioambiental. En cada una de estas áreas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa, todas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia.

La responsabilidad, en este sentido, no reclama solo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que la organización en sí misma se considera un ente con responsabilidad propia tanto económica como

social y medioambiental, al que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

En consecuencia, la responsabilidad social empresarial entra a afectar a la misma gestión de las instituciones en las actividades que estas desarrollan, así como en sus relaciones con los *stakeholders* o grupo de interés. Dicha gestión supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus grupos de interés.

Sin duda, desde una perspectiva estrictamente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. La idea que se persigue es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizar así la huella medioambiental de la generación actual, con una proyección a las generaciones venideras. En este sentido, le corresponde participar a todos los integrantes a fin de que se dé el mejoramiento de los procesos y garantizar así el cabal cumplimiento de esta acción.

Ahora bien, con un enfoque integrador del concepto de responsabilidad social empresarial y contextualizado en la región Guajira colombiana, se presentan resultados en tres diferentes tipos de organizaciones: las empresas mineras de la sal, las empresas productoras de energía eólica y las universidades públicas autónomas.

De esta forma y en lo que se refiere a la investigación enfocada en analizar la responsabilidad social empresarial que deben tener las empresas mineras de la sal, el rol de estas organizaciones ante la sociedad y en el entorno en el cual opera se considera un elemento de importancia para propiciar el desarrollo sostenible del sector; es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, el mejoramiento de las condiciones de los trabajadores, una nueva perspectiva frente el tema en la región y el eventual aumento de la producción en la minas que redunde en programas y proyectos de tipo social.

Por otra parte, a las empresas que desarrollan proyectos eólicos que requieren elementos de la naturaleza como insumo importante en su actividad y, además, están insertas en territorios ancestralmente habitados

por comunidades indígenas, les concierne el compromiso social con ellas, máxime si estas poblaciones han estado marginadas por décadas.

Dado lo anterior, se deduce que los pueblos pueden tener acceso a fuentes de energía que le darán satisfacción a sus necesidades sin dañar su salud, el entorno inmediato ni el ambiente global, conociéndose que esta es una fuente de energía renovable e inagotable que cada vez gana mayor competitividad en el sector eléctrico para la producción de energía a gran escala, de modo que amplía las alternativas de suministro y optimización de la canasta energética de un país o una región.

Finalmente, las universidades deben realizar un autodiagnóstico. Primero, a fin de considerar la importancia que tiene la responsabilidad social, y luego para conocer hasta dónde asumen una responsabilidad con ellas mismas y con su impacto social en su entorno, si se tiene en cuenta que la democracia, sobre todo, no ha terminado de convencer por completo a la gente en los países latinoamericanos. De esta manera, se llevaría a cabo lo que pretende la Unesco al señalar que las universidades deben visionar y actuar.

En este sentido, las universidades, en cuanto organizaciones que tienen en su esencia la formación de profesionales íntegros y competentes, con capacidad de responder de forma creativa a distintas situaciones, y que representen en su perfil un valor agregado para las empresas u organizaciones en las que van a trabajar; deben desarrollar la responsabilidad social universitaria (RSU) como una manera de ser y de estar en la sociedad con incidencia en todo lo que tiene que ver en los ámbitos de la misión universitaria; la RSU debe estar implícita y explícita en su accionar.

De esta manera, las universidades deberán direccionar su papel en la formación de personas éticas y comprometidas, socialmente responsables y académicamente fuertes. Asimismo, a las directivas, que son el eje fundamental para la planeación del futuro institucional, les corresponde visionar cómo deben actuar hacia adelante en balance con el entorno, a fin de desempeñar el papel que les corresponde desde su responsabilidad social.

Para el desarrollo de esta publicación se tomaron los resultados de tres investigaciones realizadas por los autores:

- *Responsabilidad social empresarial en las empresas mineras de la sal en el departamento de La Guajira (caso 1)*. Sus dimensiones

son: dimensiones de la responsabilidad social, elementos de la responsabilidad social, programas de responsabilidad social empresarial y balance social (todo desde la perspectiva del análisis profundo del impacto de la RSE en estas organizaciones).

- *Responsabilidad social empresarial externa en las empresas productoras de energía eólica en las comunidades indígenas wayú (caso 2).* Sus dimensiones de estudio son: elementos de la responsabilidad social, programas de responsabilidad social empresarial, balance social y beneficios sociales. Estas dimensiones llevan a desarrollar un análisis pormenorizado de la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva externa en las organizaciones mencionadas.
- *Responsabilidad social empresarial en universidades públicas autónomas (caso 3).* Las dimensiones del estudio fueron: dimensiones de la responsabilidad social, elementos de la responsabilidad social, programas de responsabilidad social empresarial y balance social. Las referidas dimensiones permiten dar soporte a la forma como se establece la RSE en las universidades públicas autónomas.

Como puede evidenciarse, todas las investigaciones las adelantaron sus autores en el contexto geográfico de La Guajira, Colombia, y en los ámbitos organizacionales de las empresas mineras de la sal, de las empresas productoras de energía eólica y de las universidades públicas autónomas. En cuanto a la delimitación teórica, este libro se sustenta en los aportes de autores como, por ejemplo, Baltera y Díaz (2005), Guédez (2006), Román (2008), De La Cuesta, Valor y Sanmartín (2003), y Vallaey (2007), entre otros.

Con esta publicación se pretende contribuir de manera destacada sobre el tema de la responsabilidad social empresarial, pues se considera inédita la integración de tres estudios sobre esta variable en un contexto geográfico específico de la Guajira colombiana y en diferentes tipos de organizaciones. A su vez, los grupos de interés (*stakeholders*) varían desde las comunidades que rodean a estas organizaciones hasta sus propios trabajadores, sin olvidar los temas relacionados con la sustentabilidad de los recursos que se emplean para desarrollar las actividades de tan diversas iniciativas empresariales.

Para concluir, este libro aportará una manera holística de concebir el desarrollo y la implementación de las actividades propias de la responsa-

bilidad social empresarial. Esto en consideración a la no afectación de los recursos naturales de todo un territorio y al tomar en cuenta, de manera determinante, las capacidades y los conocimientos ancestrales de sus pobladores originarios, de modo tal que se despliegue de manera armónica el impacto positivo de la RSE en los diferentes grupos de interés.

Contexto de la región de La Guajira, Colombia

Perspectiva general del estudio

En la actualidad, la misión de las más importantes organizaciones a nivel mundial se enfoca en el ámbito de la responsabilidad social empresarial en términos de sostenibilidad, de manera que le da prioridad a las comunidades en su área de influencia, al impacto ambiental, a la seguridad industrial, a la salud de los trabajadores, a las relaciones laborales, a la responsabilidad con el público objetivo y a la transparencia con los proveedores.

A nivel global, las nuevas tendencias empresariales priorizan la responsabilidad social en equilibrio con la productividad financiera, desde un contexto holístico que, en la práctica, comienza a arrojar las primeras derivaciones; se valora en diversos aspectos tales como el beneficio a la comunidad, la comercialización, el *marketing* responsable, la ética empresarial, la calidad de vida laboral y la protección de los recursos ambientales.

De igual manera, cabe anotar que la tecnología puede ser una herramienta vital de la responsabilidad social al ayudar en los procesos de planeación y desarrollo, de modo que se logre crear un valor agregado dentro de la empresa, así como en sus grupos de interés. En los últimos años, el concepto de responsabilidad social empresarial se ha instituido como una propensión al crecimiento. El auge de este concepto refleja el resurgimiento de valores en la sociedad, lo cual manifiesta la necesidad que sienten las empresas de lograr el éxito comercial mediante el respeto y la promoción del desarrollo pleno de todos sus participantes.

Por otra parte, según Baltera y Díaz (2005), la responsabilidad social empresarial (RSE) es una nueva forma de hacer empresa que se vincula, en su desarrollo reciente, al proceso de globalización de la economía mundial; surge del convencimiento de que la necesidad de innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad del negocio debe ir más allá de lo puramente tecnológico, a fin de instalarse definitivamente en el ámbito

de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y ambiental, en particular en el espacio de lo laboral.

En esa línea de ideas, Uribe (2018) indica que vale la pena cuestionarse si un programa y una cultura de responsabilidad social en la empresa pueden ser factores de diferenciación en los mercados, pero no como una intención premeditada y circunscrita a este fin, sino como consecuencia de una convicción propia, vivida y ejercida desde su diseño estratégico.

Dentro de ese contexto, para Anguita (2012) la responsabilidad social empresarial –que alguna vez fue vista solo como voluntaria– en la actualidad se ha convertido en una materia que envuelve aspectos legales. En este desarrollo, tanto el derecho internacional como el doméstico son los encargados de clarificar el concepto de responsabilidad social corporativa y establecer los mecanismos adecuados para su cumplimiento.

En el caso colombiano se vive un momento en el que la RSE deja de ser algo abstracto y empieza a integrarse como parte fundamental en la gestión de la empresa; en la actualidad, se cuenta con una cantidad interesante de empresas en diferentes sectores que manifiestan interés en realizar acciones de responsabilidad social empresarial. Sin embargo, si bien es posible que en Colombia aún no sea claro el concepto, el enfoque o la estrategia, lo relevante es que cada vez más empresarios tienen la intención de actuar decididamente en la implementación de la responsabilidad social empresarial, de ejercer un liderazgo que demuestre sus beneficios privados y sociales y de adoptar posiciones más estratégicas que busquen alto impacto bajo una lógica de alineamiento al negocio utilizando herramientas de RSE (Cárdenas, 2009).

En esa misma línea, de acuerdo con Hernández (2015), en las últimas décadas el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) ha tenido un enorme auge en Colombia, de manera que cobra una importancia fundamental el sector empresarial en su motivación por comprender e implementar este concepto por medio de estrategias administrativas que permitan obtener resultados tanto al interior de las empresas como en la comunidad en las que se localizan. Por tanto, el concepto de RSE se conoce en el contexto colombiano, aún cuando maneja una dinámica que demanda profundización teórica y análisis de su accionar en términos de aplicabilidad.

Por otra parte, para Garbay, Carangui y Morales (2017) la actividad minera se considerada negativa, por lo que la responsabilidad social empresa-

rial debe ser un medio para consolidar los intereses de este sector. Las empresas mineras se consideran responsables del desarrollo socioeconómico local y, por tanto, son expuestas a mayores regulaciones y controles. Entre las recomendaciones se encuentran impulsar políticas y estrategias de RS que promuevan un verdadero desarrollo y reducir las acciones clientelares.

A su vez, estas políticas han provocado confusiones en el rol que deben jugar los gobiernos en el desarrollo económico de los respectivos países. En muchos casos, las comunidades afectadas han generado excesivas expectativas de parte de las compañías mineras, mientras que, por otra parte, los gobiernos, en particular los locales, han mostrado algunos vacíos en la gestión política de los recursos obtenidos por cuenta de la minería.

En este sentido, De la Cuesta (2002) establece que hablar de responsabilidad social de la empresa o responsabilidad social corporativa (RSC) es reconocer el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos tanto nacionales como internacionales que se tienen con los grupos de interés, los cuales se derivan de los impactos que la actividad y las operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral y medioambiental, así como en el de los derechos humanos. De igual forma, Koontz y Weihrich (2006) sostienen que el término *responsabilidad social* se considera como la seria consideración del impacto en la sociedad de las acciones de las compañías; es la manera en la que la actuación de una determinada organización influye de forma positiva en la sociedad a la cual está dirigido su funcionamiento, en específico hacia las implicaciones sociales de sus decisiones.

En consecuencia, la responsabilidad social corporativa entra a afectar a la misma gestión de las empresas e instituciones en las actividades que estas desarrollan, así como en sus relaciones con los *stakeholders* o grupos de interés. Dicha gestión supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus grupos de interés. De esta manera, la responsabilidad social supone que el responsable de tomar decisiones corporativas, o de pensar estratégicamente, no solo debe servir los intereses propios de la empresa, sino también proteger y mejorar los intereses de la sociedad en la que opera, es decir, ser responsable socialmente.

Así las cosas, Orjuela (2014) menciona que los directivos empresarios en su toma de decisiones deben tener en cuenta hoy en día la apertura y la sensibilidad hacia el entorno, la capacidad de generar soluciones innovadoras y el desarrollo de una conciencia de comunidad con todos sus *stakeholders* a través de la confianza, así como el interés por la creación de valor y el sentido de largo plazo, de modo que se generen propuestas responsables y sostenibles.

Por otra parte, es necesario conocer que las áreas de la responsabilidad corporativa son básicamente tres: la económica, la sociocultural y la medioambiental. En cada una de estas áreas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa, todas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia.

El origen del comportamiento social, en el concepto de De la Cuesta (2003), lo marca la creencia según la cual la empresa es un ente social y como tal ha de comportarse. Este origen va a influir de manera notable en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña, así como en su consistencia y perdurabilidad en el tiempo. De esta manera, un comportamiento social de origen estratégico, movido desde el interior de la organización hacia fuera, basado en sólidas creencias humanas y sociales, define un comportamiento social sólido y legitimado por la sociedad. En este sentido, otros autores consideran que el significado más aceptado de la responsabilidad social empresarial se refiere al logro del éxito comercial, de modo que se respeten los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente.

De igual forma, De la Cuesta (2003) agrega que el concepto de responsabilidad social empresarial no debe confundirse con el de ética en los negocios. Mientras esta se ocupa de definir los principios y los estándares que deben guiar el comportamiento en los negocios, la responsabilidad social se refiere a la obligación de la empresa de maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los *stakeholders*. De la Cuesta diferencia cuatro componentes de la responsabilidad social. El primer componente, fundamental para toda actividad empresarial, es la responsabilidad legal; conlleva el cumplimiento de todas las leyes y las regulaciones del gobierno, entre otras la regulación de la competencia, la protección de los consumidores y la protección del ambiente, así como la equidad y seguridad en el empleo. Es mediante el sistema legal que la sociedad obliga a las empresas a seguir una conducta aceptable.

El segundo componente corresponde a la responsabilidad ética, la cual obliga a las empresas a cumplir con un comportamiento aceptable hacia los *stakeholders*. Es decir, hacer lo correcto, lo justo y lo equitativo, más allá de lo que la ley requiere. En este sentido, puede verse la legislación como la porción de ética que se encuentra codificada. Además, la responsabilidad ética la conforman aquellas acciones que, a pesar de sus evidentes connotaciones morales, aún no se han convertido en obligaciones legales.

El tercer componente corresponde a la responsabilidad económica y se relaciona con la forma en que se distribuyen dentro de la sociedad los recursos para la producción de bienes y servicios, a fin de maximizar la riqueza de *los stakeholders* (que incluyen, por supuesto, los *shareholders*). Caen dentro de este concepto las cuestiones referidas a la regulación de la competencia, la protección del ambiente y la protección de los consumidores, así como todos los problemas vinculados con el mundo del trabajo.

La Guajira colombiana: salinas, energías renovables y educación

La denominada “Guajira colombiana” es uno de los treinta y dos departamentos que conforman la República de Colombia. Se destaca por su diversidad geográfica, climatológica y étnica, y cuenta con innumerables recursos naturales que la convierten en un territorio único, “mágico” –como lo acuñara el gran García Márquez–. El potencial salinero de esta región es bien conocido. Según indica Guevara (2010), en Colombia existen dos regiones que tienen grandes reservas y condiciones especiales de depósitos y de alta concentración de cloruros y fluoruros en el mar, lo cual exige condiciones climáticas y presiones de agua que hacen difícil calcular las reservas probadas, ya que son infinitas (todo depende de la capacidad de evaporación por acción solar). Estas regiones se encuentran en la costa Atlántica, especialmente en La Guajira, en la que se encuentran dos grandes depósitos: Manaure (La Guajira) y Galerazamba (Atlántico).

En ese sentido, Aguilera (2004) señala que en Manaure (La Guajira) se encuentra la explotación de sal marina más grande de Colombia, la cual produce el 65% de la sal que se consume en el país. Desde 1970, el IFI-Concesión Salinas asumió de forma directa la explotación salina, y desde 1992 a través de contratos con operadores privados. Guevara (2010) expone que, de acuerdo con información suministrada en su momento por IFI-Concesión de salinas, dependiendo de la zona de formación de estos

depósitos la explotación salina puede hacerse mediante la evaporación solar, por minería tradicional y por disolución *in situ*; el sistema empleado en los centros salinos marítimos –tanto en Galerazamba como en Manaure– se basa en la formación de grandes charcas o piscinas en donde se almacena agua concentrada tomada del mar a través de motobombas, para luego someterlas a un proceso de evaporación por medio del sol y el viento hasta lograr un grado de cristalización.

En La Guajira, Manaure, esta explotación la realizaban los indígenas wayú, habitantes de la región, quienes eran los encargados de llevarla a cabo a través del almacenamiento de agua de mar en charcas. Para Marín (2012), la sal ha sido por décadas la columna vertebral de la economía en el municipio de Manaure (La Guajira) y una especie de oro blanco del que los pobladores (indígenas o no) se han valido para levantar a sus familias. La descripción, hecha por un manaureño, no es gratuita. Hasta hace un par de años, de la sal que se consume en el país, el 70% se producía en esta población guajira.

También para Guevara (2010) esta actividad de la explotación de sal ha generado un sinnúmero de empleos y proyectos sociales orientados a mejorar el nivel de vida de las poblaciones indígenas, y través del pago de las regalías que se entregan a las regiones donde se encuentra ubicadas la explotación y la producción de sal. En el caso específico de La Guajira, a la población indígena wayú se le ha entregado hospitales, escuelas, planes de vivienda, parques, acueductos y todo lo relacionado con el bienestar de estas comunidades ancestrales; se les brinda atención médica y medicina, se les entregan herramientas de trabajo, etc. En relación con el empleo, esta actividad de Manaure en La Guajira y Galerazamba en Bolívar genera mil quinientos empleos de indígenas en temporada de producción –si se tiene en cuenta que en todo el año no hay verano– y ciento veinte empleos permanentes.

En la actualidad, tras la firma de un contrato con Big Group Salinas Colombia, esta empresa pagará veintisiete mil millones de pesos durante los próximos dieciocho años para operar la concesión, por tanto, las salinas de Manaure, en La Guajira, empiezan una nueva vida. Como parte del proceso, la Sociedad Salinas Marítimas de Manaure (Sama), antigua operadora, liquidó a todos sus trabajadores y pagó con recursos del nuevo licenciatario unos dos mil doscientos millones de pesos en salarios y prestaciones atrasadas. Big Group Salinas Colombia invertirá siete millones de dólares

en los próximos dos años para la rehabilitación de la mina y la compra de equipos. Este nivel equivale al 65% de lo que produce el país. Actualmente, Colombia importa unas 450 000 toneladas anuales que provienen de México, Chile y el Caribe.

Es posible establecer que una minería socialmente responsable se sustenta en la calidad de las condiciones laborales de los trabajadores mineros. Esto quiere decir que, mientras mejores sean estas condiciones, la minería es mucho más socialmente responsable, pues permite que quienes se desempeñen en estas actividades logren una estabilidad económica propia de cualquier labor, lo cual les facilite junto con sus familias un verdadero desarrollo social y económico.

De forma complementaria, la abundancia de recursos y condiciones naturales en el mencionado territorio hace posible la inserción de las empresas que desarrollan proyectos eólicos, los cuales requieren elementos de la naturaleza como insumo importante en su actividad y, además, se encuentran en territorios ancestralmente habitados por comunidades indígenas, de modo que les concierne el compromiso social con ellas, máxime si es una población que ha estado por décadas marginada.

La energía eólica es la energía que se obtiene por medio del viento mediante la utilización de la energía cinética, generada esta por efecto de las corrientes de aire. Es una fuente renovable de energía que se constituye, hoy en día, en un valioso recurso, mucho más limpio que los que tienen su origen en las fuentes fósiles. Estos recursos son cada vez más competitivos, en especial si se toma en consideración que permiten augurar un desarrollo más sostenible en la Tierra.

En razón a lo anterior se deduce que los pueblos pueden tener acceso a fuentes de energía que le darán satisfacción a sus necesidades sin dañar su salud, el entorno inmediato ni el ambiente global. En fin, es una fuente de energía renovable e inagotable que cada vez gana mayor competitividad en el sector eléctrico para la producción de energía a gran escala, lo que amplía de esta forma las alternativas de suministro y optimización de la canasta energética de un país o región.

A nivel de Latinoamérica, Costa Rica es el mayor productor de energía eólica con sesenta y siete megavatios de potencia instalada a partir de tres parques privados y uno público. Brasil cuenta con veinte megavatios instalados, y Argentina con catorce, según estudio de la no gubernamental Red

de Usuarios de Biomasa de Centroamérica (BUN-CA, 2000). Por otra parte, las Empresas Públicas de Medellín, empresa pionera en Colombia de la producción de energía y la primera en incursionar en la energía eólica con la implementación de mecanismos de desarrollo limpio (MDL), indica que se trata de una fuente de energía renovable e inagotable con cada vez mayor competitividad en el sector eléctrico para la producción de energía a gran escala, lo cual amplía así las alternativas de suministro y optimización de la canasta energética de un país o región. La energía eólica es limpia y compatible con el ambiente, no contamina y puede frenar parcialmente el uso y el agotamiento de combustibles fósiles, de manera que contribuye a evitar el cambio climático, pues genera energía eléctrica sin que exista un proceso de combustión, lo que conlleva a una reducción de emisiones de gases.

La misma revista afirma que la distribución espacial de aerogeneradores se adapta fácilmente a las condiciones, restricciones y usos del terreno, no ocupa grandes espacios y es compatible con otros usos del suelo tales como la agricultura, la ganadería y el pastoreo. En comparación con proyectos energéticos convencionales, la planificación y la construcción de instalaciones eólicas requieren periodos de gestación muy cortos. La utilización de la energía eólica para la generación de electricidad no presenta incidencias sobre las características fisicoquímicas del suelo o su erosionabilidad, ya que no se produce ningún contaminante ni requiere de grandes movimientos de tierra.

Los proyectos de energía eólica responden con mayor flexibilidad al incremento de la demanda energética, pues un parque eólico existente puede ampliarse con facilidad mediante la incorporación de nuevas turbinas. Al finalizar la vida útil de la instalación, el desmantelamiento no deja huellas. Es una tecnología de aprovechamiento madura que ha resuelto muchos de sus inconvenientes asociados a costos e impactos ambientales, y ofrece grandes posibilidades de desarrollo para mejorar y abaratar su desempeño.

Entre las principales desventajas de esta tecnología se destacan las siguientes. La energía eólica no es almacenable y varía constantemente con el tiempo a causa de la intermitencia del viento. En consecuencia, por sí sola no está en condiciones de atender una demanda continua de forma confiable, lo que restringe su uso a una participación limitada dentro de un sistema de generación que incluya otras fuentes energéticas. El aire, por ser un fluido de pequeño peso específico, exige fabricar máquinas grandes y, en consecuencia, caras.

Se dice que, además, desde el punto de vista estético, el tamaño de estos generadores produce un impacto visual inevitable, con la consecuente alteración del paisaje. Aunque se habla del ruido como impacto ambiental, los aerogeneradores modernos han reducido de forma considerable sus emisiones, de modo que llegan a niveles casi imperceptibles para el hombre a distancias del orden de 100 m. Otra desventaja que se da es la muerte de aves en accidentes contra las palas de los aerogeneradores, lo cual ha sido uno de los temas más polémicos sobre la compatibilidad ambiental de esta tecnología. Sin embargo, este impacto es cada vez menor debido a la baja velocidad de rotación de las grandes máquinas modernas.

Ante estas consideraciones, a los proyectos eólicos debe dárseles un enfoque sustentable, en el que su objetivo sea asegurar el acceso a la energía necesaria a todos los ciudadanos en un contexto de producción, transporte y consumo final de esta, lo que asegure la integridad de los ecosistemas, la distribución equitativa de los recursos energéticos y el respeto a las comunidades en las que se insertan los proyectos.

Por otra parte, Colombia, dada su posición en la franja tropical, con gran variabilidad en la estructura física de sus cordilleras y su localización frente al mar Caribe y al océano Pacífico, adquiere una condición privilegiada en recursos renovables de energía, como, por ejemplo, la asociada con el viento. El Gobierno colombiano, al tomar en consideración su responsabilidad de lograr un desarrollo social y económico que permita conservar el medio ambiente en sus mejores condiciones de equilibrio sostenible, ha materializado en buena parte su gran interés en este tema a través de la Ley 697 de 2001, por la cual se ordena la realización de inventarios nacionales de los recursos energéticos renovables con los que cuenta el país, a fin de conocer las potencialidades en esa materia. Actualmente, se desarrollan proyectos de producción de energía eólica, en específico, en la parte alta de la península de La Guajira, al norte de Colombia, debido, principalmente, a que los vientos en esa región soplan casi todo el año a un promedio de 9,8 metros por segundo, lo que constituye la base de proyectos de grandes proporciones.

Los wayú, por su parte, son los pobladores ancestrales de esa zona del país, caracterizada socialmente por su filiación en línea materna. El comercio, la pesca y la ganadería caprina son sus principales actividades, sin embargo, según el censo nacional realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) y sus proyecciones para el 2011,

las necesidades básicas insatisfechas (NBI) de La Guajira se establecieron en 65,23% (zona urbana con el 40,47% y rural con el 91,92%). Uribí y Manaure se consolidan como los municipios con los más altos niveles de población –en su mayoría indígenas– con necesidades básicas insatisfechas, es decir, esta situación tiene connotaciones étnicas y culturales. En Uribí, que es donde se ubican los parques eólicos, el índice fue de 96,05% (zona urbana con el 43,26% y rural con el 9,02%) (Cámara de Comercio de La Guajira, 2016).

En este contexto, el déficit de servicios básicos en la zona de influencia del proyecto es uno de los más altos de todo el país. Para una demanda de casi 3,5 millones de metros cúbicos de agua potable, la oferta no llega a un millón, y para una demanda energética de más de 35 millones de kilovatios, la oferta no llega a 5,5 millones. El agua potable es vital porque en la región hay una gran incidencia de enfermedades asociadas con la falta de este servicio.

De esta manera, se puede decir que con la llegada de empresas que pongan en práctica la responsabilidad social empresarial como tal, en su dimensión externa y en relación con las comunidades, las rancherías cercanas obtendrán beneficios tales como el agua y la energía, entre otros. De esta manera, las familias indígenas podrán refrigerar, conservar alimentos, mejorar su dieta, establecer empresas de comercialización de pescado y productos agrícolas que se podrían obtener si hay riego para los suelos.

La Guajira cuenta con el parque eólico Jepírachi, un parque experimental, un laboratorio para conocer y aprender sobre una energía limpia y renovable como lo es la eólica, la cual puede ser una alternativa de abastecimiento energético para Colombia en el futuro, siempre y cuando los resultados de las evaluaciones demuestren su viabilidad económica, técnica y ambiental, además ser acogida por el sector eléctrico colombiano. La empresa a cargo de administrar este proyecto es Empresas Públicas de Medellín (EPM). Por otra parte, en la parte alta de la península de La Guajira, al norte de Colombia, se encuentra el proyecto del Parque Eólico Joutkai, en el cual convergen dos empresas privadas, un resguardo (jurisdicción) indígena y las municipalidades de Uribí y Manaure; todos constituyen la sociedad prestadora de servicios públicos Wayúu ESP.

En este sentido, las empresas con proyectos que generan energía eólica en el departamento de La Guajira tienen el compromiso ético y moral frente

a las comunidades indígenas asentadas en el área de influencia o el entorno operativo de las instalaciones de las plantas, el cual se debe reflejar en los balances sociales que presentan a los distintos sectores con los cuales estas tienen relación, los cuales muchas veces se presentan como una estrategia de mercadeo y publicidad orientada solo a mejorar la imagen empresarial y no como instrumentos gerenciales. Por otra parte, estos deben mostrar la realidad de las organizaciones para con sus *stakeholders* o interlocutores. De esta manera, si se actúa con responsabilidad social se tiene la ventaja de estar en capacidad de satisfacer a las partes interesadas, preservar la licencia para operar sin inconvenientes, mejorar la reputación y adquirir un buen nombre, además de contribuir a la sostenibilidad del entorno y la empresa, al desarrollo de los recursos humanos y al desarrollo de un contexto social competitivo.

Finalmente, cabe señalar que nada se estaría logrando si no se compagina el aprovechamiento de recursos y ventajas comparativas con el conocimiento y su sistematización en los centros de estudios universitarios superiores que existen en el territorio guajiro. En este sentido, las universidades deben realizar un discernimiento para interiorizar la importancia que tiene la responsabilidad social y conocer hasta dónde están son responsables consigo mismas y cuál ha sido su impacto social en su entorno. De esta manera, se llevaría a cabo lo que pretende la Unesco al referir que las universidades deben visionar y actuar.

Durante buena parte de los más de quinientos años de su historia, la universidad, según Clark (2007), se concibió como una institución especial. En particular, se entendió el modelo de universidad dominante en Occidente como la universidad pública de investigación. El carácter especial de ese modelo fue el resultado de una combinación de diferentes factores: amplios márgenes de autonomía institucional, legitimidad, prestigio, honores y beneficios materiales. En esos momentos, la universidad contaba con fuertes consensos sociales acerca de su potencial para contribuir al desarrollo social, económico y cultural.

En ese entonces, Zubiría (2007) analiza que las universidades se consideraban instituciones especiales con connotaciones casi sagradas que gozaban de privilegios importantes. Hoy en día, desde diferentes perspectivas, se plantea que han entrado en crisis y se han convertido en una organización más entre otras y, por tanto, sujetas a las mismas variables que la época

impone a todas las organizaciones del siglo XXI: globalización, mercantilización, masificación y digitalización.

Al respecto, Altbach (2007) agrega que la educación superior está experimentando un cambio dramático en todas partes. Parece ser que en el principio del siglo XXI se configura un escenario de tormenta perfecta entre presiones externas y respuestas internas. El periodo actual puede proporcionar una oportunidad de reforma y cambio significativos, aunque las presiones podrían abrumar a las ya muy exigidas instituciones académicas. Por su parte, Fischman (2006) estima necesario mencionar que, en América Latina, importantes universidades también se consideran cruciales para los proyectos estatales. Instituciones como, por ejemplo, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad de Buenos Aires (UBA) se consideraban universidades constructoras del Estado, responsables, en gran medida, de asegurar las condiciones materiales para la expansión y la consolidación de sus respectivos Estados, así como de garantizar la legitimidad intelectual y social de esos Estados.

En este sentido, vale la pena mencionar que la Universidad del Valle, en Colombia, en el constructo teórico sobre las bases para el plan de desarrollo 2005-2010, afirma que en especial la universidad pública posee ciertas singularidades que deben ser tomadas en cuenta en el momento en el que se definan procesos de planificación. La planificación ha de tomar en cuenta las especificidades y las determinaciones singulares del quehacer universitario, de su *ethos* o punto de partida, su modo de ser, de las teorías, la ética y la moral que conforman el carácter de la vida universitaria y de sus paradigmas.

Sin embargo, hoy en día se cuestiona el papel que a las universidades públicas les corresponde desempeñar en la prevención y la solución de problemas sociales tales como el desempleo, la pobreza, la marginalidad y la injusticia social, entre otros. Es así como estas pueden estar pecando, si así se puede decir, en algunos casos por acción o por omisión, en el sentido en que han sido permisivas en el accionar que no les corresponde, mientras que, por otra parte, han omitido la responsabilidad que les asiste como ente educador de la formación de un individuo integral y en su accionar en cuanto organización que debe velar, además, por su funcionalidad interna y externa.

En este sentido, las universidades, en su calidad de organizaciones, deben tener en su esencia la formación de profesionales integrales y com-

petentes que estén en capacidad de responder de forma creativa a distintas situaciones que se les presenten de acuerdo con su perfil profesional, y convertirse así en un valor agregado para las empresas u organizaciones en las que van a trabajar. Por otra parte, las instituciones universitarias deben asumir la responsabilidad social universitaria (RSU) como una manera de ser y de estar en la sociedad, con incidencia en todo lo que tiene que ver con los ámbitos de su misión, de manera que debe estar implícita y explícita en su accionar.

De este modo, las universidades deberán direccionar su papel en la formación de personas éticas, comprometidas, socialmente responsables y académicamente fuertes; estas deben ser el eje fundamental para la planeación del futuro institucional y les corresponde visionar cómo deben actuar hacia adelante, a fin de desempeñar el papel que les corresponde desde su responsabilidad social.

En consecuencia, existe, hoy en día, la conciencia social de que las universidades deben comprometerse aún más con la sociedad civil y con el desarrollo humano sostenible. Por tanto, según los planteamientos de Morín (2004), en estos últimos años se nota una voluntad de desarrollar propuestas que conlleven a la consolidación de la responsabilidad social universitaria en un proyecto general para la construcción de un nuevo universo. Es necesario e imperativo replantear el papel de la educación a fin de poder dar respuesta a los problemas globales fundamentales de la actualidad y, en este sentido, la responsabilidad social universitaria está llamada a jugar un papel determinante en la solidaridad de las personas y los pueblos.

Sin embargo, según Vallaey (2007), existen muchas universidades que no conocen cuál es la responsabilidad que les compete y, por ende, no toman conciencia de la importancia que ella tiene y de los perjuicios que puede causar no desarrollar acciones que les permita avanzar en esta temática, la cual, día a día, exige en mayor medida la sociedad en general. Así, el referido autor considera que una universidad que mantiene una cultura organizacional burocrática, no democrática, elitista, ciega a los problemas sociales y ambientales, con hábitos de despilfarro y sin política específica de selección y capacitación de sus proveedores transmite mensajes ocultos a sus estudiantes y a la sociedad en general, es una universidad que no está preocupada por atender las necesidades de sus *stakeholders* o grupos de interés, ciega en su actuar y en su pensar.

Por consiguiente, las iniciativas de responsabilidad social universitaria deben dirigirse tanto hacia dentro como hacia fuera, y exigir ser sostenibles e integradas a la institución, por lo que deben contribuir a una mejor formación y producción de conocimientos. Ya no se habla de población beneficiaria sino de relación de socios, en la que los socios son el personal docente, no docente y sus estudiantes.

De esta manera, Vallaey (2007) sostiene que las universidades deben vivir y reafirmar a diario valores de buen trato interpersonal, democracia, transparencia, buen gobierno, respeto de los derechos laborales, seguridad y prácticas ciudadanas, entre otros. En estas circunstancias, es necesario que se dé en las universidades públicas y autónomas la buena gobernanza de la organización, principalmente, si se enseña a administrar; por ejemplo, se debe ser modelo de las prácticas de administración, es decir, las universidades deben definir y cumplir de forma congruente con su misión organizacional.

En este sentido, se tendrá que implementar un código de ética, un comité autónomo encargado de promover y vigilar su cumplimiento, asegurar no solo el cumplimiento de las leyes nacionales sino el de los más exigentes estándares internacional como lo son los laborales, sociales y ambientales, asegurar un buen clima laboral, luchar contra la discriminación y la inequidad, proteger los derechos humanos de las personas, así como cumplir con reportar de forma transparente y confiable los resultados del desempeño organizacional; son una serie de recomendaciones que promueven los instrumentos de gestión de la responsabilidad social.

Como consecuencia de lo anterior, los miembros de la comunidad universitaria deben visionar su responsabilidad e interiorizar las normas de convivencia éticas, vivir y acatar a diario reglas de cuidado medioambiental, seleccionar los desechos, ahorrar energía, reciclar residuos y agua, entre otros, en un campus ecológicamente sostenible. La comunidad universitaria tiene también la oportunidad de aprender las normas de conducta ecológica, lo cual se conoce como “alfabetización ambiental” para el desarrollo sostenible; todo esto debe estar plasmado en su carta de navegación, en su visión, su misión y sus planes estratégicos.

Las principales causas de la problemática descrita, según Morín (2004), corresponden, primordialmente, a falta de concientización del personal directivo de las universidades en lo que se refiere a implementar la respon-

sabilidad social como una gestión empresarial. No existen directrices institucionales por las que se exija el cumplimiento de lo que tan bellamente está escrito en la filosofía institucional como misión y visión. Las personas responsables en las universidades públicas autónomas no logran visionar la responsabilidad social como un elemento fundamental en su estrategia, de manera que no atienden todas las dimensiones de la responsabilidad social porque concentran sus esfuerzos en una sola línea de resultados, principalmente, a la económica, con lo que descuidan la social y medioambiental.

Fundamentado en los anteriores argumentos, se consideró investigar la aplicación de la responsabilidad social en los tres contextos de la región de la Guajira colombiana descritos. En este sentido, se consideraron tres casos de estudio tal y como se señalan a continuación:

- *Caso 1. Sector del área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira.* Para este caso se consideró como objetivo general de direccionamiento de la investigación analizar la responsabilidad social en las organizaciones mineras de la sal en La Guajira, y como objetivos específicos los siguientes: 1) identificar las dimensiones de la responsabilidad social empresarial presentes en la minería de la sal en La Guajira; 2) describir los elementos de la responsabilidad social empresarial en la minería de la sal en La Guajira; 3) identificar los programas de responsabilidad social empresarial en la minería de la sal La Guajira; 4) caracterizar los rubros del balance social de las empresas mineras de la sal en La Guajira; y 5) generar lineamientos estratégicos para la responsabilidad social que sirvan de base para la gerencia en las empresas mineras de la sal en La Guajira.

- *Caso 2. Responsabilidad social empresarial externa de las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú de La Guajira.* Para esto se estableció como objetivo general analizar la responsabilidad social empresarial externa en las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú, y como objetivos específicos los siguientes: 1) identificar los elementos de la responsabilidad social empresarial presentes en las empresas con proyectos de energía eólica; 2) describir los programas de responsabilidad social empresarial que tienen las empresas con proyectos de energía eólica para la inserción en su entorno local; 3) Identificar los rubros del balance social de las empresas de energía eólica que reflejan la responsabilidad social empresarial externa con las comunidades wayú; y 4) describir los beneficios sociales que obtienen las

comunidades wayú asentadas en el entorno operativo por parte de las empresas con proyectos de energía eólica.

- *Caso 3. Responsabilidad social en universidades públicas autónomas de La Guajira. En este caso, se consideró como propósito principal analizar la responsabilidad social en universidades públicas autónomas. Par esto se establecieron los siguientes propósitos: 1) analizar las dimensiones de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas; 2) identificar los elementos de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas; 3) describir los programas de responsabilidad social en universidades públicas autónomas; 4) analizar el balance de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas; y 5) formular lineamientos teóricos estratégicos que permitan incluir la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.*

Antecedentes del concepto de responsabilidad social y su evolución

La responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC), como también se denomina, ha sido un asunto de disertación académica por varios años. El primer acercamiento comprensivo a la responsabilidad social de la era moderna se realizó en 1953 con la publicación del libro de responsabilidad social del hombre de negocios, escrito por Howard R. Bowen. Este autor plantea que la responsabilidad pública, los compromisos sociales, y la moralidad del negocio eran semejantes a la responsabilidad social, de modo que describió las responsabilidades sociales en los términos de los hombres de negocios.

En esa obra, según refiere Román (2008), nace la primera tesis sobre el término *responsabilidad social corporativa* (RSC), concebida como las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que se esperan en términos de objetivos y valores de la sociedad. Por su parte, Drucker (1970), citado por Román (2008), en una posición de maximización de los principios corporativos, discute sobre el papel que tienen las empresas en la sociedad al proveer mercancías y servicios a los clientes –así como un exceso económico a la sociedad– con más énfasis que a los trabajadores y a los encargados, e incluso dividendos a los accionistas. De igual forma, Drucker asevera que es una mala misión olvidarse de que el hospital vive para sus pacientes y una universidad para sus educandos. Esta visión clásica sustenta que la empresa no debe tomar cualquier responsabilidad social, de manera que la única obligación del negocio es maximizar sus ganancias sin el engaño o el dolo.

Por su parte, Carroll (1979) expuso al respecto que la responsabilidad social del negocio abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de organizaciones en un punto dado en el tiempo. Asimismo, Frederick, (1978), citado por Román (2008), resumió la posición e indicó que la idea fundamental de la responsabilidad social corporativa es que las corporaciones de negocio tienen una obligación de trabajar para la mejora social. Por su parte, la visión clásica de algunos ob-

servadores, entre ellos de Adán Smith a Milton Friedman (1984), han discutido que la responsabilidad social forma parte del proceso de la toma de decisiones gerenciales. Friedman (1984) sostiene que funciona el negocio lo mejor posible cuando se pega a su misión primaria de producir mercancías y servicios dentro de las restricciones legales de la sociedad. La opinión contemporánea es que las corporaciones, en cuanto miembros primordiales e influyentes de la sociedad, son responsables de ayudar a conservar y a mejorar el bienestar total de la humanidad (Román, 2008).

Por otra parte, Kenneth Dayton (1981) agrega al respecto que el negocio debe cambiar sus prioridades. El negocio no existe para lograr el máximo beneficio a los accionistas. Existe negocio por una sola razón: servir a la sociedad. El beneficio es la recompensa por hacerlo bien. Si el negocio no sirve a la sociedad, la sociedad no tolerará los beneficios o aun la existencia de la empresa y, por consiguiente, la supervivencia de los accionistas se encuentra en riesgo. Román (2008), por su parte, expone que ya en el presente siglo, la Fundación Sustentable (2000) define la responsabilidad social empresarial como el vínculo que cada empresa, en cuanto miembro de la sociedad, establece y cultiva con sus colaboradores (empleados, clientes, proveedores, la comunidad en la que se encuentra establecida), con el fin de crear una red de vínculos sociales que incentive la competencia y los negocios de la empresa a largo plazo y contribuya, a su vez, al mejoramiento sustentable de las condiciones de vida de la sociedad.

Entre tanto, en el 2001 la Comisión de las Comunidades Europea presentó, en su *Libro Verde*, aspectos para fomentar un marco europeo sobre la responsabilidad social corporativa en el que definió la RSE como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores. El documento establece una nueva estrategia global europea para esta década, cuyos objetivos son: a) poseer la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo; b) capaz de conseguir un crecimiento económico sostenible; c) con mayores y mejores empleos; y d) una mayor cohesión social.

De igual forma, el *Libro Verde* de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) explica cómo ser socialmente responsable no significa solo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento al invertir más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores. El mismo libro comenta que, desde

una dimensión interna y al interior de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan, en primer lugar, a los trabajadores, y se refiere a cuestiones como, por ejemplo, la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, así como a la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver, fundamentalmente, con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción; abren una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

En cuanto a la dimensión externa, la comisión señala que la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales proveedores, consumidores, autoridades públicas, ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales, el medio ambiente, etc. Asimismo, afirma que la responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas a su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Así, las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, pues proporcionan puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales.

Por otra parte, Fernández (2005) comenta sobre la responsabilidad ética como uno de los componentes de la responsabilidad social corporativa, la encargada de recoger las expectativas que los clientes, los accionistas, los trabajadores y la sociedad en general tienen con respecto al comportamiento de la empresa según su consideración de lo que es justo y sus principios morales.

De igual forma, la RSC, según refieren Dopico, Parada, Rodríguez, Daponte y Pérez Pereira (2006), considera que la empresa es un agente social y tanto sus actuaciones como sus omisiones tienen un importante impacto sobre la sociedad. Desde este punto de vista, la empresa adquiere una serie de responsabilidades que van más allá de las meramente económicas, entre las cuales se encuentran las sociales y las medioambientales. Se habla, entonces, de tres posiciones relacionadas con el concepto: una posición que caracteriza a la responsabilidad social como meramente económica, otra intermedia en la que se reconoce la existencia de algunos derechos, y la posición de una responsabilidad plena en la que se establece que la responsabilidad social debe incluir la parte social.

Por su parte, Gómez y Martínez (2016) concluyen que una empresa es socialmente responsable cuando su modelo de actuación promueve el desarrollo de prácticas transparentes en el foro interno y externo de la empresa,

un marco de actuación que no solo se limita al área de confort de la organización, sino a un saber hacer ético. Los códigos éticos y corporativos deben ser accesibles y comunicados de forma correcta ante todos los públicos de una empresa.

En el caso del contexto colombiano, Axisrse (2006) indica que la responsabilidad social empresarial, a lo largo de la historia, ha sufrido una evolución por la que inicialmente se concebía el concepto como un principio de caridad y, con el transcurrir del tiempo, ha dado pie para replantearlo. Es así como en 1996 el concepto pasa a considerarse una filantropía, en la que se considera que la responsabilidad social es dar a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta, o realizar actos filantrópicos en los que el trabajo de voluntario apoya a instituciones que tienen el propósito específico de ayudar a los seres vivos y mejorar sus vidas (Figura 1).

Hoy en día, se aspira que este concepto ascienda y se convierta en una estrategia empresarial como parte integral de su misión filosófica, de modo que se constituya en un principio de gestión, en el cual los involucrados son los diferentes interlocutores con quien la empresa mantiene relaciones permanentes e intervienen en el desarrollo productivo y sostenible de la humanidad.

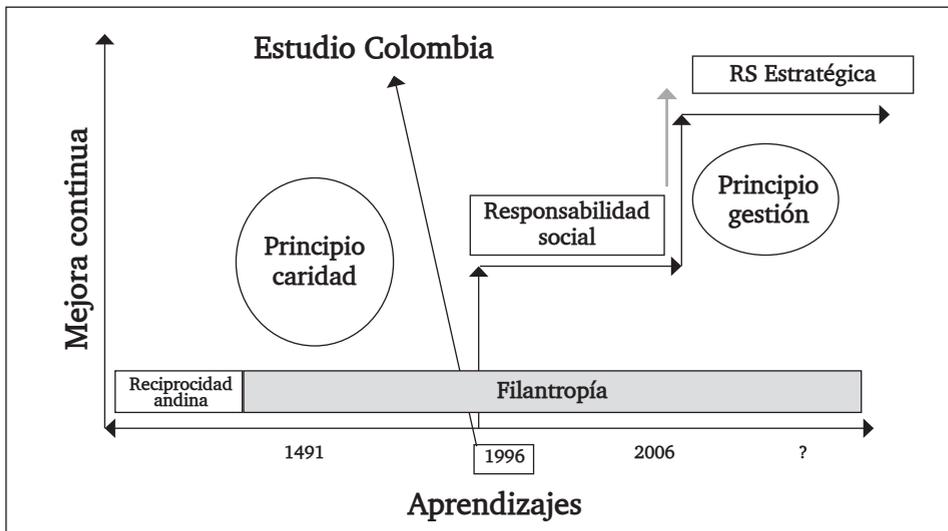


Figura 1. Evolución del concepto de responsabilidad social en Colombia. Fuente: Axisrse (2006)

Cabe observar que son múltiples los autores e instituciones que han hablado y hablan hoy del concepto de la responsabilidad social, en consecuencia, se nota que este concepto ha evolucionado con la historia. Ahora bien, si se tienen en cuenta esas teorías, antes se pensaba que la responsabilidad social solo concernía a la parte económica y el aporte adicional que se diera a otros era voluntario. Hoy en día, ese concepto, como se dijo, ha evolucionado; la responsabilidad social que se debe tener alcanza los aspectos relacionados con la comunidad, con los empleados, con los accionistas y la sociedad en general, quienes conforman los interlocutores o *stakeholders*.

Un *stakeholder*, según refiere IDEA (2001), es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por una institución. En sentido amplio, el término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, gobiernos y medios de comunicación, entre otros actores. La palabra *stakeholder* es un giro sobre la palabra *stockholder* (accionista), cuyo fin es resaltar que las empresas pueden tener obligaciones mucho más amplias que las que la teoría económica tradicional asumió originalmente. Este concepto se usó por primera vez en el Stanford Research Institute en 1963, y definió a los *stakeholders* como aquellos grupos sin cuyo apoyo la institución dejaría de existir.

En referencia a los *stakeholders*, Lombardi (2005) expresa que es un anglicismo utilizado de modo general en la literatura sobre el tema de responsabilidad social. Se refiere al conjunto de interlocutores de la empresa a los que alude la definición del *Libro Verde* de la Comisión de las Comunidades Europeas. Estos, dado el interés directo que tienen en la empresa, demandan cada vez mayor información, la cual exigen sea clara, oportuna y precisa; además, por supuesto, exigen una razonable compensación por su aporte a la generación del valor.

Si bien es cierto que en América Latina se ha desarrollado el asunto de la responsabilidad social empresarial como concepto y como práctica, esta última lo ha sido de manera incipiente. Desde hace algunos años y de forma creciente a través de foros, campañas y estudios de experiencias, se trata de manera cada vez más sistemática el asunto de la RSE. Sin embargo, según Muñoz (2005), es necesario señalar que aún sin reconocerlo de forma explícita ya ha estado presente como preocupación y práctica en algunos países latinoamericanos.

Por otra parte, a nivel mundial, la RSE se institucionaliza, es decir, existen organizaciones que lideran procesos con la finalidad de que se cumpla el

objetivo primordial de la RSE. En la figura 2 se observan las diferentes instituciones que trabajan esta temática en los distintos países a nivel internacional. De igual manera, existen organizaciones empresariales, fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro que conforman en América Latina un tejido en RSC (las prácticas con mayor implantación son las relativas a inversión en la comunidad y acción social).

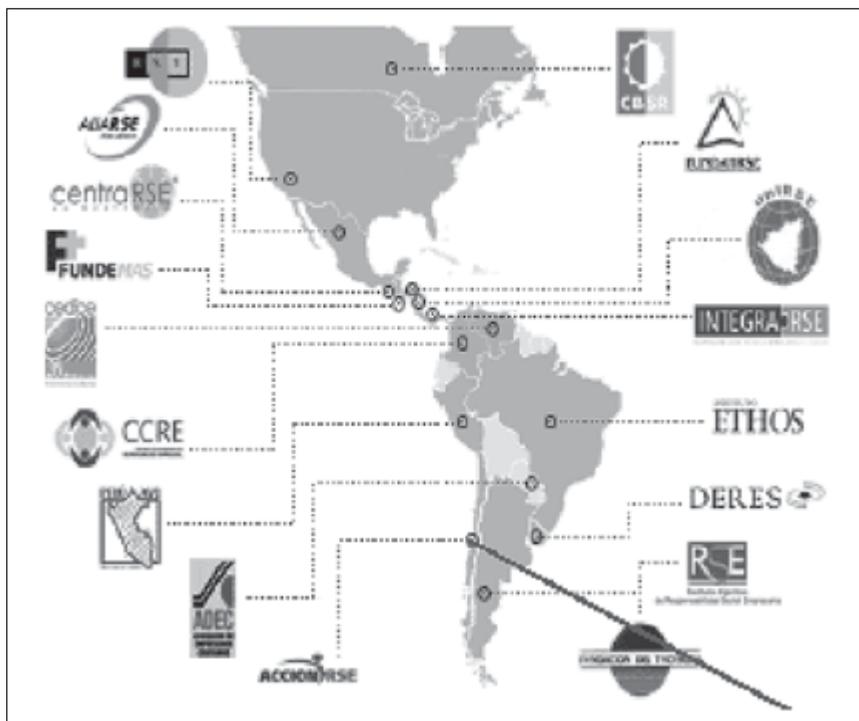


Figura 2. Institucionalización de la RSE en el mundo. **Fuente:** Axisrse (2006)

Un elemento que permite aclarar el debate actual es que ha habido una evolución desde el concepto de filantropía empresarial al de responsabilidad social. Se enfocó, primero, con un carácter de inversión social; luego se ha avanzado hacia un enfoque de carácter estratégico. Este último incorpora el tema de la ética a la empresa. La reflexión teórica, las evaluaciones de responsabilidad social empresarial y la promoción de dicha práctica las impulsan diversas instituciones en cada país de América Latina. Sin embargo, el avance del tema de la RSE es mayor en los países que tienen un relativo

mayor desarrollo industrial y una mayor cantidad de grandes empresas en sus economías.

La debilidad clave del sistema de la RSE en América Latina es, concluye Muñoz (2005), por consiguiente, que hoy en día el sistema no está muy apto ni para supervisar ni para promover acatamientos. Los actores dominantes en la sociedad civil, quienes tienen un mayor apoyo proveniente del exterior, simpatizan, en su mayoría, con el interés del sector privado en evitar las regulaciones del Estado. Más aún, existen ONG “independientes” identificadas en este trabajo que, en realidad, no llevan a cabo tareas de fiscalización, ni supervisan el acatamiento de las empresas de sus propios códigos de RSE.

Otra dificultad para lograr acatamientos es la naturaleza general y no específica de la mayoría de los compromisos sobre la RSE dados a conocer por las firmas más importantes de América Latina. A fin de fomentar negocios socialmente responsables en América Latina, el problema clave radica en cómo convertir los compromisos con la RSE en resultados de la RSE. En el análisis que realiza Muñoz (2005) de su estudio en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela, argumenta que la principal conclusión es que, en Latinoamérica, la RSE, en cuanto herramienta de competitividad, no se encuentra internalizada y alineada con los objetivos generales de las empresas. En los países que cuentan con una base empresarial más consolidada como, por ejemplo, México, Brasil y Chile, comienza a surgir esta noción de responsabilidad asociada a la creación de valor.

En Chile, afirma Muñoz, las empresas del sector privado han estado activas en materia de prácticas empresariales socialmente responsables desde hace décadas, con aportes, básicamente, en las áreas de seguridad social, mutualidades, accidentes del trabajo, salud, vivienda, educación y pobreza, y al desempeñar la función de motor del desarrollo social. Esta fructífera actividad social se ha desarrollado, principalmente, a través de asociaciones gremiales del sector privado que, en un nivel agregado, han asumido un compromiso social a nombre del sector o industria que representan.

Asimismo, ha surgido con fuerza una concepción de la empresa en cuanto ciudadano corporativo. Acción Empresarial, Business Association de Chile refiere que, bajo esta concepción, la empresa actúa como un solo cuerpo tanto en la generación de riqueza como en el comportamiento ético social. Entre las organizaciones que han asumido esta concepción cabe des-

tacar Acción RSE, una organización que nace del sector empresarial con el fin de promover las prácticas en materia de responsabilidad social empresarial. Desde sus inicios ha contado con el respaldo de las compañías líderes en Chile en materia de RSE, quienes impulsan las actividades que realiza la organización.

En otro contexto, responsabilidad social empresarial en México significa, según el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) (2002): a) estar comprometido con México al trabajar en favor del desarrollo social, b) invertir tiempo, talento y recursos para la construcción de un futuro de mayores oportunidades para todos, c) invertir en la gente con el fin de ser protagonistas del cambio, y d) integración y vinculación con la comunidad.

Cemefi (2002) afirma que ser socialmente responsable es cumplir de forma integral con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental, en sus contextos interno y externo. Por tanto, se trata de una acción responsable integral que se da, fundamentalmente, en función de cuatro líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medio ambiente.

El mismo centro afirma que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades, empleos y paga impuestos, desafía su creatividad a fin de identificar los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución. Es un modelo de trabajo y organización que permite retribuir a la sociedad lo que esta toma de ella. Es la forma de hacer negocios de manera sustentable.

En México, el 60% de las pequeñas y medianas empresas carecen de un programa de responsabilidad social corporativa (RSC), bien sea por desconocimiento, por falta de interés o bien porque simplemente no saben por dónde empezar, aseguran expertos. Lucila García, gerente de desarrollo sustentable de KPMG México, mencionó que este compromiso empresarial tiene que integrar la gestión de tres objetivos en la empresa (los económicos, los ambientales y los sociales), pese a que la mayoría de los empresarios creen erróneamente que solo se trata de hacer filantropía o un gasto innecesario (Romero, 2012).

Por su parte, en Argentina, según refieren Amable, Zelaschi y Garaño (2010), la salud y la calidad de vida en el trabajo ni siquiera son temas pre-

senten en la agenda de los principales promotores de la RSC. Existe cierto vacío en las propuestas conceptuales y operativas de la RSC en relación con la salud en el trabajo, a diferencia de otras áreas más desarrolladas como, por ejemplo, la de medio ambiente.

En Brasil, por su parte, existe una élite empresarial que ha asumido el liderazgo en materia de RSE, y los esfuerzos gubernamentales y de la sociedad civil refuerzan este liderazgo, lo cual genera condiciones favorables para la expansión de la RSE en ese país. Brasil cuenta con varias instituciones dedicadas a la RSE en los distintos estados, casi todas ellas de alcance local. Existen institutos y fundaciones de mucho prestigio que han logrado crear conciencia con respecto a la importancia de estas prácticas y han difundido estos conceptos en el sector privado, el Gobierno y la sociedad civil. Es importante recalcar que el Instituto Ethos-Akatu en Brasil ha logrado sensibilizar a la sociedad respecto de la necesidad de que las empresas cuenten con prácticas socialmente responsables.

En Venezuela, la RSE tiene sus orígenes en la tradición filantrópica de los empresarios locales y las acciones emprendidas por las empresas petroleras extranjeras antes de la nacionalización de la industria. Estas actividades las continuó Petróleos de Venezuela (PDVSA). El sector exportador de petróleo cuenta con un alto nivel de desarrollo tecnológico, a la vez que un cuidado medioambiental.

En este sentido, la sociedad venezolana le reconoce méritos en su relación con la comunidad. La industria del petróleo tiene condiciones naturales para ser modelo y liderar un proceso de introducción de la RSE desde la perspectiva de la competitividad, de modo que impacte sobre la matriz empresarial de Venezuela. Se puede considerar que esta industria puede, además, asociar el proceso a su cadena de proveedores y producir así un efecto cascada.

Por su parte, en Colombia, a pesar de la larga tradición de participación empresarial en temas de interés público que ha estado guiada, fundamentalmente, bajo una mirada asistencialista y filantrópica, la actividad de RSE –bajo una óptica de competitividad– también es escasa. Colombia aún está lejos de tener una real dimensión en las empresas sobre su responsabilidad social. Acevedo, Zarete y Garzón (2013) indican que, a la par con el derecho de propiedad en Colombia, la empresa evidencia una función social, es decir, además de producir riqueza y generar empleo, radican en su cabeza

obligaciones que le son consustanciales como pilar fundamental del progreso; la libertad de empresa, así entendida, huye de la persona jurídica individualmente considerada, de modo que se posiciona en el basto campo de la economía, en el que adquiere responsabilidades en razón a los contornos de la libre competencia.

Las industrias exportadoras de textiles, flores y café cuentan con incentivos para integrar políticas socialmente responsables. Todas ellas han incorporado estas prácticas de gestión en función de la demanda de sus mercados de destino. Según Tellez (2017), a pesar de la heterogeneidad en las miradas de la RSE, la óptica que ha predominado en las organizaciones colombianas es la instrumental, esto es, su objetivo se centra en la búsqueda de la rentabilidad y no en los intereses de los diversos actores sociales. Además, dichas organizaciones se circunscriben bajo prácticas que se desarrollan a través del modelo de gestión tradicional y el modelo tecnocrático, claro está, dejando en mora la aplicación de postulados humanistas.

Teorías sobre responsabilidad social

La responsabilidad social ha sido un asunto de estudio académico por varias décadas razón por la cual se definirá el término de acuerdo con la opinión de diversos autores. Entre estos, De la Cuesta (2002) expresa que podría entenderse como la actitud responsable de las empresas con todos los grupos de interés (consumidores, proveedores, accionistas, directivos, empleados, Estado, comunidad y medio ambiente). De acuerdo con este autor, se trata no solo de tener presente el cuidado al medio ambiente, a través de sólidas políticas, sino también de generar un adecuado ambiente de trabajo, de vincularse con la comunidad y de respetar los derechos humanos.

En este sentido, según Guédez (2006), puede decirse que la responsabilidad social es un conjunto de estrategias que permite identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, las expectativas y las capacidades de los grupos de interés. La responsabilidad social se puede entender como la respuesta de las organizaciones a las expectativas de los sectores y agentes con los que interactúa.

En otro orden de ideas, según Tous y Ciruela (2005), la responsabilidad social engloba todas las relaciones contractuales –implícitas o explícitas– que la empresa tiene con aquellos colectivos con los que se relaciona, así

como con la sociedad en general, en busca de maximizar el beneficio de todas las partes implicadas. Estas relaciones dan lugar a dos tipos de actuaciones: internas (satisfacción de las expectativas y objetivos de trabajadores y sus familiares) y externas (entorno social de las zonas de influencia).

Por consiguiente, Carneiro (2004) sostiene que la responsabilidad social es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores. Ambos autores coinciden en que la amplitud con la que la empresa debe adoptar el concepto de responsabilidad social, el cual no solo involucra los aspectos externos o resultantes de la gestión de la organización (Estado, comunidad, clientes, proveedores y competencia), sino también los aspectos internos u originarios de la propia actividad empresarial (socios, accionistas, empleados, asociados, directivos).

Bajo las mismas consideraciones, Chiavenato (2006) sostiene que la responsabilidad social significa el grado de obligación que una organización asume por medio de las acciones que proyectan mejor el bienestar de la sociedad a medida en que busca alcanzar sus propios intereses. En general, representa la obligación de la organización de adoptar políticas al asumir decisiones que beneficien a la sociedad.

Al respecto, Llena (2005) comenta que existen distintas definiciones y posiciones acerca de lo que se entiende por responsabilidad social de la empresa, en consonancia con el papel otorgado a la empresa en la sociedad. Así, tal como se expone en la tabla 1, se pueden considerar distintas interpretaciones de la responsabilidad social de la empresa.

Por otra parte, el mismo Llena (2005) realiza otro cuadro en el que resume las distintas acepciones de *responsabilidad social*, con sus principales características y los autores que defienden cada una de ellas. Distingue tres agrupaciones principales del concepto de responsabilidad social, de las cuales dos son extremas y una intermedia entre ambas.

Se habla, entonces, de tres posiciones relacionadas con el concepto: una caracteriza la responsabilidad social como meramente económica, otra intermedia en la que se reconoce la existencia de algunos derechos, y la posición de una responsabilidad plena en la cual se establece que la responsabilidad social debe incluir la parte social.

Cabe observar que son múltiples los autores e instituciones que han hablado y hablan hoy del concepto de la responsabilidad social, en consecuencia,

Tabla 1

Definiciones y posiciones de la responsabilidad social empresarial

Interpretaciones	Tipo de asunción de responsabilidad social
1. Responsabilidad exclusivamente económica: ofrecer bienes y servicios para obtener el máximo beneficio posible.	No asunción
2. La responsabilidad se considera aquella dimensión política de la empresa en la que esta colabora en la búsqueda de una solución a los problemas como mero asesor.	Asunción voluntaria como medio de colaborar o de conseguir otros objetivos principales
3. La responsabilidad social con carácter instrumental es una actividad dirigida a solucionar problemas de distintos grupos sociales, pero como un medio de alcanzar resultados económicos.	
4. La responsabilidad social, en cuanto asunción de una responsabilidad frente a la sociedad, supone una ampliación de los objetivos empresariales a componentes sociales.	Asunción como objetivo de la empresa

Fuente: Llena (2005).

Tabla 2

Caracterización de la responsabilidad social empresarial

Tipos	Características	Autores
Responsabilidad social económica	La responsabilidad de la empresa es obtener beneficios.	Friedman (1967)
Posiciones intermedias	Reconocen la existencia de ciertos derechos de algunos grupos sociales que hay que satisfacer.	Watson (1972) Drucker (1970)
Responsabilidad social plena	Dentro de los objetivos de la empresa se incluyen los sociales como una parte importante.	Davis y Blomstrom (1966) García Echevarría (1982)

Fuente: Llena (2005).

se nota que este concepto ha evolucionado con la historia. Ahora bien, si se tienen en cuenta esas teorías, se tiene que, antes, se pensaba que la responsabilidad social solo concernía a la parte económica y el aporte adicional que se

diera a otros era voluntario. Hoy en día ese concepto, como se dijo, ha evolucionado, pues la responsabilidad social que se debe tener alcanza los aspectos relacionados con la comunidad, con los empleados, con los accionistas y la sociedad en general. En un sentido amplio, el término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, gobierno y medios de comunicación, entre otros.

Es así como la responsabilidad, en un sentido práctico, se refiere a la forma como una empresa organiza internamente el conjunto de valores, en sus propias políticas e iniciativas, así como la toma de decisiones en todos los niveles de dicha empresa. Aunado a esto, se tienen también las implicaciones sobre el comportamiento de la empresa en función de los estándares legales, además de su adherencia a normativas y regulaciones.

Lo expuesto obliga a reflexionar sobre el papel de las instituciones educativas en un mundo globalizado, en el cual debe balancearse la responsabilidad económica con las responsabilidades éticas. En otras palabras, la responsabilidad social implica adelantarse a cubrir las necesidades de los agentes sociales, lo que a su vez implica el compromiso de no provocar daños con sus acciones y colaborar con el desarrollo de la sociedad, todos dentro de un marco ético.

Ventajas de la responsabilidad social empresarial

Numerosas investigaciones demuestran empíricamente la correlación positiva entre las prácticas de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad. Esto ha llevado, por ejemplo, a que la Comisión de las Comunidades Europeas declare, de forma expresa, que la responsabilidad social empresarial debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de calidad.

En efecto, la Comisión de la Comunidad Europea, en sus normas 26000 (2001), demostró cómo una empresa que actúa de forma responsable frente a la sociedad genera beneficios estratégicos muy puntuales desde el punto de vista comercial, porque mejora la imagen pública y la reputación de la empresa, facilita el acceso a los mercados globales, aumenta las ventas al diferenciar productos y servicios y fideliza a los clientes. Desde el punto de vista legal, porque mejora el entendimiento de los requerimientos legales y las exigencias de los reguladores, así como reduce la presión.

De igual manera, las mismas normas establecen el punto de vista laboral porque facilita el reclutamiento de personal de primer nivel y la retención de talentos. Lo mismo que el punto de vista financiero, debido a que incrementa la confianza de los accionistas y mejora la calificación de riesgo, así como facilita y abarata el acceso al financiamiento.

El impacto positivo en cada una de estas variables incide de forma directa en un incremento de la rentabilidad de la empresa. Esto como resultado de concebir la RSE con una nueva óptica y variar el enfoque tradicional de carácter filantrópico –en el que las empresas responden a la comunidad en la cual trabajan al apoyarla mediante acciones caritativas– hacia uno nuevo en el que la RSE debe ser parte integral de la estrategia de negocios. Por tanto, debe planificarse y cuantificarse con el objetivo de aumentar la rentabilidad y contribuir de forma simultánea al logro de los objetivos estratégicos de las empresas. De este modo, el enfoque es mucho más novedoso y complejo, ya que se visualiza como una herramienta para mejorar la competitividad y sustentabilidad de las empresas.

Dimensiones de la responsabilidad social

De la Cuesta (2002) plantea que, de acuerdo con la práctica de la responsabilidad social como actividad empresarial, se debe abordar en los ámbitos económicos, social y de medio ambiente. Asimismo, propone la transparencia informativa con respecto a los resultados alcanzados en tales ámbitos, y, finalmente, el escrutinio externo de estos. Al respecto, Guédez (2006), al tratar del ámbito económico, puntualiza el aporte de la educación al considerarlo fuente de los conocimientos necesarios para asumir las tareas productivas. Al mismo tiempo, al hablar del ámbito social considera también el aporte de la educación, el cual crea conciencia social y sentido de responsabilidad comunitaria.

En este mismo orden de ideas, Seijo (2009) considera que la responsabilidad social empresarial requiere de un compromiso explícito con ella dentro de los objetivos de la organización, a través de la incorporación del concepto dentro de la misión y visión de la empresa en su plan estratégico, así como en sus documentos más relevantes y en sus políticas internas. De igual forma, de acuerdo con los planteamientos de la misma autora, a fin de actuar con verdadera responsabilidad social es necesario crear valores y una cultura que apoye el comportamiento ético por medio de la definición

de los valores y de una transparencia informativa, todo lo cual es la base de un código de conducta dentro de la empresa y para su aplicabilidad dentro del proceso de toma de decisiones.

Por otra parte, Seijo (2009) expresa que para una consideración ética de la responsabilidad social empresarial es fundamental mantener las operaciones internas y externas de la empresa compatibles con el medio ambiente, por lo que requiere de la utilización de eficiencia y producción más limpia en el diseño, la producción y la distribución de los productos, la documentación de procesos y las auditorías ambientales.

Los rápidos cambios que ha sufrido la sociedad, junto con el proceso de la globalización experimentado en los últimos años, ha facilitado que los ciudadanos y los consumidores tengan un mayor acceso a la información. Esto ha permitido conocer tanto las buenas prácticas como los grandes errores cometidos por muchas empresas en el mundo, como consecuencia de actuaciones irresponsables que causan grandes daños ecológicos, sociales y económicos. Todo esto ha propiciado la aparición, en diversos ámbitos, de un discurso centrado en la responsabilidad social que las empresas tienen más allá de sus resultados económicos y los efectos de su actuación en el entorno en que operan.

Todas estas presiones sociales, medioambientales y económicas han hecho que las empresas se sientan cada vez más obligadas a actuar de acuerdo con criterios socialmente responsables, de manera que ofrecen respuestas que satisfagan a sus interlocutores o grupos de interés, dado que en un mercado global competitivo y transparente en el que se mueven las empresas conseguir su reconocimiento y credibilidad es determinante para su elección y legitimación.

Es así como el esquema de influencias, entre los distintos agentes tanto internos como externos de las organizaciones, se convierte en la piedra angular sobre la que se sostiene el enfoque de la responsabilidad social. Parece evidente, entonces, que en este campo se refuerzan las relaciones con la sociedad en general y la comunidad local en particular, dado que las organizaciones o empresas tienen sus propios *stakeholders*, quienes se pueden clasificar, de manera habitual, en accionistas o inversores, clientes y usuarios, proveedores y subcontratistas, comunidad local y sociedad y administraciones públicas.

En el mismo orden de ideas, De la Cuesta y Valor (2003) argumentan que las áreas de responsabilidad social de las empresas son económicas,

socioculturales y medioambientales, de modo que deben establecer sus prioridades dentro de los aspectos descritos. En cada una de estas áreas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa, todas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen e intensidad. El origen del comportamiento social lo marca la creencia en que la empresa es un ente social y como tal ha de comportarse, lo cual va a influir en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña.

De esta manera, la responsabilidad social, tanto económica y social como ambiental dependerá de la forma en que cada empresa fije el contenido de su responsabilidad social, en cuanto resultado de un análisis sistemático de los puntos de cruce de las áreas de actividad de la empresa y los agentes sociales afectados por esta. Así, la empresa podrá tener un comportamiento social propagandístico filantrópico o un comportamiento social de origen estratégico basado en sólidas creencias humanas y sociales, y definir así un comportamiento social sólido y legitimado por la sociedad.

Dimensión económica de la responsabilidad social

De la Cuesta y Valor (2003) refieren que el área de responsabilidad económica es la que se traduce en búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para el accionista. Sin embargo, algunos economistas ponen en entredicho que la maximización del beneficio para el accionista sea el único objetivo de las empresas. Esta teoría económica, bajo una visión coroplacista, ha demostrado no solo ser perjudicial para la sociedad en general, sino también para los propios accionistas, en especial para aquellos con intereses a largo plazo. Por tanto, los objetivos que se persiguen son lograr unos beneficios satisfactorios a largo plazo, es decir, obtener la máxima rentabilidad, pero condicionada a una liquidez aceptable, lo que provoca su entrada y salida en el capital de las empresas de forma rápida y continua, así como mejorar la eficiencia y productividad, es decir, obtener el máximo de beneficios y de producción con los recursos de los que se disponen.

En este sentido, para estos autores un comportamiento responsable de la empresa hacia los accionistas implicaría, desde el punto de vista económico, garantizarle un uso adecuado de su capital y garantizarle el cumplimiento de sus intereses de todo tipo. Del mismo modo, desde el punto de vista del cliente, en atención a sus demandas, ofrecer precios competitivos, bienes

y servicios de calidad, y desde el punto de vista de los proveedores pagar precios justos por sus productos o servicios sin abusar del poder de mercado.

De igual forma, desde el punto de vista económico, para los empleados –bien sean directivos o no–, pagar salarios justos, proporcionar beneficios sociales, formación, estabilidad y motivación. A la vista de estos objetivos, la empresa debe establecer sus prioridades dentro de los aspectos descritos, y asumir que el sistema político y sociocultural de su entorno tendrá un impacto significativo en ese ranquin.

Al respeto, Soto (2007) argumenta que los accionistas e inversores son una de las partes interesadas o *stakeholders* más relevantes, y así se les ha considerado desde el inicio de las organizaciones empresariales productivas. Su alta influencia en las decisiones de estrategia de la empresa los convierte en una parte interesada clave a la hora de gestionar tanto las relaciones con ella como de medir sus percepciones. Evidentemente, cada organización tiene socios o inversores con características distintas, según su estructura jurídica, su capacidad de influencia, su vinculación e involucración con la misión y los proyectos de la empresa, su interés de pertenencia o sus valores, entre otros.

De acuerdo con los planteamientos de este autor, los clientes y los usuarios son, sin duda, una de las partes interesadas más relevantes y ligadas a la supervivencia de la organización, pues sin ellos las organizaciones no tendrían razón alguna para desarrollar sus actividades y operaciones, y, como es evidente, no tendrían retorno de la inversión ni crearían valor. Por tanto, desde que la demanda logre superar la oferta en algunos mercados y empiece a existir cierta capacidad en la elección de compra de productos o servicios, se tendrá que relevar la parte interesada debido, esencialmente, a la falta de compromiso con la organización.

De esta forma, la satisfacción y, por tanto, la percepción de los clientes empezó a tener una influencia crítica en el éxito de las organizaciones, de manera que su opinión y su percepción condicionaron las decisiones de las organizaciones. De este modo, en el panorama de una economía globalizada e interrelacionada es difícil encontrar actividades desarrolladas por una sola organización de extremo a extremo. Esto en razón a que, fundamentalmente, las organizaciones han decidió externalizar parte de sus procesos y actividades con el fin de ser más flexibles ante movimientos bruscos de demanda y con el propósito de reducir costos.

Sin duda, una decisión de estas implica asumir que parte de los servicios o productos de las organizaciones depende de la correcta gestión de las empresas proveedoras o subcontratistas. Pues aunque se pretenda blindar y ligar los resultados finales ante el cliente con los intermedios entre organizaciones y proveedores, existe siempre el riesgo que se da entre calidad, costo y plazo y la percepción del cliente, lo cual puede implicar consecuencias.

Es así que los empleados son la clave diferencial de las organizaciones, y de su cualificación, de su motivación, de sus habilidades y de su involucración, entre otros aspectos, dependerá el resultado que obtenga la organización. Además, considera el autor que son los portadores de la cultura los que pueden convertir la misión y la visión en resultados. La percepción de los empleados es básica para conocer la tendencia que lleva la organización, de modo que la fidelidad entre el empleado y la organización no solo se encuentra en un vínculo legal o contractual, sino que existe algo que los expertos denominan “el contrato psicológico”, lo cual recoge el resultado entre la percepción del empleado y sus expectativas. Asimismo, argumenta que la seguridad y la higiene en el trabajo tanto para los empleados como para las administraciones presionan a las organizaciones.

De igual modo, De la Cuesta y Valor (2003) agregan que, frente al consumidor, la empresa contrae una responsabilidad que se deriva de su actividad productiva. La organización no debe arrojar su responsabilidad sobre la espalda del último utilizador de sus productos, ya que esto la imposibilita para estudiar las características del producto y prever cuantos aspectos secundarios se puedan derivar de su uso. Se puede decir entonces, que una empresa ha cumplido con su responsabilidad social, en este orden, cuando sus centros de decisión más elevados han conseguido limitar los riesgos de empleo de sus productos a los aspectos difícilmente previsibles, y adoptar para esto todo tipo de medidas y precauciones.

Por su parte, Soto (2007) sugiere que las relaciones con los empleados deben regirse por los principios básicos de la cultura de la empresa. En este sentido, los empleados resumen la responsabilidad de su actuación frente a los demás al desarrollanr actitudes personales y profesionales. Así, por ejemplo, la prevención de riesgos es un objetivo básico en la gestión, por lo que la seguridad integra, junto con la calidad y el ambiente, son los principios de la empresa. El respeto a la naturaleza a través de una política ambiental es otro aspecto que el mismo autor considera debe establecer directrices y objetivos sobre la reducción de residuos, el aprovechamiento de

los recursos naturales y energéticos y la utilización de productos respetuosos del medio, con el fin de reducir el impacto negativo de las actividades en el entorno.

En este mismo sentido, Solano (2009) señala que hora es ya de que las corporaciones económicas, es decir, aquellas entidades sociales que por su volumen y capacidad están en condiciones de liderar el progreso social en todos los órdenes, asuman su responsabilidad con la sociedad.

De esta manera, las empresas pueden contribuir al progreso de la sociedad no solo al cumplir sus objetivos económicos y de servicio, sino al hacerlos compatibles con los que se derivan de su responsabilidad con la comunidad, en los que existen diferentes formas para colaborar con la sociedad que favorecen de una u otra forma la actuación colectiva. Esas formas son: estar presente en programas sociales; transmitir conocimiento junto con el sistema educativo; colaborar a favor de zonas o grupos de personas vulnerables; integrarse en proyectos con universidades y centros de investigación; participar en actividades que propicien el respeto a la naturaleza, así como promover fundaciones que defiendan cualquiera de estos temas.

Asimismo, según Soto (2007), si bien la empresa tiene la finalidad de generar un rendimiento económico para sus inversionistas, su responsabilidad va más allá de buscar objetivos financieros. También le corresponde producir bienes y servicios que satisfagan necesidades del medio socioeconómico, focalizar o centrar todas sus actividades en el cliente o consumidor y generar valor económico agregado, esto es, que los productos y los servicios que venda la empresa tengan un valor económico superior al que compra.

Además, es necesario establecer y cumplir de modo equilibrado y razonable los compromisos económicos o los factores que participan en la empresa, sin olvidar a los trabajadores, los empleados, los clientes, los proveedores y los inversionistas, entre otros; es decir, los denominados “grupos de interés” o *stakeholders*. De igual modo, propiciar y mantener un ambiente en el que los trabajadores y los empleados se desarrollen de forma individual y como comunidad social, lo que permita estimular en ellos motivaciones trascendentes; la obligación de la empresa hacia los trabajadores se extiende más allá de la retribución económica.

Asimismo, generar autocontinuidad de la empresa –lo que garantice su permanencia en el mercado–, planificar una vida larga para la empresa,

multiplicar oportunidades para que un mayor número de personas tenga acceso a ellas, dar preferencia al crecimiento que hay por incrementar oportunidades laborales, además del crecimiento de las ganancias y el acceso a los mercados, y responsabilizarse del efecto en la ecología y las consecuencias secundarias negativas de la empresa, así como propiciar efectos positivos.

Al respecto, el *Libro Verde* (2001) refiere que la salud y la seguridad en el trabajo se han abordado mediante instrumentos legislativos y medidas ejecutorias. Sin embargo, la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan, en gran medida, del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad. En este sentido, a medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican las presiones para que en el material promocional de las empresas se mida, documente y comunique dicha calidad.

En este sentido, se concluye –de acuerdo con lo expuesto por el *Libro Verde*, que se han incluido diversos criterios en las distintas formas de enfrentar la responsabilidad social, y se han iniciado programas que hacen de las empresas organizaciones capaces de emprender a la sociedad frente a los sistemas de gestión. Por otra parte, la globalización de las economías ha causado conmoción en las empresas en razón a lo complejo que resulta para muchas el término, por lo que esto representa su inserción –violenta y forzada– en el mercado mundial y en la competencia internacional. Lo anterior, sumado a los adelantos técnicos en el campo de la información, lo cual significa la urgencia de tener que cambiar las estrategias de negocios para enfrentar la ampliación de los mercados y tener un éxito empresarial, que es lo que en últimas se busca.

Dimensión social de la responsabilidad social

Para De la Cuesta y Valor (2003) la dimensión social de la empresa muchas veces se identifica con el hecho de que las empresas realicen donaciones a instituciones caritativas o cualquier otro tipo de prácticas que supongan una merma evidente de su beneficio. Sin embargo, la responsabilidad social de la empresa –desde el punto de vista político y sociocultural– implica respeto al espíritu y la letra de las leyes y respeto a las costumbres sociales y a la herencia cultural, así como involucramiento en la vida política y cultural.

Los dos primeros aspectos requieren que la empresa acepte los estándares legales y socioculturales de la sociedad en la que opera, tanto externos o internos; el tercero supone un papel más activo de la organización, pero solo en determinadas actividades, lo que incluye su participación activa en solventar problemas de política pública, con iniciativas que mejoren el bienestar general de la sociedad en la que viven. Asimismo, el conjunto de los recursos acumulados a través de las relaciones sociales externas e internas por la organización y por sus partícipes constituyen su capital social.

Se trata de un conjunto de redes, normas y relaciones de confianza que facilitan la resolución de los dilemas de la acción colectiva, en el que el ser humano es un recurso moral que se amplía con su uso en lugar de reducirse, y que se basa en la lealtad y la confianza. En este sentido, el capital social favorece una mejor cooperación y coordinación en las organizaciones sociales al potenciar los valores compartidos, la comunicación y la comprensión mutua. Además, las empresas cuentan con un capital social humano e intelectual al que hay que prestar atención para obtener el máximo retorno a los recursos utilizados con una visión de largo plazo.

Cada vez más los empleados, los accionistas y los clientes valoran esos activos intangibles difíciles de comercializar, los cuales constituyen la reputación externa y la cultura interna de la empresa. Así, entonces, bajo este argumento no es necesario regular ni introducir mecanismos que obliguen a las empresas a comportarse de forma respetuosa con el medio social y natural en el que desarrollan sus actividades, porque serán recompensadas por ello. Al respecto, Soto (2007) explica que las nuevas formas de organización de las sociedades, producto de los cambios económicos, sociales y ambientales, han acentuado, por una parte, el sector informal, y por otra la aparición de organizaciones no gubernamentales con diversas tendencias y objetivos. Dada la necesidad de buscar financiamiento para subsistir, desarrollarse y acceder a esos fondos, se requiere que estas organizaciones presenten temas atractivos e impulsen programas que encuentren respaldo internacional.

En este sentido, las empresas están llamadas a tomar acciones para promover la generación de inversión y creación de empleos dignos, esenciales para consolidar la democracia, construir la paz y promover el desarrollo de los pueblos. Se debe tener claro, sin embargo, que dentro de la sociedad existen distintitos representantes sociales que deben fortalecerse a fin de que desempeñen sus responsabilidades con eficiencia y efectividad. Entre

estos se destacan las organizaciones empresariales y las organizaciones de trabajadores.

Soto (2007) asegura que el ser humano demanda pautas y normas para relacionarse con otros y, dadas las interacciones sociales, la sociedad se une por estas normas y pautas, así como por obligaciones morales y hábitos que le dan forma. Además, afirma que la confianza requerida para la efectividad de los procesos sociales se basa en la capacidad de los individuos de trabajar juntos, la cual difiere de una cultura a otra. Por tanto, las empresas tienen la responsabilidad social de agregar valor en términos financieros, pero deben hacerlo circunscritas al marco de sus otras finalidades y grupos de interés.

De acuerdo con los planteamientos emitidos por los diferentes los autores, se puede argumentar que la dimensión social de la responsabilidad social tiene en cuenta como la principal función de una empresa crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar de este modo beneficios para sus propietarios y accionistas, así como bienestar para la sociedad en su conjunto.

Las empresas deben, entonces, ser conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible y orientar sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico, al tiempo que garanticen la protección al medio ambiente. En este sentido, se entiende que no es posible lograr un crecimiento sostenible de los resultados si las empresas no contemplan en su estrategia prácticas socialmente responsables. De esta manera, el desarrollo empresarial a largo plazo se encuentra íntimamente ligado al desarrollo social del entorno en el que operan, a la hora de asegurar las empresas su liderazgo en su ámbito de actuación. Así las cosas, desde un punto de vista empresarial o corporativo, reconocer una dimensión ética y socialmente responsable en la vida de la empresa no implica establecer valores éticos ni normas particulares. Se trata, tan solo, de reconocer que esa dimensión ética existe y es necesario tenerla en cuenta.

Dimensión ambiental de la responsabilidad social

Al respecto, De la Cuesta y Valor (2003) argumentan que cualquier decisión y acción que tome la empresa tiene un impacto sobre el medio ambiente, bien sea a través del consumo de los recursos naturales o al contaminar. Por tanto, la empresa debe contribuir al desarrollo sostenible, es decir,

satisfacer las necesidades de hoy sin comprometer las de las generaciones futuras. En este sentido, la empresa sostenible integra los siguientes valores o principios: sostenibilidad, búsqueda del desarrollo económico, integridad medioambiental y bienestar social; visión a largo plazo; diversidad de opiniones y perspectivas en su organización, así como en las relaciones con su entorno; apertura en el diálogo; e integridad y responsabilidad.

De igual forma, el *Libro Verde* (2001) refiere que, al asumir compromisos –lo cuales van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales que deberían cumplir en cualquier caso– las empresas empiezan a elevar los niveles de desarrollo social, de protección medioambiental y de respeto de los derechos humanos al adoptar un modo de gobernanza que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad. De este modo, la responsabilidad social de las empresas es un concepto con arreglo al cual estas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.

Así, las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción y la preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, de modo que integren la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, en sus instrumentos de gestión y en sus actividades.

Al respecto, Fernández (2005) aborda el tema del medioambiente desde la perspectiva de los *stakeholders*. El medio ambiente puede considerarse desde dos puntos de vista diferentes dentro del marco de gestión: como un asunto relevante para algunos *stakeholders* de la compañía, o como un *stakeholder* con identidad propia. Por una parte, la teoría propone la identificación de los grupos de interés de la compañía y su importancia relativa, al tomar aquellas decisiones que permitan satisfacer sus demandas y ayuden a lograr la máxima participación y colaboración de estos grupos en el éxito de la empresa.

De acuerdo con lo anterior, los *stakeholders* exigirían una conducta determinada de la empresa con respecto a los asuntos de naturaleza social y del medioambiente. Sin embargo, el tema del medio ambiente no tendrá la misma importancia para todas las industrias, sino que a algunas las afectará

en mayor medida que a otras la legislación medioambiental, dispondrán de procesos productivos o elaborarán productos que puedan resultar más dañinos para el entorno. Una postura diferente a esta consiste en considerar el medio ambiente como un *stakeholder* más de la empresa en lugar de tratarlo como un asunto social de importancia para la compañía, solo en la medida que tenga relevancia para los demás *stakeholders*.

De lo dicho por los autores cabe señalar que las empresas con un comportamiento socialmente responsable diseñan sus estrategias y establecen sus procedimientos internos de gestión en conformidad con la dimensión económica de sus acciones, con la social y con la medioambiental. De esta manera, la creciente preocupación por el desarrollo sustentable de las empresas ha llevado a un escenario complejo, dada la preocupación medioambiental en las políticas y prácticas de las empresas, en sus estrategias comerciales y en la manera de establecer vínculos entre los diferentes grupos de interés.

En este mismo sentido, el impacto ambiental en el entorno en el que opera la empresa debe convertirse en una realidad presente que deben asumir las organizaciones a favor del desarrollo sostenible. De esta forma, la preservación, la conservación y la protección del medio ambiente exige políticas claras y un compromiso firme por parte de la empresa, y luego pasa a ser un elemento determinante de su competitividad. De allí que muchas empresas en el mundo incorporen sistemas de gestión ambiental de forma integrada en sus modelos de administración.

Elementos de la responsabilidad social

Al tratar de la responsabilidad social se identifican unos elementos que, por su naturaleza, están inmersos en el quehacer empresarial. Los más comunes son: la moral, la ética, la calidad del servicio y el medio ambiente. Esto, en virtud de que las instituciones de educación superior ejercen un gran impacto en la sociedad. Al respecto, Gómez y Pelekais (2009) expresan que la responsabilidad social pretende mantener el bienestar general de la sociedad, por lo que se debe analizar como base la respuesta social y las obligaciones sociales.

Normas

La Norma SA 8000 la creó en 1997 Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International, SAI por sus siglas en inglés).

SAI es una organización sin fines de lucro dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables, de naturaleza esencialmente voluntaria.

La Norma SA 8000 es una norma universal, integral, global y verificable para auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa. Se aplica tanto a empresas pequeñas como a las grandes que desean demostrar a los clientes y a otros terceros interesados que sí les importa el bienestar de sus empleados. La esencia de la norma es la creencia de que todo lugar de trabajo debe ser administrado de manera tal que se garanticen los derechos humanos básicos y que la gerencia esté preparada para asumir la responsabilidad por ello.

El sistema de la norma SA 8000 se ha diseñado según el modelo de las normas establecidas ISO 9001 e ISO 14001, aplicables a sistemas de gestión de calidad y de gestión ambiental. La norma se desarrolló y probó en campo por el Consejo de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities, CEP por sus siglas en inglés), una entidad sin fines de lucro, con la ayuda de un consejo asesor internacional entre cuyos miembros se cuentan representantes de importantes corporaciones, organizaciones de derechos humanos, profesionales de certificación, académicos y del trabajo.

La norma se basa en varias normas de derechos humanos internacionales existentes, entre ellas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU, y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). La certificación SA 8000 tiene la función de convalidar las declaraciones de la empresa con respecto a su compromiso en el ámbito de la responsabilidad ético-social, al hacer pública su credibilidad a través de un testimonio de conformidad reconocido y reconocible, lo que aumente así la reputación de la empresa y el nivel de confianza generado.

La Norma SA 8000 persigue el objetivo de la completa adopción de los requisitos de ley, la valorización del patrimonio humano y el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo a través de la cadena de suministro, además de la correcta gestión de la imagen empresarial, en un proceso de escucha de opiniones de todas las partes interesadas (internas y externas). Las Normas ISO 26000 (responsabilidad social) son una guía que emite lineamientos en materia de responsabilidad social, establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización. Se designó el Grupo de Tra-

bajo ISO en Responsabilidad Social (WGSR, por sus siglas en inglés) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS, por sus siglas en inglés). No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

El NWIP (New Work Ítem Proposal) o “Nueva propuesta de Trabajo” se plantea el propósito o justificación de la norma, las razones para la estandarización y la información detallada sobre los asuntos conceptuales relacionados con la responsabilidad social.

Los objetivos que se plantea son: asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS; apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los *stakeholders*, lo que incluye a los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a la RS; así como promover y potenciar una máxima transparencia.

El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas con leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico. Asimismo, permite realizar un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera, se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar los siguientes: facilitar el establecimiento, la implementación, el mantenimiento y la mejora de la estructura o los marcos de responsabilidad social en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable; contribuir a incrementar la confianza y la satisfacción en las organizaciones entre los *stakeholders*; e incrementar las garantías en materia de responsabilidad social a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de *stakeholders*.

Asimismo, fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, en la declaración incluida en los principios del pacto global, en particular en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y en la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción.

También se busca facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares o requerimientos de responsabilidad social existentes. Además, se consensuó en la conferencia internacional de ISO, desarrollada en Bangkok, que la norma debería tener la siguiente estructura de diseño: introducción, alcance, referencias normativas, términos y definiciones, el contexto de la responsabilidad social en el que opera la organización, los principios de responsabilidad social importantes para las organizaciones, la orientación sobre los temas y las materias centrales de responsabilidad social y las orientaciones para implementarla en las organizaciones.

En el caso colombiano, se encuentran: la Ley 697 de 1991, mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones; el Decreto 3683 de 2003, por el cual se reglamenta la Ley 697 de 2001 y se crea una comisión intersectorial; la resolución 0447 de 2003, por la cual se actualizaron los estándares relacionados con la calidad técnico-ambiental de los combustibles; y los documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social, ente encargado de reglamentar los aspectos económicos y sociales del país relacionados con la responsabilidad social empresarial.

Valores morales

La palabra moral proviene del latín *mores*, que significa “costumbre”, y responde a la pregunta: “¿Cómo cree que hay que comportarse con quienes lo rodean?”. Al respecto, Gómez (2000) expresa que la moral se define, desde el punto de vista organizacional, como el sentimiento de ser aceptado y pertenecer a un grupo de trabajadores, y surge mediante la adhesión a fines comunes y la confianza en la conveniencia de dichos fines.

En este orden de ideas, Álvarez (2007) considera que la adquisición de valores morales se basa en principios de racionalidad que sostienen la realización de la conducta. La experiencia media en este tipo de aprendizaje al dar lugar a un avance de estadio a estadio, a un avance progresivo, lo cual hace parte de la teoría del desarrollo estructural.

De esta manera, los valores morales tienen tres dimensiones: una objetiva, de valer en sí mismo; otra subjetiva, en la que se valoran en cuanto representan un interés para el sujeto; y un carácter social, en la medida en

que es una aspiración de un colectivo humano determinado. Además, son bienes estimables que están íntimamente ligados a las necesidades humanas, lo que los convierte en modelos de vida, creencias y aspiraciones capaces de hacer felices a quien lo merezca.

El valor moral será un determinante del comportamiento humano, tanto de su conducta como de sus actitudes personales, pues ocupará la parte central de la personalidad del individuo. A su vez, se relaciona con la motivación, pues la conducta humana se halla condicionada por las necesidades e intereses que tiene la persona, no solo a nivel individual, sino también colectivo, porque cada grupo social conforma un conjunto de normas, creencias, aspiraciones y valores que transmite a sus miembros.

A criterio de Escobar (1994, p. 61), la moral es un sistema de normas, reglas o deberes que regulan las acciones de los hombres entre sí, exigidas por la sociedad a fin de estar en capacidad pertenecer a ella. Un hombre moral es aquel que vive en concordancia con las costumbres de su sociedad y cuyo castigo es la separación de ella.

Por su parte, Gómez (2000) concibe la moral, desde el punto de vista organizacional, como el sentimiento de ser aceptado y pertenecer a un grupo de trabajadores, el cual surge mediante la adhesión a fines comunes y la confianza en la conveniencia de dichos fines. Entre tanto, Ortiz (2003) considera que la moral es una consecuencia del estado motivacional, una actitud mental provocada por la satisfacción o no-satisfacción de las necesidades de los individuos. Dado que la moral se encuentra íntimamente relacionada con el estado motivacional, en la medida en que las necesidades del individuo son satisfechas por la organización ocurre una elevación de esta moral, mientras que en la medida en que las necesidades de un individuo son frustradas por la organización ocurre un descenso en ella. Por regla general, cuando la moral está baja es porque las necesidades individuales encontraron barreras externas o internas que impiden su satisfacción y esto provoca frustración. Así, se establece la distinción:

- *La moral elevada.* La acompaña una actitud de interés, identificación, fácil aceptación, entusiasmo e impulso positivo, en relación con el trabajo. Por lo general, marcha de forma paralela a la disminución de los problemas de supervisión y disciplina. La moral elevada desarrolla por cuanto se apoya en una base psicológica en la que predomina el deseo de prevalecer y la satisfacción de trabajar

en grupo. Depende, invariablemente, del clima de relaciones humanas que se desarrollan dentro de una organización, sobre todo, cuando la organización formal permite un adecuado ajuste con la organización informal, y cuando las comunicaciones de muy buena calidad y el nivel de supervisión son satisfactorios.

- *La moral baja.* La acompaña una actitud de desinterés, negación, rechazo, pesimismo y apatía con relación al trabajo y, por lo general, supone problemas de supervisión y de disciplinas. Así, la moral es una consecuencia del grado de satisfacción de las necesidades individuales (véase la figura 3).

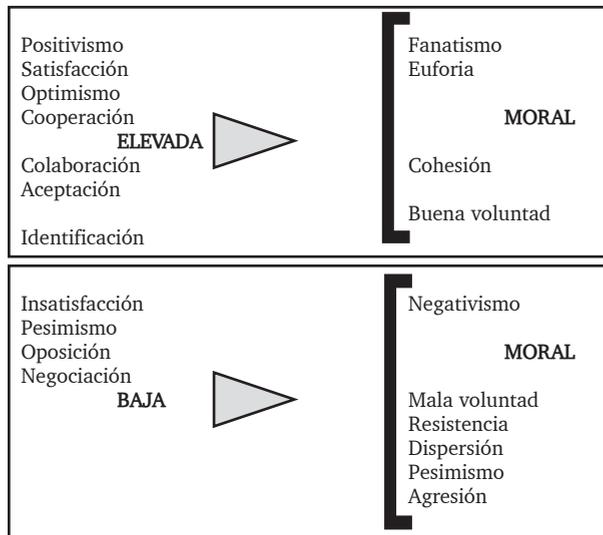


Figura 3. Niveles de la moral y algunas actitudes resultantes.
Fuente: Ortiz (2003)

El comportamiento, las actitudes, las creencias y los valores del individuo se basan firmemente en los grupos a los cuales pertenece. El grado de agresividad o de cooperación de una persona, su grado de autoconfianza, su energía y su productividad en el trabajo, sus aspiraciones, su opinión sobre lo que es verdadero y bueno, sus amores u odios y sus creencias y prejuicios, todas esas características las determina en alto grado el grupo al que pertenece el individuo. Esas características son propias de grupos y de relaciones entre personas (Ortiz, 2003).

La honradez, la honestidad, la dignidad y el valor propio de cada persona, la justicia, la equidad, la bondad, la compasión en las relaciones humanas y la aceptación de las personas tal cual son, sin discriminarlas, entre otros, determinan los principios y los patrones de vida que sustentan la personalidad. Estos pueden calificarse como principios morales. La moral forma parte de la vida concreta, trata de la práctica real de las personas que se expresan por costumbres, hábitos y valores aceptados. Una persona es moral cuando obra conforme a las costumbres y valores establecidos que, eventualmente, pueden ser cuestionados por la ética. Una persona puede ser moral (sigue las costumbres) pero no necesariamente ética (obedece a principios) (Boff, 2003).

Principios éticos

Certo (2001) comenta que el estudio de la ética en administración puede analizarse desde diferentes perspectivas. Tal vez el enfoque más práctico es ver la ética como un catalizador para que los gerentes realicen acciones socialmente responsables. De acuerdo con Robbins (2005), el término *ética* normalmente se refiere a las reglas o principios que definen una conducta buena o mala. El hecho de que un gerente actúe con ética o sin ella es resultado de una interacción compleja entre la etapa de desarrollo moral del gerente y distintas variables moderadoras que incluyen características individuales, el diseño estructural de la organización, la cultura de esta y la intensidad notoria del problema ético.

Según Boff (2003), ética y moral no son sinónimas. La ética es parte de la filosofía y considera concepciones de fondo, principios y valores que orientan a personas y sociedades. Se dice que una persona es ética cuando se orienta por principios y convicciones, de manera que tiene entonces carácter y buena índole. La moral trata de la práctica real de las personas que se expresan por costumbres, hábitos y valores aceptados, cuando obran conforme a las costumbres y valores establecidos que pueden ser cuestionados por la ética.

Escobar (1994), por su parte, señala las relaciones y las diferencias entre ética y moral, y destaca que el objeto de la ética es la moral. Las relaciones que existen entre ellas se homóloan a la relación que guarda una ciencia con su objeto de estudio. La ética necesita de la moral para sacar sus conclusiones, a fin de explicarla y así elaborar sus hipótesis y teorías; esto

no significa que la tarea de la ética consista en inventar o crear la moral. Con relación a las diferencias entre ellas, puede mencionarse que la ética no crea su objeto sino que se limita a reflexionar sobre él, sin embargo, no puede prescindir de la historia de la moral concreta, pero esto no significa que se pueda confundir con ella.

Al respecto, Guédez (2006) afirma que la ética es una conjugación de autoestima, solidaridad y participación. La autoestima porque es la capacidad de amarse a sí mismo, la solidaridad porque ayuda a evitar sentimientos de vacío y sensaciones de oquedad y la participación que es asumir decisiones y acciones armonizadas con lo que se cree y con lo que se proclama. Por su parte, Vega (2005) reflexiona al señalar que la responsabilidad social corporativa se vincula a la creencia en valores éticos. Estos guían la conducta empresarial de cada compañía y la relación que desarrolla con su entorno, es decir, con la comunidad. Entre estos valores se tienen los derechos humanos, el bien común, la solidaridad, la transparencia, la probidad, la honestidad y el desarrollo, que no solo se ejecutan al cumplir las leyes vigentes, sino que debe implicar el desarrollo de iniciativas por parte de quienes pretenden asumir esta responsabilidad, de modo que actúen de forma propositiva y proactiva.

Es importante señalar que todos los integrantes de las instituciones deben tener en cuenta los elementos de la ética, además de ser conscientes de la realidad del entorno que les permita tomar las decisiones más adecuadas a la situación, e integrar así los valores y las normas, entre otros. Al respecto, Davis (2000) considera que la ética en una sociedad influye en todas sus acciones, a pesar de que rara vez esta realidad penetra en sus pensamientos conscientes. Con esto pretende significar que los valores determinan lo que las personas consideran correcto e incorrecto, así como sus preferencias en la manera de ser dirigidos.

Por su parte, Román (2008) reflexiona y refiere que la responsabilidad social se enlaza con los valores éticos, los cuales orientan la gestión empresarial de cada sociedad y la correspondencia que ella desarrolla con su entorno, es decir, con la comunidad. Entre estos valores se tienen la solidaridad, los derechos humanos, la transparencia, la honestidad y el desarrollo, entre otros, que ejecutan al cumplir las leyes vigentes, e implican el desarrollo de propuestas por parte de los que pretenden tomar esta responsabilidad, y actuar así de forma propositiva y proactiva.

La transparencia hace parte de la ética que todo empresario debe tener, pues los métodos transparentes permiten a la comunidad evaluar cuán grande es el impacto de la actividad de una compañía. La transparencia es exigible cuando se trata de asuntos de interés público, como lo son, por ejemplo, la salud y el medio ambiente, entre otros. Dentro de los planteamientos señalados, se puede decir que los principios éticos permitirán que los integrantes de las instituciones educativas objeto de estudio caractericen, describan e identifiquen los componentes a robustecer o mejorar en dichas organizaciones, y estimulen así a sus miembros a ampliar y compartir sus propios puntos de vista.

Calidad del servicio

Kotler (2005) define la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes.

Esta definición de calidad se encuentra claramente centrada en el cliente. El autor destaca un conjunto de necesidades, requisitos y expectativas de los clientes, y que la institución debe proporcionar calidad a su producto. Asimismo, el servicio tiene que superar las expectativas de los clientes. Por tanto, una institución que arregle en todo momento para satisfacer la inmensa mayoría de las necesidades de sus clientes es una institución que proporciona una calidad excelente.

A su vez, Stoner y Freeman (1997) consideran que la calidad en el centro de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la media y de buen precio. Ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez mejores, a precios cada vez más competitivos, lo que supone hacer las cosas bien desde la primera vez, en lugar de cometer errores y después corregirlos.

La necesidad de analizar la calidad de los servicios surge de la filosofía de empresa, según la cual un cliente se siente satisfecho cuando recibe un producto o servicio con la calidad esperada por él, y un cliente satisfecho es clave para alcanzar los objetivos de la organización. Al respecto, Zuleta, Clemenza y Araujo (2014) expresan que un servicio de buena calidad comprende la disminución de la brecha entre las expectativas y las percepciones de los clientes, es decir, mientras la percepción del servicio prestado supere las expectativas del cliente, mayor será la fidelidad de este hacia la orga-

nización. En este mismo orden de ideas, Ciampa (1992), citado por Chías (1995, p. 50), considera que la calidad se refiere a las acciones que se realizan en la búsqueda de la satisfacción de las expectativas y las necesidades del cliente.

Por otra parte, Kotler (2005) expone que, dentro de la empresa, los sistemas de gestión han servido para establecer las reglas de funcionamiento dentro de una determinada actividad, pues se han establecido las políticas básicas, las responsabilidades y los procedimientos. Se ha hablado y trabajado en los últimos años, fundamentalmente, sobre los sistemas de gestión de la calidad, pero recientemente se encuentran frente al decisor también otros dos sistemas: los sistemas de gestión medioambiental y los de prevención de riesgos (también llamado de “seguridad y salud ocupacional”). Constituyen ambos los pilares de la responsabilidad social de la empresa (RSE).

Conceptualmente, agrega Kotler, el objetivo de una organización debe orientarse hacia la denominada “calidad global” o “total” que va más allá del anterior. Es integrador y, por tanto, asume la calidad de productos y procesos, la calidad en el diseño y en el proyecto, la calidad medio ambiental, la calidad de gestión y, por supuesto, la calidad de vida laboral, como partes esenciales de un todo. Así, se puede afirmar que los planteamientos esenciales de la cultura de la calidad de la gestión ambiental y de la prevención son en gran medida coincidentes. Tanto la prevención como la calidad empiezan por la dirección. Solo si la dirección está comprometida, y este compromiso se muestra, además de con palabras, con hechos y con el ejemplo, se logrará el éxito. Comenta también que la prevención y la calidad son un proyecto permanente, y las metas no pueden ser estáticas; los sistemas deben estar inmersos en un proceso de mejora continua.

Asimismo, Zeithalm y Bitner (2002) enfatizan que la calidad del servicio está dada por las valoraciones que hace el cliente con base en sus percepciones con respecto a múltiples factores tales como la confianza, la responsabilidad, la seguridad, la empatía y los tangibles. Por otra parte, Berlinches (2002) analiza la calidad de servicio como las características, los actos y la información que aumenta la capacidad del cliente para materializar el valor potencial de un servicio esencial. Al tomar en cuenta estas definiciones de los diversos autores que se citaron, se puede agregar que la calidad de servicio solo se logra cuando existe una relación entre las expectativas del cliente y el servicio prestado por las organizaciones. Por tanto, se traduce en lo que desea la clientela.

De esta manera, con el pasar del tiempo, los clientes se han vuelto mucho más exigentes. Sin embargo, la percepción de la calidad varía según el cliente y no es la misma para el comprador que para el proveedor. De allí la importancia de la percepción de los clientes sobre el servicio. La calidad de servicio es definitivamente determinada por los clientes, ya que son sus expectativas las que cuentan. Asimismo, esta se evalúa en tres factores como lo son el desempeño, la atención que se presta y el costo de cada producto o servicio.

Así, se puede afirmar que los planteamientos esenciales de la cultura de la calidad de la gestión ambiental y de la prevención son, en gran medida, coincidentes. Tanto la prevención como la calidad empiezan por la dirección. Solo si la dirección está comprometida, y este compromiso se muestra además de con palabras, con hechos y con el ejemplo, se logrará el éxito. Además, la prevención y la calidad son un proyecto permanente, y las metas no pueden ser estáticas: los sistemas deben estar inmersos en un proceso de mejora continua.

Programas de responsabilidad social empresarial

Según lo indicado por Koontz y Weihrich (2006), los programas de responsabilidad social pueden ser un apoyo dirigido a los beneficiarios externos, en este caso las comunidades, el cual se puede definir como un conjunto de metas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos por emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado; de manera habitual estos programas se apoyan en presupuestos. Un programa prioritario puede requerir de muchos programas de apoyo. Es importante recalcar que todos los programas demandan coordinación y oportunidad, ya que una falla en cualquier parte de la red del programa de apoyo representaría demoras en el programa principal y costos innecesarios, así como pérdidas de utilidades, lo que se considera que es necesario evitar a toda costa.

En el caso de los programas de responsabilidad social, Cajiga (2005) señala que deben sustentarse en los valores expresados por la empresa y se deben plasmar en un conjunto integral de políticas. De lo contrario, se caería en el riesgo de implementar prácticas que, si bien son socialmente responsables, al no responder a un mandato y una cultura institucionales están en peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura,

crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa. Un elemento adicional y fundamental es que la responsabilidad social deben apoyarla e incentivarla los altos mandos de la organización. Por tanto, la responsabilidad social empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente, lo que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos y, con esto, ser sustentablemente competitiva.

Educación

De acuerdo con Gómez (2005), con la finalidad de cumplir con la responsabilidad social, las instituciones desarrollan programas enfocados en la educación e intentan así abarcar todos sus niveles, desde la etapa inicial hasta la profesional. Esto se puede lograr a través del apoyo económico a escuelas, institutos, universidades y centros de educación profesional para su mantenimiento, dotación de equipos, mobiliario e insumos. Otra manera en la que contribuyen con esta área social es mediante el patrocinio a eventos pedagógicos y formativos, entre los que se pueden mencionar foros, seminarios y simposios, entre otros.

Cultura

El mismo autor considera que la más valiosa inversión destinada a la cultura se realiza a través del apoyo a fundaciones con sus programas de música, teatro y danza, entre otros. De igual forma, se puede contribuir a esta área a través del mantenimiento de centros culturales, mediante el apoyo de la publicación de libros y producción de eventos, así como de actividades que difunden la cultura y las artes.

Salud

Al respecto, Gómez (2005) expresa que todas las instituciones pueden intervenir en salud, lo cual se puede ver reflejado con la dotación de medicamentos y equipos a hospitales o centros asistenciales. De igual forma, se puede apoyar a las instituciones que atienden a pacientes con enfermedades crónicas, como, por ejemplo, el sida y cáncer.

Deporte y recreación

En este sentido, Gómez (2005) señala que con los programas de responsabilidad social las instituciones pueden apoyar el deporte y la recreación a

fin de brindarle a los niños, las niñas y los jóvenes del país oportunidades para su desarrollo psicosocial mediante la dotación y el acondicionamiento de instalaciones deportivas públicas. Asimismo, los miembros de las organizaciones deben recibir apoyo para la práctica y el entrenamiento de varias disciplinas deportivas.

Fortalecimiento institucional

De acuerdo con Gómez (2005), el fortalecimiento institucional representa un programa de responsabilidad social mediante el respaldo a las organizaciones del sector público, privado y comunitario, lo que se materializa a través de la ayuda financiera a instituciones con fines sociales que emiten sus solicitudes a fin de estar en capacidad de darle continuidad a su gestión.

Aporte a los empleados

Según Gómez (2005), el fortalecimiento del capital humano que integra las instituciones es de gran importancia en el desarrollo de la responsabilidad social, por tanto, se deben solidarizar con las necesidades de los empleados para brindarles apoyo, en especial a fin de cubrir gastos extraordinarios en las áreas de salud y educación.

El balance social

Cada vez es más imperiosa la necesidad de informar sobre las consecuencias sociales del accionar de la empresa tanto interna como externamente. Es necesario, entonces, según Montes (2006), implementar como política empresarial un sistema de información que abarque las etapas de planificación, procesamiento, evaluación, control y exposición referidas a la gestión social de la empresa; es decir, un subsistema dentro del sistema de información del ente. Esta información que se presenta a través de distintos modelos y amplía la que producen los estados contables tradicionales se realiza por medio de informes denominados genéricamente “balances sociales”, por analogía con los contables.

Desde otra óptica, Montes (2006) sostiene que consiste, básicamente, en reunir y sistematizar la información del área social en un documento público, en el cual se pueden cuantificar los datos mediante el elemento básico del balance social que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información –lo más amplio, preciso y objetivo posible– constituye

un balance social. A fin de implementar el balance social en una institución se hace necesaria la existencia de una política social, de modo que se reconozca su responsabilidad social como filosofía y se fijen así los parámetros dentro de los cuales se desarrollan las acciones tendientes al cumplimiento de esa responsabilidad tanto interna como externa.

Hoy, más que nunca, resulta indispensable para el desarrollo de la empresa emplear técnicas y procedimientos participativos transparentes que tengan como principal objeto observar, registrar y controlar el cumplimiento de las metas sociales establecidas por ella en cualquiera de sus ámbitos. Asimismo, dar a conocer la situación general de la institución, su historia, la responsabilidad social, evaluar crítica y constructivamente los resultados de los programas que buscan el mejoramiento del nivel de vida laboral y personal de los empleados, dar a conocer su aporte al desarrollo de una región o ciudad, identificar las características sociodemográficas de su equipo humano, las necesidades, las carencias y los satisfactores.

El desarrollo sostenible se entiende como las prácticas que aseguran el manejo de los escasos recursos del planeta, de tal manera que su uso y consumo no restrinja el uso y consumo de generaciones futuras. Esto no quiere decir que los recursos deben quedar intactos, sino que su consumo debe, en la medida de lo posible, preservarlos o bien transformarlos de tal forma que la calidad de vida de las generaciones futuras no se vea disminuida. En efecto, se podría alegar que desarrollo sostenible es un concepto agregado aplicable a las actividades del conjunto de las empresas, gobiernos y demás habitantes del planeta; de hecho, para una institución solo se podría hablar de su contribución a la sostenibilidad global. La responsabilidad social se refiere al conjunto de prácticas que hacen esa contribución.

Comportamiento ético en los negocios

El comportamiento ético en los negocios, de acuerdo con Alesandria (2010), consiste en involucrarse en prácticas honestas y transparentes, establecer altos estándares de comportamiento para los empleados y ejercer un control ético en los niveles ejecutivos, de modo que se actúe con coherencia. De acuerdo con Hellriegel (2009), el comportamiento ético en los negocios consiste en mantener el respeto por todos los integrantes de las instituciones, así como proporcionarles entornos de trabajo apropiados y un lugar seguro que constituya un ambiente y una atmósfera conveniente.

Además, mediante el comportamiento ético se colabora con el desarrollo económico, de manera tal que contribuye con la calidad de vida de la comunidad y la sociedad.

En este orden de ideas, se puede decir que el comportamiento ético en las instituciones resulta de interés no solo porque un comportamiento no ético perjudicaría a los miembros de la organización, al medio ambiente, al trabajador o a la comunidad, sino también porque, en el largo plazo, el desempeño no ético compromete innecesariamente la existencia de la institución.

Compromiso con los grupos de interés

Según Alesandria (2010), el compromiso con los grupos de interés consiste en mantener un diálogo genuino que explicita los valores de una institución con respecto a la comunidad, de manera que se invierta en ella y se impulse una relación recíproca entre esta, la corporación y los consumidores, así como al respetar sus derechos, ofrecer productos, entregar servicios de alta calidad, proveerles la información verdadera y proyectarlos hacia una calidad de vida útil.

También considera la misma autora que se debe mantener una excelente relación con los empleados y promover un entorno de trabajo amigable, involucrarse en una gestión de recursos humanos responsable, establecer un sistema de remuneraciones y recompensas equitativos, mantener con ellos una comunicación abierta e invertir en el desarrollo de las personas. Así, por parte de los inversores, al brindar un adecuado retorno sobre la inversión, y por parte de los proveedores al involucrarse con ellos en prácticas de comercio transparentes.

Por su parte, Strandbert (2010) indica que al tratar de grupos de interés o de partes interesadas se hace referencia a las personas o grupos de personas que tienen impacto en, o se ven afectados por las actividades, los productos o los servicios de una empresa (u otra organización). Establecer un compromiso (*engagement*) con los grupos de interés supone una variedad de acciones y esfuerzos para comprender e involucrar a estos grupos en las actividades y la toma de decisiones de una compañía.

De este modo, se puede describir el compromiso con los grupos de interés como el conjunto de acciones desarrolladas por la empresa con el

fin de reconocer, a sus partes interesadas, el derecho a ser escuchadas. Este derecho no implica que la empresa tenga que satisfacer las preocupaciones de todos los grupos de interés, aunque sí supone que debe responder a los cuestiones planteadas por ellos e incluirlas en el desarrollo estratégico y operacional de la misma organización, al ser esta la principal interesada en aportar al beneficio de sus trabajadores.

El hecho de mantener un diálogo continuo con los grupos de interés lleva consigo la posibilidad de estar en capacidad de identificar nuevos temas que puedan influir en las condiciones tanto para la empresa como para el mercado en general, ya que el conocimiento y los recursos de los grupos de interés puede ayudar a la empresa en la mejora y la innovación de sus procesos y de sus productos o servicios, lo que se traduce en una ventaja competitiva si se integran en la planificación y otras actividades principales que la empresa considere necesarias.

Compromiso con el ambiente

De acuerdo con Alesandria (2010), el compromiso con el medio ambiente consiste en diseñar políticas de desarrollo sustentable y moderar el impacto ambiental negativo que genera a través de programas de reciclaje, tratamiento adecuado de residuos o auditorías ambientales, entre otros. Tal y como avala la certificación en la norma ISO 14001, las instituciones deben desarrollar su actividad con especial énfasis en el cuidado responsable del medio ambiente.

De allí que el compromiso adquirido por las organizaciones conlleva a realizar auditorías anuales que certifiquen que sus acciones van orientadas hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas en materia medioambiental, y que el desarrollo de su actividad se realiza de forma respetuosa con el medio ambiente. A fin de incidir en el impacto medioambiental de la organización, se desarrollan acciones que promuevan conductas responsables y permitan cumplir con la filosofía del grupo en lo que al cuidado del medio ambiente se refiere.

Según Trujillo y Vélez (2006), bajo el concepto de sostenibilidad se ha tratado de avanzar hacia un cambio radical en el modelo adoptado por el hombre para su desarrollo económico, en busca de lo que hoy es una necesidad para la supervivencia: un mejor equilibrio entre la sociedad y el medio ambiente. Concientes de esto, surge la necesidad de plantear estrategias a

largo plazo y acciones integradas que permitan atender los problemas ambientales al integrar los objetivos de desarrollo al medio ambiente.

De forma paralela a la concepción de que la protección y la conservación del medio ambiente es un elemento estratégico de competitividad se debe cambiar la forma en que se solucionan los impactos ambientales generados por la actividad empresarial. La forma tradicional es la de brindar soluciones al final del tubo por medio de acciones reactivas y puntuales, fundamentadas en sistemas de tratamiento y no pocas veces basadas en la dilución como solución a la polución y la transferencia de residuos a la atmósfera y a los cuerpos de agua.

En ese contexto, de acuerdo con Arsuaga, Tamayo y Vicente (2007), conscientes de la importancia de la inclusión de la variable ambiental en la estrategia empresarial, algunas empresas –las más comprometidas y con vocación de liderazgo medioambiental– están incorporando instrumentos, metodologías y sistemas de gestión ajustadas a la denominada *triple botton line* (desarrollo económico, social y medioambiental).

Técnicas y métodos de la investigación

En este apartado se especifica la metodología que se siguió para llevar a cabo las investigaciones. En relación con esto, el libro lo conforman la recopilación de tres diferentes estudios o casos ubicados en diversos contextos con respecto a la responsabilidad social:

- *Caso 1.* Sector del área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira.
- *Caso 2.* Responsabilidad social empresarial externa de las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú de La Guajira.
- *Caso 3.* Responsabilidad social en universidades públicas autónomas de La Guajira.

En este sentido, se explicitan los procedimientos que caracterizan el desarrollo de la investigación y permiten precisar las acciones requeridas para el logro de los objetivos establecidos en cada caso. Estas acciones revelan, por tanto, el recorrido metodológico que –según Méndez (2006, p. 228)– “debe corresponderse al nivel de profundidad a que se quiere llegar en el conocimiento propuesto, al método y a las técnicas que han de utilizarse en la recolección de la información”. Debido, entonces, a que los dos primeros se enmarcan dentro del paradigma cuantitativo y el tercero se fundamentó en el paradigma cualitativo, se detalla a continuación la metodología seguida para cada caso.

Paradigma de investigación

La ciencia contempla diferentes concepciones, costumbres y tradiciones que constituyen reglas de juego por las cuales se orienta la labor investigativa y se conoce este conjunto de reglas como “paradigmas”. En este sentido, un paradigma constituye un cuerpo de creencias, reglas y procedimientos

que definen cómo se debe hacer ciencia; son estos los modelos de acción para la búsqueda del conocimiento, entre los que se destacan para ese logro, según Méndez (2006), diferentes enfoques epistémicos.

En realidad, no existe producción de conocimientos que solo aborde cantidades y excluya las cualidades ni viceversa. El mundo contiene aspectos cuantitativos indisolublemente mezclados con aspectos cualitativos, de tal modo que resulta imposible reconstruirlo atendiendo solo a uno de los dos aspectos.

La única diferencia se encuentra en el lenguaje. Por tanto, las investigaciones consideradas, orientadas al abordaje de la responsabilidad social, se fundamentaron en ambos paradigmas (cuantitativo, basado en el lenguaje lógico-matemático, y cualitativo, fenomenológico-interpretativo); es decir, para la obtención de datos y su validación se utilizaron patrones empíricos y cualitativos tales como pautas para sistematizar los eventos observados y los resultados obtenidos.

Metodología aplicada para los casos 1 y 2 (empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal y empresas productoras de energía eólica)

Paradigma cuantitativo

De acuerdo con Flores (2005, p. 3), los estudios enmarcados dentro del paradigma cuantitativo pretenden explicar la realidad mediante experiencias observables y, en la medida que se crean los conocimientos, se organizan, se describen y se fundamentan en el propósito de deducir proposiciones teóricas y reforzarlas con enunciados, es decir, buscan caracterizar situaciones para apoyarlas con teóricos propuestos por diversos autores.

Se caracteriza este paradigma por la no intervención de los valores en las concepciones científicas, lo que supone la neutralidad (esto es, objetividad), a la que contribuye también la independencia entre el objeto de investigación, los sujetos y las organizaciones, entre otras, y hasta el propio investigador –quien permanece al margen de los fenómenos estudiados y de los datos (perspectiva desde fuera)–, es decir, no se producen mutuas influencias.

Con respecto a este paradigma, Del Rio (2013) refiere que sigue un proceso muy estructurado para someter a prueba la teoría a través de la

verificación y la contrastación de las hipótesis formuladas, hipótesis que son guías del proceso investigador. Este proceso se ajusta a un modelo teórico en el que el diseño de investigación es empírico y se ensambla dentro del modelo hipotético-deductivo de la ciencia.

Tipo y diseño de la investigación

En atención a lo referido, los dos casos desarrollados dentro del paradigma cuantitativo positivista se asumieron como de tipo descriptivo, el cual, según Tamayo (2007), trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. Adicionalmente, señala que el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce en el presente.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 76) se refieren a los estudios descriptivos como aquellos en los que “se selecciona una serie de cuestiones y se miden cada una de ellas independientemente para así describir lo que se investiga”; de igual forma, señalan que este tipo de investigación no se encarga de la comprobación de hipótesis sino de la descripción de los hechos a partir de un razonamiento, el cual luego se confronta con los supuestos teóricos previamente fundamentados.

De igual forma, Méndez (2006 p. 230) indica que los estudios descriptivos dan cuenta de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, así como su interrelación, las formas y las conductas que identifican las unidades de investigación o las personas que se encuentran en el universo de estudio, establece comportamientos concretos, describe y comprueba la asociación entre variables de investigación. En este tipo de estudio se acude a técnicas específicas en la recolección de información, tales como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. De acuerdo con lo planteado, la presente investigación fue de tipo descriptiva, ya que recolecta toda la información necesaria para analizar la responsabilidad social en La Guajira, Colombia.

Por otra parte, en lo que respecta al diseño de la investigación, se asumió como de tipo no experimental, transeccional y de campo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la investigación de tipo no experimental se realiza sin manipular de forma deliberada la variable, de manera que los fenómenos se observan tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos. De igual modo, se consideró de tipo transeccional por-

que los datos se recolectaron en un solo instante y en un tiempo único, y su propósito fue describir la variable con el fin de analizarla y relacionarla. Al respecto, Méndez (2006) expresa que en este tipo de estudio las variables se miden una sola vez, es decir, en un momento dado, sin pretender evaluar su evolución.

Por último, se tipificó como de campo debido a que el levantamiento de la información se realizó directamente en el medio en que se desenvuelve el fenómeno o hecho de estudio. Este tipo de investigación también se conoce como investigación “*in situ*”, ya que se efectúa en el propio sitio donde se encuentra situado el objeto de estudio. Al respecto, Chávez (2007) expone que una investigación es de campo cuando los datos son obtenidos de forma directa, es decir, se construye la delimitación del diseño con informaciones que se recogen de la realidad, con el propósito de explicar y analizar su ocurrencia.

Población, muestra y muestreo

La población se refiere a los sujetos involucrados directamente con la investigación. En términos teóricos, se encuentra definida por Chávez (2004; p. 164) como “el universo sobre el cual se generalizan los resultados del estudio”; la población se convierte así en el punto central del proceso de recolección de datos, ya que le permite al investigador socavar información relevante sobre las variables objeto de estudio. Al respecto, Hernández et al. (2010, p. 239) agregan que una población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Se entiende, entonces, la población como el total de individuos o el universo de la investigación sobre la cual se pretenden generalizar los resultados.

En atención a este planteamiento, la población a estudiar se ubicó para los dos primeros casos en ámbitos organizacionales y contextuales diferentes. De esta manera, para el Caso 1 estuvo conformada por la comunidad en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en la La Guajira, como lo son Manaure, Maicao y Uribia (véase la tabla 3).

Según refiere Chávez (2007), una población se considera finita cuando está constituida por menos de 100 000 sujetos. Por tanto, según se observa en la tabla 3, la población se consideró infinita por exceder las 100 000 unidades. En este sentido, se seleccionó una muestra con la aplicación de la fórmula para poblaciones infinitas propuesta por Sierra Bravo:

Tabla 3

Distribución de la población. Caso 1: comunidad en el área de influencia de las empresas salineras en La Guajira

Municipio	Número de habitantes
Manaure	103 961
Uribia	174 287
Maicao	157 054
Total población	435 302

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

$$n = \frac{Zv^2 * p * q}{e^2} \quad (1)$$

Donde:

n = número de elementos que debe poseer la muestra.

Zv = puntuación correspondiente al riesgo v que se haya escogido.

v = riesgo o nivel de significación.

p = % estimado.

q = 100-p.

e = error permitido.

Al considerar las características de la fórmula para poblaciones infinitas, con un riesgo del 5%, $v = 0,05$ ($Zv = 1,96$), el número de elementos óptimos de la muestra, estimando que la proporción de sujetos poseen las características al nivel de confianza del 99,7% (3Φ), y un error de estimación del 2%, es:

$$n = \frac{3^2 * 50 * 50}{2^2} = 5625 \text{ Habitantes}$$

Luego se procedió a aplicar el muestreo aleatorio estratificado simple utilizando la fórmula de Shiffer, presentada por Sierra Bravo (1998). Esto en razón a que en este muestreo cada uno de los habitantes de los municipios objeto de estudio tienen la misma posibilidad de ser seleccionados y formar parte de la muestra. De acuerdo con Hernández et al. (2010, p. 247), el muestreo es aquel que permite tomar “subgrupos en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra por cada estrato”. De igual

forma, exponen que la estratificación o muestreo aumentan la precisión de la muestra e implica el uso probabilístico, pues cada sujeto tiene la misma oportunidad de ser seleccionado ante diferentes tamaños de muestra por estratos y ser analizado de forma efectiva.

$$n = \frac{n h}{N} n \tag{2}$$

Donde:

n = estrato de habitantes a determinar de cada municipio.

nh = tamaño de población del estrato.

n = muestra.

N = población.

Después de la estratificación se obtuvo la siguiente cantidad de habitantes por cada una de los municipios:

$$\text{Municipio Manaure} = \frac{n h}{N} n = \frac{103\ 961}{435\ 302} 5625 = 1343 \text{ Habitantes}$$

$$\text{Municipio Uribia} = \frac{n h}{N} n = \frac{174\ 287}{435\ 302} 5625 = 2253 \text{ Habitantes}$$

$$\text{Municipio Maicao} = \frac{n h}{N} n = \frac{157\ 054}{435\ 302} 5625 = 2029 \text{ Habitantes}$$

Tabla 4

Distribución de la muestra. Caso 1: comunidad en el área de influencia de las empresas salineras en La Guajira

Municipio	Número de habitantes
Manaure	1343
Uribia	2253
Maicao	2029
Total muestra	2625

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, para el Caso 2 se consideraron dos poblaciones. La primera corresponde a diez directivos del área energética de las dos empresas que producen energía eólica en La Guajira: Empresas Públicas de Mede-

Ilín-Parque Eólico Jepírachi, y la Sociedad Prestadora de Servicios Públicos Wayúu ESP-Parque Eólico Joutkai; la segunda a los cuarenta representantes de las familias indígenas del área de influencia de estos proyectos.

En este segundo caso, como área de influencia directa a los parques eólicos se localizan las comunidades de Arutkajui (“acercándose sigilosamente” en wayuunaiki), constituida por setenta y siete personas pertenecientes al clan Epieyuu; la comunidad de Kasiwolín (como las borlas de la vestimenta wayú que tienen cola prolongada), constituida por ciento once personas de los clanes Pushaina, Uliana y Epieyuu; como área de influencia indirecta se consideró el sector indígena de Media Luna, zona de tránsito a Puerto Bolívar (principal puerto exportador de carbón colombiano y de ingreso de equipos para el parque eólico), el cual está conformado por las rancherías Kasushi (Tierra Blanca), Etkima’na (Cabeza de Perro), Aturrutchon, Casa Blanca y Kamusuchiwo’u, pertenecientes a los clanes Uriana, Epiayu, Epiayu y Pushaina, constituidas por cuarenta familias (ciento cincuenta y siete personas).

Las tablas 5 y 6 relacionan las unidades informantes de cada población, en las que la Población (1) la constituyen dos empresas (la primera con siete directivos y la segunda con tres); y la Población (2) conformada por los líderes de las cuarenta familias.

Dado que las poblaciones de las dos empresas y los líderes de las familias se consideran finitas y accesibles no fue necesario extraer una muestra, sino que se trabajó con la técnica del censo, la cual, según Chávez (2007), se utiliza cuando la población se considera finita, constituida por menos de 100 000 sujetos, y a su vez es accesible. Por tanto, se lleva a cabo un censo poblacional en el que, de acuerdo Tamayo (2007), se considera a todos los miembros de la población.

Tabla 5
Unidades informantes Población (1)

Empresa	Personas Encuestadas
Empresas Públicas de Medellín, Parque Eólico Jepírachi	7
Sociedad Prestadora de Servicios Públicos Wayúu Esp, Parque Eólico Wayúu	3
Total	10

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6
Caracterización de las poblaciones. Población (2)

Nombre de comunidades/ranchería	Personas encuestadas
Arutkajui	10
Kasiwolin	11
Kasushi	5
Etkima'na	5
Aturrutchon	4
Kamusuchiwo'ui	5
Total	40

Fuente: elaboración propia

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para los efectos de la investigación, el procedimiento que se siguió en la recolección de la información fue la observación directa extensiva (la encuesta). En este sentido, Díaz (2001, p. 13) agrega que la encuesta constituye una búsqueda sistemática de información acerca de una muestra amplia de sujetos, en la que el investigador pregunta a los investigados sobre aquellos datos que desea obtener y, posteriormente, reúne estos datos individuales a fin de obtener durante su evaluación datos agregados, lo que implica un mayor control sobre lo que se pregunta. De igual forma, Zapata (2005, p. 189) refiere que la encuesta es “un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada”.

Bajo esta perspectiva, cuando se hace referencia a la encuesta se trata de todo el proceso de investigación o de sus aplicaciones temáticas (encuesta de opinión o encuesta panel, entre otras), mientras que, por otra parte, el cuestionario se refiere al instrumento o documento en el que se muestran las preguntas o las afirmaciones, y sobre el que consignan las respuestas. Visto de esta forma, el referido autor agrega que el primer término (la encuesta) se refiere a un proceso, mientras que el segundo (el cuestionario) se refiere a un instrumento concreto. Dicho de otra manera, una de las fases del proceso de realización de la encuesta es la elaboración del cuestionario.

En función a lo referido, el cuestionario, según Méndez (2006), es un instrumento formado por una serie de preguntas que se contestan por escrito a fin de obtener la información necesaria para la realización de una investigación. Díaz (2001) agrega que el cuestionario se diseña con el propósito de medir opiniones, es decir, la idea o el juicio que alguien hace sobre una persona, un grupo o un problema. En relación con esto, el referido autor agrega que la opinión representa una toma de posición mental consciente y manifiesta sobre algo o alguien, expresada de forma verbal en relación con las creencias, los valores, las actitudes, los objetos, las situaciones o las personas, y en la cual predomina el componente cognoscitivo sobre el afectivo (caso contrario al de la medición de actitudes).

Con base en estas consideraciones, el cuestionario utilizado para el Caso 1, conformado por la comunidad en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira (Manauare, Maicao y Uribia), como medio de recolección de datos, se fundamentó en las siguientes razones: a) mayor flexibilidad y confidencialidad para contestar por parte de los entrevistados; b) ahorro de tiempo en la recolección de datos; c) mayor ausencia de distorsiones debidas al entrevistador; y d) facilidad de tabulación de los datos, producto de su aplicación y recolección.

De acuerdo con lo anterior, se construyó un cuestionario con cuarenta y ocho ítems, el cual presenta una escala de actitudes tipo Likert con preguntas de tipo estimación y, por su forma cerrada, conformada por cinco opciones de respuesta (“Totalmente de acuerdo”, “De acuerdo”, “Neutral”, “En desacuerdo”, “Totalmente en desacuerdo”), con una ponderación del cinco al uno (5-1), y una escala estadística de medición ordinal (tal como se presenta en la tabla 7). El cuestionario mide la variable *Responsabilidad social empresarial* y evalúa las siguientes dimensiones: “Dimensiones de la responsabilidad social”, “Elementos de la responsabilidad social”, “Programas de responsabilidad social empresarial” y “Balance social”.

Por otra parte, para el Caso 2 se diseñaron dos cuestionarios. El primero dirigido a directivos de las empresas con proyectos de energía eólica en La Guajira, el cual se diseñó en función de sesenta ítems y con alternativas de respuesta “Siempre” (5), “Casi siempre” (4), “Algunas veces” (3), “Casi nunca” (2) y “Nunca” (1). Esto con el fin de lograr darle respuesta a los tres primeros objetivos específicos.

Tabla 7
Asignación de puntaje para las alternativas
de respuestas del cuestionario

Afirmación (+)	Opción de respuesta
5	TDA
4	DA
3	NDA/NED
2	ED
1	TED

Fuente: elaboración propia.

El segundo cuestionario, dirigido a las comunidades indígenas wayú asentadas en el entorno operativo de las empresas con proyectos eólicos, a fin de conocer los beneficios sociales que estas comunidades han recibido por parte de estas empresas como programas de responsabilidad social empresarial externa; lo constituyen preguntas con respuestas dicotómicas que recopilan la información referente a los beneficios sociales recibidos por aquellos asentados en el área de influencia de los proyectos de energía eólica. Este cuestionario se diseñó con treinta ítems y alternativas de respuesta cerradas “Sí” (2) y “No”, (1), las cuales suministraron la información pertinente.

Validez y confiabilidad del instrumento

En relación con la validez del instrumento Ruiz (2002) indica que se refiere a la exactitud con que pueden hacerse mediciones significativas y adecuadas con un instrumento, en el sentido de que mida realmente el rasgo que pretende medir. Al respecto, Ander-Egg (2003) agrega que la validez se refiere a determinar hasta qué punto los ítems de un instrumento son representativos del dominio o universo de contenido de la propiedad que se desea medir. Para tal efecto, se determinó la validez de contenido, la cual va referida al logro que este muestre de la pertinencia acerca del contenido de lo que se desea medir en el estudio y su relación con las bases teóricas consideradas, acudiendo para ello al juicio de cinco expertos conocedores de la variable en cuestión.

La validación de los instrumentos se presentó a través de un formato que detalla de manera explícita los diferentes ítems que miden las variables e indicadores de estudio. Los expertos emitieron sus recomendaciones y, posteriormente, confirmaron su validez por medio de una constancia y estamparon su firma como señal de validez.

Luego de la validez de los expertos, se determinó la confiabilidad del instrumento, la cual se entiende, según Bernal (2006, p. 214), como la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. Es decir, el instrumento arroja mediciones congruentes de una medición a otra. En definitiva, un instrumento dedicado a recoger información será fiable si produce los mismos resultados cuando se aplica en diferentes momentos, pero en iguales circunstancias, a los mismos sujetos o a otros semejantes a estos.

Para efectos de la investigación, con la finalidad de determinar la confiabilidad del instrumento y reducir el error lo más posible en su determinación se consideró el coeficiente de alfa de Cronbach. La confiabilidad obtenida por el coeficiente alfa de Cronbach comprende, de acuerdo con Gento (2012), un índice de consistencia interna cuya estimación se realiza a partir del cálculo de la correlación promedio entre los ítems de un instrumento, en la que a medida que su índice se acerca 1; esto pone de manifiesto que la confiabilidad del instrumento se aproxima a su valor máximo, cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left| 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right| \quad (3)$$

Donde:

α = coeficiente de confiabilidad.

K = número de ítems de la escala.

$\sum S_i^2$ = sumatoria de la varianza de los ítems.

S^2 = varianza de toda la escala.

Por otra parte, para la categorización del valor del coeficiente obtenido se utilizó el baremo establecido por Ruiz (2000) (Tabla 8).

En atención a estas consideraciones, para el Caso 1 se aplicó una prueba piloto a veinte habitantes de los municipios en los cuales se realiza la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira con características parecidas a la población objeto de estudio, pero que no formaron parte de

Tabla 8
Baremo para la categorización de la confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 A 1,00	Muy alta
0,61 A 0,80	Alta
0,41 A 0,60	Moderada
0,21 A 0,40	Baja
0,01 A 0,20	Muy baja

Fuente: Ruiz (2000).

esta. De acuerdo con el cálculo de la confiabilidad, se obtuvo un valor de $\alpha = 0,91$, lo que indica que el instrumento tiene una confiabilidad “Muy alta”, de acuerdo con el baremo considerado, para la variable *responsabilidad social*. Por otra parte, para el Caso 2 el valor de alfa de Cronbach fue, para el cuestionario número 1, de 0,94, y para el cuestionario número 2 de 0,92. Se concluye, de esta manera, que los instrumentos tienen igualmente una confiabilidad “Muy alta” y son aptos para su aplicación.

Técnicas de procesamiento y análisis de los datos

El análisis de datos permite al investigador procesar la información recolectada y organizarla en atención a los criterios previamente operacionalizados en el cuadro de variables. En este sentido, una vez se obtienen los datos resultados arrojados por los instrumentos se procedió a procesarlos. Según Tamayo (2007), este procedimiento consiste en encuadrar los resultados matemáticamente a través de su cuantificación y tratamiento estadístico, lo cual permitirá llegar a las conclusiones necesarias para comprobar los objetivos de la investigación. Según Chávez (2007), esta fase de la investigación requiere ser sistemática y ordenada. Para tal efecto, se utilizó la estadística descriptiva, con tablas de distribución de frecuencias y medias aritméticas, a fin de determinar el comportamiento de cada indicador, dimensión y variable.

En ese sentido, para el Caso 1 se elaboró una matriz que permitió colocar los resultados de los cuestionarios aplicados a los habitantes de los municipios en los cuales se realiza la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira. A continuación, se tabularon los datos obtenidos y se presentaron en tablas de doble entrada de acuerdo con la variable objeto de estudio y sus respectivas dimensiones. De igual forma, para la categoriza-

ción de las medias se diseñó un baremo según la categoría correspondiente, lo cual se presenta en la tabla 9.

Tabla 9
Baremo para la categorización de las medias

Valores	Categoría
1,00-2,33	Aplica deficientemente responsabilidad social
2,34-3,66	Aplica medianamente responsabilidad social
3,67-5,00	Aplica eficientemente responsabilidad social

Fuente: elaboración propia.

Para el Caso 2 se estableció como criterio de análisis la comparación de las frecuencias absolutas y relativas de cada uno de los indicadores y las medias aritméticas de las dimensiones que conforman la variable, las cuales se calcularon al dividir las sumatorias de los totales de las frecuencias con las sumatorias de $k.f$, siendo (k) los valores asignados a cada alternativa y (f) la sumatoria de las frecuencias por cada indicador.

De igual forma, se diseñó un cuadro que resume el comportamiento de cada dimensión con rangos que van de I a V y las categorías respectivas, donde I equivale a un rango con muy alta frecuencia y V con muy baja frecuencia (véase la tabla 10, “Baremo de comparación o tabla de cuentas ajustadas”). Allí se preestableció un rango, con sus respectivas categorías, el cual se calculó a partir de la longitud del intervalo que existe entre los valores asignados a cada una de las alternativas de respuesta, así: “Siempre (5), “Casi siempre” (4), “Algunas veces” (3), “Casi nunca” (2) y “Nunca” (1); luego de establecer la media aritmética para cada dimensión se determina en cuál rango queda ubicada.

Tabla 10
Baremo de comparación de los valores de las medias

Intervalos	Rango	Categorías
4,21 a 5,00	I	Con muy alta frecuencia
3,41 a 4,20	II	Con alta frecuencia
2,61 a 3,40	III	Con moderada frecuencia
1,81 a 2,60	IV	Con baja frecuencia
1,00 a 1,80	V	Con muy baja frecuencia

Fuente: elaboración propia.

Metodología aplicada para el Caso 2 (universidades públicas autónomas de La Guajira)

Paradigma cualitativo

Para el tercer caso abordado se asumió un enfoque paradigmático desde el punto de vista cualitativo. Esto en razón a que no existe un modelo exacto ni exclusivo ni puro. Aún más, la simple determinación de los modelos está signada por el modelo epistémico de quien determina los modelos. Este enfoque, según Padrón (1994), se denomina “introspectivo-vivencial, o también, por asociación, “sociohistoricista”, “fenomenológico”, “dialéctico-crítico”, “simbólico-interpretativo”, “psicologista” o “hermenéutico”, entre otros.

Bajo este enfoque, se conciben como producto del conocimiento las interpretaciones de los simbolismos socioculturales a través de los cuales los actores de un determinado grupo social abordan la realidad (humana y social, fundamentalmente). Más que interpretación de una realidad externa, el conocimiento es interpretación de una realidad tal como ella aparece en el interior de los espacios de conciencia subjetiva (de ahí el calificativo de “introspectivo”). Lejos de ser descubrimiento o invención, en este enfoque el conocimiento es un acto de comprensión.

En cuanto al segundo criterio de clasificación (lo que conciben como vías de acceso, producción y legitimación del conocimiento), en este enfoque se tiene la convicción de que la vía más apropiada para acceder al conocimiento es una especie de simbiosis entre el sujeto investigador y su objeto de estudio, una especie de identificación sujeto-objeto, tal que el objeto pase a ser una experiencia vivida, sentida y compartida por el investigador (de ahí el calificativo de “vivencial”). El conocimiento se produce en la medida en que el investigador sea capaz de “poner entre paréntesis” todos aquellos factores preteóricos e instrumentales que mediatizan la relación sujeto-objeto, de modo que pueda llegar a una captación de la verdadera esencia del objeto, más allá y por encima de sus apariencias.

En este sentido, Galeano (2004) agrega al respecto que la investigación cualitativa apunta a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso, el cual debe ser histórico de construcción a partir de las lógicas de sus protagonistas, con una óptica interna y al rescatar su diversidad y particularidad, con especial énfasis en la valoración de lo subjetivo, lo vivencial y en la interacción entre los sujetos de la investigación.

Dentro de las mismas consideraciones, Martínez (2007) refiere que la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, de su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento, y de las manifestaciones, por su propia naturaleza, dialécticas y sistémicas.

Fundamentado en estas consideraciones, el Caso 3 se consideró de corte cualitativo y se ubicó en el ámbito de educación universitaria. De allí que, a través de las entrevistas que se orientaron a los decanos y docentes de distintos programas académicos de las universidades en estudio, se obtuvo la información pertinente que sirvió de apoyo a las evidencias necesarias para el análisis de la categoría “Responsabilidad social de las universidades públicas autónomas” como objeto de estudio en la presente investigación.

Orientación metodológica del estudio

El Caso 3 se abordó a través del método etnográfico, el cual, según Martínez (2007), es el más adecuado para entrar a conocer grupos (empresa, escuela, aula) que forman un todo. En este método los conceptos de las realidades que se estudian (los roles, los valores, las normas del ambiente en que viven) se internalizan poco a poco generando regularidades que pueden explicar la conducta individual y grupal de forma adecuada. De ahí que la presente investigación exige esa visión global.

El citado autor agrega que la investigación etnografía es aquella rama de la antropología que estudia de forma descriptiva las culturas. Aunado a este concepto, se puede decir que un estudio etnográfico se apoya en la convicción de que las tradiciones, las funciones, los valores y las normas del ambiente en que se vive se internalizan de manera pregresiva y generan regularidades que pueden explicar la conducta individual del grupo de forma adecuada.

En tal sentido, Balcázar (2005) complementa que una investigación etnográfica estudia los hechos tal como ocurren en el contexto, los procesos históricos y educativos, los cambios socioculturales, las funciones, así como los papeles de los miembros de una comunidad, y se caracteriza por el uso de la observación, la cual trata de registrar lo que sucede en el lugar estudiado mediante instrumentos que complementan la información requerida.

Método etnográfico

La etnografía surgió como un concepto clave de la antropología a fin de entender mejor las organizaciones o sociedades, de manera que permite construir distintos significados de estos grupos, así sean distantes o extraños para el investigador, lo que le ha permitido reconocerlos. Al respecto, Martínez (2007) manifiesta que la etnografía permite la descripción de lo que la gente hace, sus creencias, sus valores, sus perspectivas, sus motivaciones y tradiciones, de acuerdo con el modo o el tiempo de una situación a otra. Se apoya en la convicción de que estos elementos se internalizan poco a poco y generan así regularidades que pueden explicar la conducta individual y grupal de forma adecuada. Estas definiciones coinciden en que la etnografía permite la descripción del comportamiento humano, de las formas de vida y de la estructura social del grupo investigado.

El método etnográfico clásico, según Martínez (2007), es aquella rama de la antropología que estudia de forma descriptiva las culturas. Etimológicamente, el término *etnografía* significa “la descripción” (*graphé*) del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (*ethnos*). En este sentido, se puede interpretar la etnografía como la descripción de agrupaciones, es decir, analizar, interpretar, reconstruir los escenarios y grupos desde lo que hacen, dicen y piensan las personas con lazos culturales, sociales o de cualquier otra índole, quienes intercambian visiones, valores y patrones bien sea de tipo social y cultural, o bien económico o religioso.

Por tanto, es necesario observar, describir, interpretar y comprender el fenómeno estudiado, absteniéndose de los prejuicios, los conocimientos y las teorías previas para dar a conocer la realidad. En este caso el fenómeno descrito se recoge de una manera natural, en su situación particular, sin contaminar con ninguna idea o prejuicio el propósito del investigador.

Descripción del método etnográfico

Martínez (2007) expresa que el método etnográfico se apoya en la convicción de que las tradiciones, los roles, los valores y las normas del ambiente en que se vive se internalizan poco a poco y generan regularidades que pueden explicar la conducta individual y de grupo de forma adecuada. En efecto, los miembros de un grupo étnico, cultural o situacional comparten una estructura lógica o de razonamiento que, por lo general, no es explícita, pero se manifiesta en diferentes aspectos de su vida.

Los elementos del texto etnográfico son: 1) la pregunta o problema; 2) la respuesta, explicación o interpretación; 3) los datos que incluyen evidencias para formular el problema y para darle respuesta; y 4) la organización de estos elementos (problema, interpretación y evidencia) en una secuencia argumental. De esta forma, para el proceso de investigación se consideraron las fases referidas por Martínez (2007), las cuales se especifican a continuación.

- *Selección del diseño.* Los mejores adjetivos de un diseño etnográfico son su carácter minimalista y flexible, lo que supone partir de un plan de acción suficientemente flexible y abierto para acercarse al fenómeno, la comunidad o la situación a estudiar, atender lo inesperado y recolectar la información necesaria. Algunos autores afirman que lo fundamental, como punto de partida en una etnografía, es formular una buena pregunta, determinar los objetivos de la investigación y elegir bien su ámbito. El etnógrafo debe explicitar las cuestiones que orientan la investigación etnográfica (presenta el diseño inicial y delimita el alcance de estudio). El establecimiento de estas cuestiones orienta la obtención de datos como respuesta a estas y permite que algunas adquieran de manera progresiva mayor sentido, mientras otras se modifican poco a poco a partir del análisis de la información obtenida. Así, es posible entender que la investigación etnográfica no puede ser totalmente estructurada.
- *Determinación de las técnicas.* Se refiere a la necesidad de información, la cual se debe buscar a través de las vivencias del fenómeno estudiado. La observación participante es la más importante de las estrategias de obtención de la información en etnografía. Su objetivo fundamental es la descripción de los grupos sociales y las escenas culturales a través de la vivencia de las experiencias de las personas implicadas. El etnógrafo mira, pregunta y examina. En este sentido, se pueden destacar otras técnicas de recolección de datos: a) las entrevistas, a través de las cuales se obtiene la perspectiva interna de los participantes; y b) el análisis de contenido, a fin de analizar determinados productos culturales o documentales representativos de las situaciones planteadas. Debido al carácter fenomenológico de la etnografía, las estrategias de obtención de la información favorecen la interacción social del investigador con los sujetos del escenario, lo que permite mantener la capacidad de res-

puesta y la adaptabilidad a las circunstancias, así como garantizar la información cualitativa.

- *El acceso al ámbito de investigación o escenario.* El método etnográfico se inicia con la inmersión del investigador en el escenario objeto de estudio. El escenario representa la situación social que integra personas, sus interacciones y los objetos allí presentes, a la cual se accede con el fin de obtener la información necesaria y llevar a cabo el estudio. Es por esto que la selección del escenario se realiza intencionalmente con base en el objetivo de la investigación. El siguiente paso en este proceso es el acceso a este escenario. Se trata de una etapa en la que el etnógrafo tiene que adecuar las posibles estrategias de entrada a las características de cada situación. No obstante, el “ingreso” al escenario se inicia a través de un contacto previo con algún miembro destacado. Este contacto inicial puede ser formal, a través de algún canal oficial, e informal si procede de alguna amistad personal. A partir de aquí, a fin de acceder al ámbito es conveniente usar estrategias abiertas y directas en las que se explique claramente el propósito, los objetivos y la aportación al estudio.
- *Selección de los informantes.* En esta etapa lo prioritario para el etnógrafo es establecer relaciones abiertas con quienes habrán de cumplir el papel de “informantes”. Su principal tarea es relacionarse con ellos y conseguir el *rapport* (establecimiento de un vínculo de confianza y de receptividad con ellos). A lo largo de este proceso también se seleccionarán aquellas personas a interrogar y las situaciones que se desean examinar, según la calidad y la cantidad de información. La selección de los informantes se orienta por el principio de pertinencia (quien pueda aportar mayor y mejor información). En este sentido, otro instrumento muy poderoso de la investigación es la participación en la vida cotidiana de las personas involucradas en la situación social objeto de análisis. Es frecuente que durante su trabajo de campo se procuren los “informantes claves” o personas que tienen los conocimientos, el estatus o las habilidades comunicativas especiales y que están dispuestas a cooperar con él al aportar una comprensión profunda del escenario y los conocimientos que puedan también aportar para la realización de este trabajo de campo en una visión etnográfica.

- *La recogida de datos y la determinación de la duración de la estancia en el escenario.* En este apartado la obtención de la información es el tema fundamental. El proceso normal de observación es selectivo. En el proceso etnográfico el análisis de los datos comienza en el momento en que termina cada episodio de recogida de información y la identificación de las categorías. Consiste en un chequeo o revisión continua de los datos mientras se está aún en el proceso de captura de información.

Procedimiento metodológico

Tal como se mencionó en el párrafo anterior, el método de abordaje de la presente investigación se basa en la investigación etnográfica de corte cualitativo, ya que se orienta hacia el estudio descriptivo de un grupo de personas habituadas a compartir juntas su manera de vida. Por tanto, la recolección de información se relaciona con el estado real de la categoría “responsabilidad social”, tal como se presenta en el momento de la recolección de la información, sin realizar inferencias ni verificar hipótesis.

Recolección de la información

Con la finalidad de lograr el desarrollo de los propósitos establecidos, para la recolección de la información se aplicó la observación directa intensiva a través de la entrevista, la cual, de acuerdo con Díaz (2001, p. 17), es “una conversación entre dos interlocutores con un propósito y cuya temática se refiere a una situación de interacción social que tiene lugar entre el entrevistador y el entrevistado”. El término se refiere, específicamente, al intercambio verbal entre el entrevistador y el entrevistado. Aunado a estas consideraciones, Ander-Egg (2003) agrega que la entrevista es un proceso dinámico de comunicación interpersonal en el que dos o más personas conversan para tratar un asunto.

Para efectos de la investigación, se consideró la entrevista semiestructurada con diecinueve interrogantes. Según Ander-Egg (2003), en este tipo de entrevista no existe un cuestionario al que se tenga que ajustar el entrevistador, sino que pueden existir algunas preguntas que sirvan como punto de referencia. No obstante, lo fundamental es el guión de temas y los objetivos que se consideran relevantes a propósito de la investigación, lo que otorga un amplio margen de libertad y flexibilidad para el desarrollo de la

entrevista, pero siempre en torno a cuestiones acerca de las cuales se tiene interés por recoger la información.

De igual manera, Valles (2014) indica que en la entrevista semiestructurada existe un formato abierto con preguntas generales que permiten enfocar una conversación prolongada entre el entrevistado y el entrevistador. Comprende un conjunto de preguntas y cuestiones básicas a explorar, pero ni la redacción exacta ni el orden de las preguntas están predeterminados. En este sentido, se diseñó un guión de entrevista (tabla 11) a partir de los antecedentes o referentes del marco teórico, a partir del cual se establecieron las ideas o los tópicos más sobresalientes para ser consultados, investigados y recopilados en el campo, y se realizó así una lista de categorías con estos. Para tal efecto, se tuvo la oportunidad de realizar grabaciones de audio que permitieron observar y analizar los hechos repetidas veces.

De igual forma, se utilizó otra técnica para la obtención de la información requerida como lo fue la observación no participante, la cual permitió obtener información detallada de lo que ocurrió en el escenario, así como de las situaciones complejas que se presentaron y no estaban planificadas. Se prestó atención a todos los eventos que ocurrieron en el escenario, utilizando al máximo la percepción visual, analítica, kinestésica y los sentidos con sutileza; de esta manera, se logró obtener resultados tanto confiables como verificables. La observación consistió en la descripción concreta de los procesos sociales, con el contexto; la finalidad fue captar los procesos sociales en su integridad, siempre en función de cierto sentido común sobre lo que es relevante para los problemas planteados en la investigación.

En ese sentido, la recogida de información y de la acción estuvieron contextualizadas en relación con la descripción de quienes estaban presentes, dónde, en qué momento y bajo qué circunstancia se produjo la acción, ya que en el momento del análisis, cuando se obtuvo la información, se categorizaron y se compararon casos, para lo cual fue crucial distinguir la circunstancia que envuelve cada actividad.

Para esto se tuvo como soporte teórico los planteamientos de Hammersley y Atkinson (2001), quienes refieren que un guión elemental que se puede usar para guiar la elaboración de registros de campo debe contener los siguientes elementos: a) espacio: el lugar o los lugares físicos; b) acto: la gente implicada; c) actividad: una serie de acciones relacionadas entre sí que las personas realizan; d) objeto: las cosas fijas que están presentes; d)

Tabla 11
Guión de entrevista

	Propósitos específicos	Subcategoría	Pregunta	Unidades de análisis
Responsabilidad social	Analizar las dimensiones de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.	Dimensiones de la responsabilidad social	¿Hacia qué áreas están dirigidos los esfuerzos de la responsabilidad social de la institución? ¿Se han establecidos acciones a favor del medio ambiente?	Económicas Medioambientales Sociales
	Identificar los elementos de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.	Elementos de la responsabilidad social	¿Cuáles considera usted son los elementos de la responsabilidad social? ¿Dónde están plasmados los elementos de la responsabilidad social?	Normas Valores Morales Principios éticos Calidad del servicio
	Describir los programas de responsabilidad social en universidades públicas autónomas.	Programas de responsabilidad social empresarial	¿Cómo impulsa la institución los programas de responsabilidad social? ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?	Educación Cultura Salud Deporte y recreación Fortalecimiento institucional Preservación ambiental
	Analizar el balance de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas	Balance social	¿Qué concepto tiene del balance social en la universidad? ¿Qué aspectos considera debe contener el balance social? ¿Cuáles son los grupos de interés de la universidad? ¿De qué manera se presentan los resultados de la responsabilidad social?	Comportamiento ético en los negocios Compromiso con los grupos de interés Compromiso con el medio ambiente

Fuente: elaboración propia.

acto: una determinada acción; f) acontecimiento: una serie de actividades relacionadas entre sí que la gente lleva a cabo; g) tiempo: las secuencias que se desarrollan en el transcurso del tiempo; h) fines: las metas que la gente intenta cumplir; e i) sentimiento: las emociones sentidas y expresadas.

En este orden de ideas, los instrumentos utilizados para recolectar la información fueron grabaciones de audio, la entrevista semiestructurada, las observaciones participantes y la revisión documental, las cuales se confrontarán a través de la técnica de triangulación con la teoría expresada en el momento II.

Validez y confiabilidad del guión de entrevista

Martínez (2007) indica que los índices de confiabilidad de las investigaciones cualitativas deben calcularse mediante el nivel de concordancia interpretativa entre diferentes observadores, evaluadores o jueces que tengan experiencia acerca del fenómeno a estudiar.

Estos índices pueden alcanzarse al seguir un conjunto de fases que el investigador debe considerar desde el momento de la elaboración del instrumento hasta el cálculo de su confiabilidad. Para esto, en la elaboración del instrumento de recolección de información de naturaleza cualitativa, el investigador debe adoptar un enfoque filosófico-axiológico y ontológico que permita estudiar la relación del hombre dentro de su sistema (lineal), con los otros sistemas que conforman su universo (no lineal), así como con la realidad humana, contextualizada de forma espacio-temporal, sociocultural y/o educativa.

Con base en las consideraciones anteriores se asumió el juicio de expertos para la determinación de la validez y la confiabilidad del guion de la entrevista. Todo esto, en primer lugar, por medio de la triangulación de expertos que, según Denzín (1970), citado en Martínez (2007), el principal objetivo de todo proceso de triangulación es incrementar la validez y la confiabilidad de los resultados de una investigación mediante la depuración de las deficiencias intrínsecas de un solo método de recogida de datos y el control del sesgo personal de los investigadores.

En este sentido, en la presente investigación se hizo uso de la triangulación de expertos, es decir, desde distintas perspectivas acerca de la misma situación de comunicación y la comparación de tales juicios, lo que permitió

depurar deficiencias vinculadas con la intuición y las interpretaciones personales del investigador.

Selección de informantes clave

Taylor y Bogdan (2010) consideran que los investigadores cualitativos definen típicamente su muestra sobre una base que evoluciona a medida que el estudio progresa. De allí que la decisión sobre el mejor modo de obtener los datos y de quién o quiénes obtenerlos se toma en el campo, ya que es la propia información obtenida la que guía el muestreo. Del mismo modo, Martínez (2007) establece que dependerá del investigador si escoge muchos o pocos sujetos para abordar la realidad, puesto que será la profundidad del estudio la que determine un nivel de generalidad. Además, la opción ontológica estructural sistémica, asumida por la metodología cualitativa, exige que la muestra no pueda estar constituida por elementos aleatorios, sino por un todo sistémico con vida propia.

En esta misma medida, Salamanca (2007) sustenta que los investigadores cualitativos suelen evitar las muestras probabilísticas, puesto que lo que se busca son buenos informantes, es decir, personas informadas, lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador. De allí que la selección de informantes supone una selección deliberada e intencional, en la cual se eligen uno a uno de acuerdo con los criterios o atributos establecidos por el investigador.

Por tanto, para efectos de la presente investigación, la muestra se reduce en su amplitud numérica y se explicitan los criterios conceptuales para su escogencia según su relevancia para los objetivos de la investigación. En virtud de esto, la población estuvo constituida por una universidad pública autónoma ubicada en La Guajira, Colombia. Dadas las características de esta población, se tomaron como unidades de estudio –utilizándose como criterio de selección el fundamento relacionado con el carácter público y autónomo que tiene– seis directivos y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas.

Criterios para la configuración de informantes clave

Para la configuración de los informantes se revisaron varios aspectos. Se consideró la pertinencia de trabajar con decanos de facultades académicas, además de docentes de diferentes programas, con el fin de obtener la visión del fenómeno a partir de estos estamentos. Debido a las condiciones

del estudio y con el propósito de contextualizar la selección que permitiera cierto nivel de espontaneidad y confianza para los hallazgos de las categorías a analizar, no se consideró pertinente otro tipo de informantes.

De igual forma, se tuvo en cuenta lo expresado por Martínez (2007), quien considera que ni el número ni el tipo de informantes se debe especificar de antemano; por el contrario, el investigador comienza con una idea general y, más adelante, en el transcurso de la investigación, realiza una selección deliberada e intencional en la que se eligen uno a uno y de acuerdo con los criterios o atributos establecidos por el investigador. De allí que la idea general fue tomar como población la Universidad de La Guajira, en Colombia.

Se seleccionaron los informantes claves en función de los directivos representados por decanos y docentes, quienes se escogieron al tener en cuenta las siguientes características: personal directivo, docente, perteneciente a las universidades con una categoría titular, alineados a la misión, la visión y los valores dentro de la institución, de fácil acceso a la investigadora, con respeto y credibilidad dentro de la organización, y concedores de los procesos investigativos y administrativos. A fin de garantizar la confidencialidad de los informantes claves, en la presentación escrita de la entrevista se citaron con las letras iniciales de sus nombres, de modo que se respetaron sus juicios y la ideología que manifestaron, considerando los conceptos claves que permitieron estructurar la teoría que se expone en la presente investigación.

Técnica de procesamiento y análisis de la información

Para el análisis de datos cualitativos Strauss y Corbin (2002, p. 63) plantean que este se realiza a través del examen de los datos recabados en los discursos de la entrevista, lo cual comprende un análisis detallado, línea por línea, a fin de generar categorías iniciales con sus propiedades y dimensiones, y así seguir las relaciones entre ellas; esta combinación es lo que entre los autores denominan “codificación abierta y axial”. En este sentido, la categorización se constituye en una condición para comenzar el análisis y la interpretación de la evidencia.

Análisis

Considera Martínez (2007) que el análisis lo que pretende es separar o dividir las partes de un todo con el fin de entender los principios y los elementos

que lo componen, es decir, para entender un problema es necesario fragmentarlo en tantos elementos simples y separados como fueran posible. Por tanto, una investigación etnográfica debe emerger de la dinámica exploratoria que realiza el investigador, y esta debe surgir desde afuera y *a priori*, de manera que puede incluso no tener sentido, ya que busca algo desconocido. Por esta razón los etnógrafos se sienten altamente estimulados cuando se comprometen en un nuevo estudio de campo guiados únicamente por una idea general de las áreas problemáticas que se presentan como interesantes.

Uno de los aspectos más satisfactorios es, precisamente, sentirse libre de descubrir un problema retador, antes que sentirse obligado a investigar un problema predeterminado que podría existir solo en la mente del investigador. Las ventajas que tiene la investigación etnográfica son la flexibilidad, la apertura que le otorga su orientación naturalista y fenomenológica y, por tanto, su actitud básica es de tipo exploratorio, porque este no busca nada en concreto, pero lo busca todo, en espera de la posible aparición de algo no común, extraordinario y tal vez desconcertante.

Para Strauss y Corbin (2002) el análisis del estudio es la interacción del investigador con los datos. Constituye arte y ciencia, al contener un cierto grado de rigor al basar el análisis en datos. Por tal motivo, el análisis de la presente investigación consistió, en primer lugar, en clarificar postulados. En este sentido se realizan los siguientes pasos a fin de descubrir en qué consisten estas estructuras, cómo se desarrollan y cómo influyen en la conducta, todo de la forma más comprensiva y objetiva:

- *Determinación del nivel de participación.* La etnografía parte del siguiente supuesto: lo que la gente dice y hace esta moldeado por la situación social. El etnógrafo es, por consiguiente, muy sensible al modo como se introduce en un ambiente, el nivel de participación y el compromiso que acepte, de modo que influye en el concepto de la gente hacia él, siguiendo las reacciones de la comunidad o grupo que va a estudiar.
- *Recolección de la información.* En la investigación etnográfica se busca aquella relación que más tenga y ayude a descubrir de mejor manera las estructuras significativas que dan razón de la conducta de los sujetos en estudio, por tanto, es relevante el contenido y la forma de la intervención verbal entre los sujetos con el investigador, además de la conducta no verbal (gestos, posturas y mímicas, entre otras).

- *Reglas negativas.* Con la finalidad de evitar observar más allá de lo existente en el objeto y no proyectar el mundo interno del investigador, se realizaron las siguientes acciones: a) se trató de reducir toda subjetividad (deseos, miras prácticas, sentimientos o actitudes personales); b) se colocaron entre paréntesis posiciones teóricas (conocimientos, teorías, hipótesis, variables o dimensiones preconcebidas); y c) se excluyó la tradición (lo enseñado y aceptado hasta el momento en relación con el tema, el estado actual científico al respecto).
- *Reglas positivas.* En este sentido, se realizaron las siguientes acciones: a) en lo posible se vio todo lo dado, no solo aquello que interesó al investigador o le confirmó ideas, sino relevante vitalmente, lo que se buscaba y deseaba confirmar; b) se observó la gran variedad y complejidad de las partes; y c) se repitió la observación cuantas veces fue necesario.

Ante estas consideraciones se procedió a transcribir mediante una lectura general descriptiva de cada protocolo. Por tanto, requirió sumergirse mentalmente en la realidad ahí expresada, del modo más intenso. En otras palabras, el investigador revisó la descripción de los protocolos del escenario vivido con el propósito de comprender qué pasó (relato escrito, audio), para así reflexionar desechando todo lo no emergido de la descripción protocolar.

Cabe señalar que el objetivo de lo planteado fue realizar la visión de conjunto para lograr la idea general del contenido protocolar, por tanto, fue necesario llevar a cabo muchas revisiones del mismo protocolo, siempre con la mente en blanco para hallar la realidad del fenómeno estudiado. Una vez transcritas las entrevistas, así como leídos y revisados los protocolos, se procedió a delimitar las unidades temáticas naturales.

De acuerdo con Martínez (2007), las unidades temáticas constituyen la delimitación en áreas significativas del protocolo de cada informante clave, de modo que conforman el grupo de unidades que posiblemente originen una estructura. Por consiguiente, el análisis de unidades temáticas consistió en pensar acerca del posible significado de una afirmación o proposición lenta del protocolo para percatarse cuándo se origina la transición del significado o aparece la variación temática, de sentido o el cambio en la intención del sujeto estudiado.

Es preciso destacar que a efectos de la investigación las unidades temáticas individual y protocolar se dividieron, subrayaron y resaltaron en negritas con el fin de establecer diferencias entre una y otra unidad temática. Finalizado el análisis de unidades temáticas naturales tuvo lugar la determinación del tema central que domina cada unidad temática, un paso que constituye una actividad eminentemente creadora. Por tanto, a fin de determinar el tema central se aclaró y elaboró el significado al relacionar unidades temáticas una con otra y con sentido del todo; esto se realizó mediante frases breves, concisas, conservando aun el lenguaje propio del sujeto. Una vez se finalizó este momento, se procedió a categorizar las mencionadas entrevistas.

Categorización

De acuerdo con Martínez (2007), el paso de la categorización o clarificación exige una condición previa: el esfuerzo de sumergirse mentalmente en la realidad expresada en un problema. Para este autor, en la categorización el investigador revisará los relatos escritos y oirá las grabaciones de los protocolos repetidamente, primero con la aptitud de revivir la realidad en una situación concreta, y después con la aptitud de reflexionar acerca de la situación vivida a fin de comprender lo que pasa.

En ese sentido, el mencionado autor manifiesta que categorizar es clasificar, conceptualizar o codificar mediante un término o expresión breve, clara e inequívoca (categoría descriptiva), la idea central de cada unidad temática, contenida en el protocolo, la cual puede estar compuesta por uno o varios párrafos o escenas audiovisuales. Por consiguiente, cada nueva revisión del material escrito (entrevista), o audición de los diálogos, permitió captar aspectos, realidades nuevas, detalles, acentos o matices no vistos o valorados suficientemente con anterioridad.

Cabe señalar que en cada revisión del material se hicieron anotaciones marginales, se subrayaron nombres, verbos, adjetivos, adverbios y expresiones significativas con poder descriptivo, así como se colocaron símbolos pictográficos, nemónicos y numéricos, elaborando esquemas de interpretación posible, diseñando y rediseñando conceptos de manera constante. Por tanto, se categorizó mediante la clasificación de las partes en relación con el todo al integrar y reintegrar el todo y las partes; así, a medida que se revisaba el material, emergía el significado de cada evento.

Estructuración

Martínez (2007) considera que la metodología adecuada para descubrir estructuras teóricas no puede consistir en un procedimiento típicamente lineal, sino que sigue, básicamente, un movimiento en espiral, del todo a las partes y de las partes al todo, de manera que aumenta en cada vuelta el nivel de profundidad y comprensión. De igual forma, infiere el autor que el investigador, una vez establecidas y organizadas las categorías más adecuadas como elementos descriptivos, a fin de coronar su trabajo puede optar por lograr o alcanzar uno de estos tres niveles: 1) descripción normal; 2) descripción endógena; y 3) teorización original.

En razón a esto se procedió a aplicar el segundo nivel o la descripción endógena para proceder a estructurar. Cabe señalar que este nivel se eligió por relacionarse con la técnica hermenéutica dialéctica, la cual comprende el estudio conductual humano y la autonomía del objeto desde adentro. Obviamente, la descripción endógena se genera desde adentro. De allí que la organización, la categorización, el análisis, los nexos y algunas relaciones entre categorías o clases se desarrollaron a partir de información obtenida de los informantes clave, es decir, de la entrevista semiestructurada. Como se advierte, estas se comprendieron y el significado se interpretó mediante la aplicación de la hermenéutica dialéctica.

Aunado a esto, en el presente estudio el fin de esta fase consistió en integrar en una estructura particular el análisis de categorías emergentes del protocolo de cada informante clave, a partir de categorías específicas a generales e interpretándolas, con el fin de descubrir la estructura o las estructuras básicas de relaciones del fenómeno investigado. Así lo infiere Martínez (2007) al considerar que este paso representa el corazón de la investigación: esta estructura *gestalt* o de forma constituye la fisonomía individual que identifica el fenómeno y lo distingue de todos los demás.

A continuación, se elaboraron los cuadros semánticos en los que se pone de relieve todo lo referido a los códigos que emergen de los informantes a través de ideas claves que se generaron en la codificación.

Formulación de lineamientos estratégicos

Como último proceso de la investigación se diseñaron unos lineamientos estratégicos cuya finalidad es generar un plan de acción conducente al

efectivo cumplimiento de responsabilidad social en universidades públicas autónomas, los cuales permitan desarrollar políticas con el propósito de establecer un conjunto de acciones que le proporcionen a las universidades públicas autónomas una herramienta que al ser utilizadas de forma efectiva promuevan la aplicación de la responsabilidad social en el entorno.

Resultados de la investigación

En cuanto al análisis e interpretación de los resultados de una investigación, Tamayo (2007) refiere que representa el proceso de convertir los fenómenos observados en datos científicos, y así, a partir de ellos, obtener conclusiones válidas en el estudio. En el mismo orden de ideas, Méndez (2006) indica cómo constituye un proceso que implica el manejo de los datos obtenidos y contenidos en cuadros, gráficos y tablas dispuestos para su comprensión por los lectores, en función de dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

En este sentido, a continuación se muestran los resultados que permitieron establecer el análisis y la discusión de los datos obtenidos del proceso de recolección de la información como consecuencia de la aplicación de los instrumentos diseñados para tal fin en cada uno de los tres casos abordados. Estos resultados se exponen en función de la variable *responsabilidad social* y en concordancia con cada uno de sus ámbitos de estudio: a) Caso 1: comunidad en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira; b) Caso 2: área de influencia directa a los parques eólicos en el departamento de La Guajira; y Caso 3: universidades públicas autónomas de Colombia y Venezuela.

Dicho análisis se desarrolla en función del estudio e interpretación de todas las respuestas obtenidas tanto en los cuestionarios como en las entrevistas aplicadas presentados, de acuerdo con las dimensiones de la variable mencionada. De igual manera, se expresa la opinión o interpretación de los autores fundamentándose en la observación realizada a los individuos de la muestra e informantes clave seleccionados, al discutirse y confrontarlos con los postulados teóricos abordados, con los antecedentes que sirvieron de referencia y los resultados obtenidos, lo que conllevó a la obtención y el establecimiento de conclusiones, recomendaciones y lineamientos estratégicos, con la finalidad de suministrar una información científica tendiente a la mejora en la implementación de la responsabilidad social empresarial en sus diversos ámbitos de aplicación.

Caso 1: sector del área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira

La información obtenida de los sujetos encuestados se procesó cuantitativamente mediante un tratamiento estadístico descriptivo de los datos, con el fin de establecer una idea general de la información obtenida. El análisis de las frecuencias absolutas y relativas de los distintos valores de las variables proporciona una información valiosa, de modo que permite diferenciar las distintas distribuciones y características del fenómeno estudiado.

Por tanto, el análisis se desarrolla al interpretar las respuestas obtenidas en los cuestionarios aplicados, presentados por dimensión. Aunado a esto, se expresa la opinión del investigador, sustentada en las bases teóricas analizadas, a partir de lo cual se elaboraron las conclusiones y las recomendaciones respectivas. La tabla 12 da respuesta a los diferentes puntajes obtenidos en el estudio realizado, y allí se presentan los análisis de cada una de las dimensiones y los indicadores correspondientes, operacionalizados, de la variable.

Tabla 12

Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira

DIMENSIONES	Alternativas de respuesta (%)					MEDIA	Categoría de análisis
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo		
Dimensiones de la responsabilidad social	17,44	20,44	21,05	24,56	16,5	2,98	Medianamente efectiva
Elementos de la responsabilidad social	16,67	18,42	21,46	23,13	20,33	2,97	Medianamente efectiva
Programas de responsabilidad social empresarial	23,72	31,06	14,47	16,89	13,86	3,34	Medianamente efectiva
Balance social	24,84	28,78	17,17	12,33	16,89	3,32	Medianamente efectiva
Promedio	20,67	24,68	18,54	19,23	16,90	3,15	Medianamente efectiva

Fuente: elaboración propia.

En lo que se refiere al análisis de la tendencia promedio porcentual de la primera dimensión, “Dimensiones de la responsabilidad social”, por parte de los habitantes de municipios en los que se realiza la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira, puede observarse que al sumar los porcentajes de las alternativas de respuesta “En desacuerdo” (24,56%) y “Muy en desacuerdo” (16,5%) se obtiene un resultado del 41,06%. Por otra parte, un 21,05% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 20,44% refirió estar de acuerdo y un 17,44% indicó estar muy de acuerdo.

Como puede evidenciarse, el mayor porcentaje se ubica en las alternativas con tendencia negativa, reforzado esto con un valor de la media de 3,15, lo que indica para los habitantes de estas zonas que la minería de sal asume su responsabilidad social de forma medianamente efectiva en cuanto a sus dimensiones económicas, sociales y ambientales. Estos resultados no se corresponden con lo planteado por De la Cuesta (2002), quien plantea que, de acuerdo con la práctica de la responsabilidad social como actividad empresarial, se deben abordar en los ámbitos económicos, social y del medio ambiente. Asimismo, plantea la transparencia informativa respecto a los resultados alcanzados en tales ámbitos y, finalmente, su escrutinio externo.

De igual forma, no se corresponden con lo establecido por De la Cuesta y Valor (2003), quienes argumentan que las áreas de responsabilidad social de las empresas deben abarcar las dimensiones económicas, socioculturales y medioambientales. En este sentido, la empresa deberá establecer sus prioridades dentro de los aspectos descritos. En cada una de estas áreas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa, todas ellas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen e intensidad. El origen del comportamiento social lo marca la creencia en que la empresa es un ente social y como tal ha de comportarse, lo cual va a influir en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña.

En relación con la segunda dimensión, “Elementos de la responsabilidad social”, puede observarse que el mayor porcentaje de respuestas se corresponde con la alternativa “En desacuerdo”, con un valor porcentual de 23,13%, seguido de “Muy en desacuerdo” con el 20,33%; otro 21,46% indicó que no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 18,42% refirió estar de acuerdo, y un 16,67% manifestó estar muy de acuerdo. De hecho, se puede notar que una gran parte de los encuestados respondieron de manera neutral o negativa a la dimensión, por lo que es importante ocuparse de desarrollar estrategias para mejorar en estos tópicos.

Como media aritmética, se obtuvo un valor de 2,97, con lo cual se indica que los elementos de la responsabilidad, representados por las normas, los valores morales, los principios éticos y la calidad de servicio se aplican de forma medianamente efectiva. Es por esto que al hablar de la responsabilidad social Chiavenato (2006) refiere que se deben identificar unos elementos que, dada su naturaleza, deben estar inmersos en el quehacer empresarial, y resalta que los más comunes son la moral, la ética, la calidad del servicio y el medio ambiente. Al respecto, Gómez (2000) expresa que la responsabilidad social debe procurar el bienestar general de la sociedad, por lo que se debe analizar como base la respuesta social y las obligaciones sociales.

En correspondencia con la tercera dimensión, referida a los programas de responsabilidad social, representada en la tabla 10, puede observarse que el 23,72% de los encuestados respondieron “Muy de acuerdo”, mientras que el 31,06% contestó “De acuerdo”, un 14,47% contestó la alternativa “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 16,89% contestó “En desacuerdo”, y un 13,86% contestó “Muy en desacuerdo”.

Al revisar el análisis de la tendencia promedio relativa, en relación con la dimensión “Programas de responsabilidad social empresarial”, por parte de los habitantes de municipios en los cuales se realiza la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira, al sumar los porcentajes “De acuerdo” y “Muy de acuerdo”, los datos revelan que el 54,78% se inclina por esta dimensión. En este marco es importante resaltar que, debido a que los programas de responsabilidad social empresarial muestran un porcentaje medianamente efectivo de recepción expresado en el valor de su media, el cual fue de 3,34, es necesario trabajar para mejorarlos, aspecto a considerar por el sector de la minería de la sal en La Guajira.

En relación con los programas de responsabilidad social, Koontz y Weihrich (2006) refieren que estos pueden ser de apoyo en relación con los beneficiarios externos, en este caso las comunidades, ya que se pueden definir como un conjunto de metas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos por emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado; habitualmente estos programas se apoyan en presupuestos. Un programa prioritario puede requerir de muchos programas de apoyo.

De igual forma, Carneiro (2004) señala que los programas de responsabilidad social deben sustentarse en los valores expresados por la empresa

y deben plasmarse en un conjunto integral de políticas. De lo contrario, se caería en el riesgo de implementar prácticas que, si bien son socialmente responsables, al no responder a un mandato y una cultura institucionales están en peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa. Un elemento adicional fundamental es que la responsabilidad social debe ser apoyada e incentivada por los altos mandos de la organización.

Para la última dimensión, “Balance social”, al revisar los valores de la tendencia promedio relativa mostrada por parte de los habitantes de municipios en los cuales se realiza la explotación y el procesamiento de la sal, al sumar los porcentajes “Muy de acuerdo” (24,84%) y “De acuerdo” (28,78), los datos revelan que el 53,62% se inclina por la dimensión. Por otra parte, el 17,17% refirió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 16,89% expresó estar muy en desacuerdo y el restante 12,33% manifestó estar en desacuerdo.

En cuanto al valor de la media aritmética, puede observarse que se ubicó en un valor de 3,32, lo cual coincide con el baremo diseñado en la categoría medianamente efectiva, lo cual denota que las empresas mineras de la sal en La Guajira presentan algunos puntos débiles con relación al comportamiento ético en los negocios, el compromiso con los grupos de interés y el compromiso con el ambiente, por lo que es importante ocuparse de desarrollar acciones para mejorar en estos tópicos.

A fin de implementar de forma adecuada el balance social en una institución se hace necesaria la existencia de una política social que reconozca su responsabilidad social como filosofía y fije los parámetros dentro de los que se desarrollan las acciones tendientes al cumplimiento de tal responsabilidad, tanto interna como externa.

Es necesario entonces, según Montes (2006), implementar como política empresarial un sistema de información que abarque las etapas de planificación, procesamiento, evaluación, control y exposición, referidas a la gestión social de la empresa; es decir, un subsistema dentro del sistema de información del ente, información que se presenta a través de distintos modelos en los que se refleje el comportamiento ético, el cual, según Alexandria (2010), consiste en involucrarse en prácticas honestas y transparentes, establecer altos estándares de comportamiento para sus empleados y ejercer un control ético en los niveles ejecutivos, en los cuales se actúe con coherencia.

Se requiere también mantener el compromiso con los grupos de interés, los cuales, de acuerdo con Strandbert (2010), se refieren a las personas o grupos de personas que tienen impacto en, o se ven afectados por las actividades, los productos o los servicios de una empresa (u otra organización). Establecer un compromiso (*engagement*) con los grupos de interés supone una variedad de acciones y esfuerzos dirigidos a comprender e involucrar a estos grupos en las actividades y la toma de decisiones de una compañía.

De igual forma, es necesario mantener un compromiso con el ambiente, el cual, de acuerdo con Alesandria (2010), requiere del diseño de políticas de desarrollo sustentable y moderar el impacto ambiental negativo que genera la organización a través de programas de reciclaje, tratamiento adecuado de residuos y auditorías ambientales, entre otros. Tal y como lo avala la certificación en la norma ISO 14001, las instituciones deben desarrollar su actividad con especial énfasis en el cuidado responsable del medio ambiente.

En cuanto al cierre de la variable *responsabilidad social en las organizaciones mineras de la sal en el departamento de La Guajira*, mediante la identificación de las dimensiones y los programas, la descripción de los elementos y la caracterización de los rubros, a fin de generar lineamientos estratégicos que sirvan de base para la gestión empresarial, se puede observar en la tabla 10 que el 20,67% de los encuestados respondieron “Muy de acuerdo”, mientras que el 24,68% contestó “De acuerdo”, un 18,54% contestó la alternativa “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 19,23% contestó “En desacuerdo” y, finalmente, un 16,90% contestó “Muy en desacuerdo”.

Al analizar la tendencia promedio relativa en relación a la variable, sumando los porcentajes en desacuerdo y muy en desacuerdo, los datos revelan que el 36,13% no se inclinan por la variable, lo cual se denota como elevado e indica que se presentan falencias con relación a la aplicación de la responsabilidad social en la minería de la sal en La Guajira. Esto es reforzado por el valor de la media aritmética de 3,15, la cual indica que la responsabilidad social empresarial desarrollada por las referidas organizaciones es medianamente efectiva, por lo que es importante desarrollar acciones para mejorar en la concepción y la ejecución de la variable. En este orden de ideas, es importante igualmente resaltar que una gran parte de los encuestados respondieron de manera neutral a la variable, lo que sugiere una profundización en la discusión del estudio y en las recomendaciones.

De esta manera, a partir de los resultados obtenidos del análisis expuesto puede referirse que no concuerdan con lo referido por Chiavenato (2006), quien argumenta que la responsabilidad social implica un grado de obligaciones que una organización debe asumir por medio de acciones que proyectan mejorar el bienestar de la sociedad a medida que busca alcanzar sus propios intereses. En general, representa la obligación de la organización de adoptar políticas al asumir decisiones que beneficien a la sociedad.

De la misma forma, Guédez (2006) señala que la responsabilidad social es un conjunto de estrategias que debe permitir identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, las expectativas y las capacidades de los grupos de interés, es decir, la responsabilidad social se debe entender como la respuesta de las organizaciones a las expectativas de los sectores y los agentes con los que interactúa.

En esa misma línea, se debe mejorar en los aspectos asociados a los ítems de salud, educación, a las dimensiones ambientales, los valores morales y las normas de la responsabilidad social. Esto implica que los resultados obtenidos se comparten de acuerdo con los aportes teóricos de Tous y Ciruela (2005), quienes explican que la responsabilidad social engloba todas las relaciones contractuales, implícitas o explícitas que la empresa tiene con aquellos colectivos con los que se relaciona, así como con la sociedad en general, en busca de maximizar el beneficio de todas las partes implicadas. Estas relaciones dan lugar a dos tipos de actuaciones: internas (satisfacción de las expectativas y objetivos de trabajadores y sus familiares) y externas (entorno social de las zonas de influencia).

En definitiva, la responsabilidad social debe ser entendida y concebida, según expresa De la Cuesta (2002), como una actitud responsable por parte de las empresas hacia todos los grupos de interés, ya sean consumidores, proveedores, accionistas, directivos, empleados, estado, comunidad o medio ambiente.

De igual forma, es pertinente citar el libro verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), el cual establece que ser socialmente responsable no significa solo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento al invertir más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Desde una dimensión externa, la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio

abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

Dado que la responsabilidad social de las empresas debe abarcar también la integración de las empresas en su entorno local, estas deben contribuir al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, al proporcionar puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales.

Lineamientos estratégicos orientados a la responsabilidad social como base para la gerencia en las empresas mineras de la sal en La Guajira

Los lineamientos estratégicos orientados a la responsabilidad social como base para la gerencia en las empresas mineras de la sal en La Guajira tienen la finalidad de generar un plan de acción conducente al efectivo cumplimiento de responsabilidad social en las referidas organizaciones. De esta forma, la responsabilidad social implica salir de los sistemas convencionales ya establecidos y descubrir estrategias novedosas e imaginativas que pueden rescribir reglas y visualizar futuros potenciales significativamente distintos a los establecidos, lo cual requiere de una gerencia flexible, abierta, objetiva y adaptada a las nuevas realidades.

En este sentido, los lineamientos estratégicos se vislumbran como paradigma para acometer la modernización administrativa en las empresas mineras, focalizada al cambio de roles por el que estas deben velar por el interés social de acciones por encima del interés particular, a fin de cumplir con la responsabilidad social. Ante estas consideraciones se evidencia la necesidad de formular lineamientos estratégicos entrelazados con métodos que permitan desarrollar políticas con la finalidad de establecer un conjunto de acciones que haga posible a las empresas mineras de la sal contar con herramientas que al ser utilizadas de forma efectiva solucione problemas de la responsabilidad social en el entorno.

De igual modo, el plan de acción tendrá una vigencia de un año con aplicación permanente. Además, se podrán llevar a cabo jornadas de encuentros para fomentar el plan de forma trimestral y semestral con el grupo de interés; los responsables para aplicar el plan de acción serán las gerencias de gestión humana. En virtud de lo expuesto se constituyen líneas de acción que estarán estratégicamente articuladas con el contexto social a fin

de evitar que no se consideren las normativas legales de la responsabilidad social y establecer así un modelo con el grupo de interés.

Propósito general

Concebir un plan de acción para el fortalecimiento de la responsabilidad social como base para la gerencia en las empresas mineras de la sal en La Guajira.

Propósitos específicos

Los propósitos específicos son:

- Fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo a las acciones sociales en las empresas mineras de la sal.
- Implantación de un modelo socialmente responsable en las empresas mineras de la sal.
- Visión desde la gerencia de empresas mineras de la sal socialmente responsables.

Justificación

La gerencia tiene como visión una mirada hacia el futuro como percepción dinámica de la realidad y proceso de preconfiguración de alternativas viables. Se debe integrar la gerencia con la responsabilidad social, pues esta última constituye el deber de responder a cada uno de los actos que se ejecutan; sin embargo, la responsabilidad social, en cuanto tal, implica mayor profundidad en su significado, en virtud de que viene dada por la interacción organizacional con los diferentes sujetos que se relaciona, tanto interna como externamente.

En este sentido, la responsabilidad social se percibe bajo un concepto amplio y estratégico que involucra a las empresas mineras de la sal, por tanto, la actividad corporativa ha dejado de lado la teoría del beneficio económico como su único fin, para orientarse hacia la interacción con su entorno interno y externo de manera voluntaria y así contribuir a la conservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable.

De esta manera, al tomar en consideración lo expuesto, la serie de lineamientos estratégicos se propone optimizar las acciones desplegadas por

las empresas mineras de la sal, no solo a la venta de un producto, sino a desarrollar relaciones con el entorno, ofrecer a las comunidades que satisfagan sus expectativas y ser competitivas, dinámicas, diversas, sostenibles y atractivas ante el grupo de interés en aras de lograr un equilibrio tanto minero como social.

Alcance

Los lineamientos que a continuación se formulan representan una orientación que las organizaciones objeto de estudio pueden poner en práctica a fin de fomentar la responsabilidad social mediante el apoyo a acciones sociales en las empresas mineras de la sal. Sin lugar a dudas, estas ideas tendrán un valor social y práctico porque permitirán ayudar a resolver una problemática que se presenta en el sentido de tener deficiencias al momento de implementar programas sociales, ya que no tienen unas políticas públicas que, de manera precisa, coadyuven a esto. De esta manera, las acciones sugeridas en los lineamientos se fundamentan en lo siguiente:

- *Fortalecimiento de la responsabilidad social al apoyar acciones sociales en las empresas mineras de la sal.* Los cambios sociales emergentes representan un desafío para las empresas mineras de la sal, pues las acciones desarrolladas por ellas deben ajustarse a la responsabilidad social sustentable, en correspondencia con los múltiples grupos de interés, conducente a establecer una organización que maximice su servicio, además de interactuar de manera progresiva, permanente y consustanciada con el entorno social. Vista desde este enfoque, en la actualidad la responsabilidad social se enfoca bajo un concepto amplio y estratégico que involucra a las empresas mineras de la sal revestidas de legitimidad social, por tanto, el desarrollo corporativo ha dejado de lado el beneficio económico como único fin para orientarse a interactuar con el entorno interno y externo de manera voluntaria, y contribuir así a conservar el medio ambiente y maximizar el desarrollo sustentable. Como se advierte, desde un enfoque estratégico, las empresas mineras de la sal deben practicar principios de un modo permanente en el proceso de gestión que las identifiquen y distingan en correspondencia con otras organizaciones. Por tanto, se plantean las siguientes acciones a fin de maximizar la responsabilidad social en las empresas mineras de la sal:

- Estimular la asunción de responsabilidad social en las empresas mineras de la sal con el propósito responder a compromisos sociales, a través de convenciones en las que se promuevan la integración con la comunidad y los impactos organizacionales y ambientales, los cuales deben ser liderados por las empresas mineras de la sal.
- Desarrollar programas de responsabilidad social que persigan principios éticos, desarrollo social equitativo sostenible, producción y transmisión de saberes responsables.
- Presentar periódicamente un diagnóstico de la responsabilidad social que muestre las acciones sociales desarrolladas por las empresas mineras de la sal a través de un balance social.

En cuanto a los recursos y los responsables para la implementación del lineamiento, para su desarrollo el recurso humano los asumirán las respectivas empresas mineras de la sal por medio de su capital humano, entre el cual se encuentran los directivos y los jefes de área, así como psicólogos y sociólogos que desarrollarán los distintos programas y las estrategias expuestas en este lineamiento.



Figura 4. Fortalecimiento de la responsabilidad social apoyando acciones sociales. Fuente: elaboración propia.

Respecto al recurso financiero, lo asumirán las empresas mineras de la sal de acuerdo con la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales se realizarán durante su actividad laboral cotidiana.

Si no se cuenta con los recursos se les indicaría a los directivos y a los jefes de área la importancia del fortalecimiento de la responsabilidad social de seguir vinculados con la institución, a fin de que estos asuman el compromiso. Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y los jefes de área de las empresas mineras de la sal deberán efectuar el fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo a acciones sociales.

- *Implantación de un modelo socialmente responsable en las empresas mineras de la sal.* Bajo estas perspectiva, este enfoque comporta, de manera expresa, la postura integral que las empresas mineras de la sal deben asumir como estructuras organizativas vitales al acatar, y, por consiguiente, responder de forma efectiva, así como eficaz, en los diferentes niveles. De este modo, un criterio de responsabilidad social determinará las acciones empresariales y, en consecuencia, el desarrollo de una posición social que estimule la participación ciudadana. Para tal efecto se solicita un conjunto de acciones dirigidas a estos argumentos:
 - Formular una estrategia sobre métodos que permitan desarrollar a las empresas mineras de la sal un funcionamiento socialmente responsable, con base en las disposiciones normativas, la organización y los procedimientos.
 - Implementar las políticas de responsabilidad social en las empresas mineras de la sal, tales como: a) una empresa minera que aplique la ética en su quehacer; b) una empresa minera que sea ecológica en su actuar; c) generación de espacios de intercambio de ideas con los actores externos; y d) con conocimientos socialmente útiles según una agenda de desarrollo concertada con otros actores.

En cuanto a los recursos y los responsables para la implementación del lineamiento, en su desarrollo se requiere como recurso humano a directivos y trabajadores, en general, así como a psicólogos y sociólogos. Ellos desarrollarán los distintos programas y estrategias expuestas en este lineamiento,

un costo que lo asumirán las respectivas empresas mineras por medio de su capital humano.

Las empresas mineras de la sal asumirán el recurso financiero, de acuerdo con la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales se realizarán durante su labor cotidiana.

Si no se cuenta con los recursos se les indicaría a los directivos la importancia de la implantación de un modelo socialmente responsable a fin de que sigan vinculados con la institución, y así estos asuman el compromiso.

Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y trabajadores de las empresas mineras de la sal deberán efectuar la implantación de un modelo socialmente responsable.

Modelo socialmente responsable en las empresas mineras de la sal

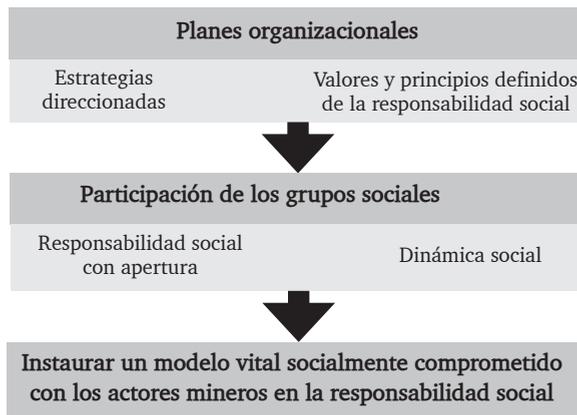


Figura 5. *Modelo socialmente responsable en las empresas mineras de sal.* Fuente: elaboración propia.

- *Visión desde la gerencia de empresas mineras de sal socialmente responsables.* Las empresas mineras de la sal deben buscar la forma de dar respuesta a esos interrogantes de los distintos grupos de interés, en los que se les exige tomar conciencia de la responsabilidad que les compete en esta nueva era, puesto que están llamadas a contribuir al desarrollo económico, político, social y ambiental.

La invitación es a que las empresas mineras de la sal se conecten con el entorno social y su contexto local, a fin de contribuir con el desarrollo de la sociedad. Bajo estas consideraciones se propone, a fin de visionar desde la gerencia unas empresas mineras de la sal socialmente responsables, llevar a cabo las siguientes acciones:

- Dejar plasmado en la visión y la misión, como resultado de un pensamiento estratégico, el compromiso que se tiene con relación a la responsabilidad social.
- Formular directrices para la realización de un autodiagnóstico que refleje las fortalezas y las debilidades de las empresas mineras de la sal, en relación con su responsabilidad social.
- Diseñar en los planes estratégicos las estrategias a implementar relacionadas con la responsabilidad social.
- Estructurar los informes o balances sociales de la responsabilidad social de las empresas mineras de la sal como política corporativa.

En lo que se refiere a los recursos y los responsables en la implementación del lineamiento, para su implementación el recurso humano requerido son los directivos y los jefes de área involucrados en el desarrollo de proyectos comunitarios (ellos son los encargados de pensar a largo plazo). Para la implementación de estos lineamientos el recurso financiero lo asumirán las empresas mineras de la sal, con el personal involucrado.

Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos deberán efectuar el pensamiento estratégico con una visión de empresas mineras de la sal socialmente responsables.

Caso 2: responsabilidad social empresarial externa de las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú de La Guajira

En este caso se consideraron para el análisis estadístico de los resultados distribuciones de frecuencias absolutas y porcentuales de cada uno de los indicadores y dimensiones. De igual forma, se tomó en consideración como medida de tendencia central la media aritmética.

Tal y como se hizo referencia en los aspectos metodológicos, la recolección de los datos se llevó a cabo a través de dos instrumentos. Uno dirigido a los directivos de las empresas con proyectos de energía eólica en La Guajira, el cual es tipo escala con alternativas de respuesta múltiple, y otro cuestionario dirigido a las comunidades indígenas wayú asentadas en el entorno operativo de las empresas con proyectos eólicos, a fin de conocer los beneficios sociales que estas comunidades han recibido por parte de estas empresas, como, por ejemplo, programas de responsabilidad social empresarial externa, con alternativas de respuestas dicotómicas cerradas: “Sí” (2) y “No” (1).

En este sentido, a continuación se presentan las dos tablas contentivas de los valores obtenidos para la variable estudiada correspondiente a cada grupo poblacional. La tabla 13 corresponde al Cuestionario 1, dirigido a directivos de las empresas con proyectos de energía eólica en La Guajira, con la finalidad de dar respuesta a las tres primeras dimensiones, y la tabla 12 contiene los valores resultantes de la aplicación del Cuestionario 2, dirigido a las comunidades indígenas wayú asentadas en el entorno operativo de las empresas con proyectos eólicos, con el propósito de conocer los beneficios sociales que estas comunidades han recibido por parte de estas empresas, tales como programas de responsabilidad social empresarial externa.

Tabla 13

Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira
(Cuestionario 1 dirigido a los directivos)

DIMENSIONES	Alternativas de respuesta (%)					Media \bar{X}	Categoría de análisis
	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca		
Elementos de la responsabilidad social	15,9	61,5	10,6	3,8	8,2	3,70	Alta frecuencia
Programas de responsabilidad social empresarial	25,4	48,9	16,1	6,3	3,3	3,79	Alta frecuencia
Balance social	14,8	63,9	7,9	8,9	4,5	4,02	Alta frecuencia
Total	18,7	58,1	11,5	6,3	5,3	3,84	Alta frecuencia

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse en la tabla 11, para la primera dimensión “Elementos de la responsabilidad social”, el mayor valor porcentual de respuesta se ubica en la alternativa “Casi siempre”, con un 61,5%, seguido de “Siempre”, con el 15,9%, “Algunas veces”, con el 10,6%, “Nunca”, con el 8,2% y “Casi nunca” con el 3,8%. Por otra parte, se obtuvo un valor para la media aritmética de 3,70, el cual está incluido en el intervalo que define al rango II de la Categoría “Con alta frecuencia”, de lo cual se interpreta que en las empresas con proyecto de energía eólica para beneficio de la comunidad indígena wayú asentadas en el área de influencia se encuentran presentes con alta frecuencia elementos de la responsabilidad social empresarial tales como la moral, la ética, la calidad del servicio y la seguridad del producto.

Estos resultados coinciden con lo expuesto por Escobar (1994), quien asevera que la moral es un sistema de normas, reglas o deberes que regulan las acciones de los hombres entre sí, exigidas por la sociedad para poder pertenecer a ella. Por su parte, el libro verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) expone que ser socialmente responsable no significa solo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento al invertir más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

Así, concuerdan con Gómez (2000), quien concibe la moral desde el punto de vista organizacional como el sentimiento de ser aceptado y pertenecer a un grupo de trabajadores que surge mediante la adhesión a fines comunes y la confianza en la conveniencia de dichos fines. Este autor agrega que la moral trata de la práctica real de las personas que se expresan por costumbres, hábitos y valores aceptados, de ahí que una persona es moral cuando obra conforme a las costumbres y los valores establecidos que, eventualmente, pueden ser cuestionados por la ética.

Desde esta perspectiva, las empresas productoras de energía eólica con alta frecuencia reconocen la responsabilidad social como una filosofía empresarial. De igual forma, se pudo conocer que las normas benefician a las comunidades wayú insertas en el área de influencia de los proyectos eólicos. A su vez, se determinó que se vive en concordancia con las costumbres de la sociedad y el actuar de los directivos es coherente con las tradiciones de la sociedad.

De igual manera, los resultados comparten la posición comentada por Certo (2001) en relación con el enfoque práctico de observar los principios

éticos como catalizadores para que los gerentes realicen acciones socialmente responsables. Por su parte, concuerdan con los planteamientos de Robbins (2004), quien indica que el término *ética*, normalmente, se refiere a las reglas o los principios que definen una conducta buena o mala. Asimismo, Román (2008) menciona la vinculación entre la responsabilidad social y la creencia en valores éticos, los cuales orientan la gestión empresarial de cada sociedad y la correspondencia que esta desarrolla con su entorno y con la comunidad.

De tales planteamientos se afirma que en las empresas productoras de energía eólica el gerente es aceptado por el grupo de trabajadores porque tienen fines comunes; asimismo, tienen los compromisos de mejorar la calidad de vida de los wayú. Con alta frecuencia los trabajadores actúan con moral y ética en el trato con sus interlocutores, además, contratan personas socialmente excluidas, lo que demuestra transparencia en sus actividades empresariales.

Los resultados para la calidad del servicio, por su parte, muestran una elevada coincidencia con los planteamientos de Stoner y Freeman (1997), quienes consideran que la calidad en el centro de trabajo se refiere a lograr productos y servicios cada vez mejores, es decir, hacer las cosas bien desde la primera vez, en lugar de cometer errores para después corregirlos.

Asimismo, Silva (2005) considera que la necesidad de analizar la calidad de los servicios surge de la filosofía de empresa, según la cual un cliente se siente satisfecho cuando recibe un producto o servicio con la calidad esperada por él; asimismo, de las acciones que se realizan en la búsqueda de la satisfacción de las expectativas y las necesidades del cliente.

Desde otra perspectiva, el Centro Mexicano para la Filantropía afirma que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades, empleos y paga impuestos, desafía su creatividad a fin de identificar los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución. Es un modelo de trabajo y de organización que permite retribuir a la sociedad lo que esta toma de ella. Es la forma de hacer negocios de manera sustentable (Cemefi, 2006).

Con base en lo expuesto, se concluye que las empresas con proyectos de energía eólica identifican la calidad del servicio como un elemento de la responsabilidad social empresarial con beneficio de la comunidad indígena wayú asentada en el área de influencia, pues con muy alta frecuencia establecen re-

laciones comerciales duraderas con sus interlocutores, así como buscan minimizar el riesgo de perder clientes mediante la prevención de errores y brindan a sus clientes confianza en el servicio de energía que adquieren.

De esta manera, dentro de los elementos de la responsabilidad social se consideran las normas al establecer estrategias para la recuperación de los recursos naturales del medio en los que las empresas están insertas, así como mecanismos que permitan evitar la muerte de aves con los aerogeneradores y la implantación de prácticas de responsabilidad social empresarial de protección del medio ambiente.

Luego, en relación con la dimensión “Programas de responsabilidad social empresarial”, puede observarse de forma similar que la mayor cantidad de respuestas emitidas por los directivos de las empresas con proyectos de energía eólica en La Guajira coinciden con la alternativa de respuesta “Casi siempre”, con un valor porcentual de frecuencia del 48,9%, seguido de “Siempre”, con un 25,4%, “Algunas veces”, con el 16,1%, “Casi nunca” con el 6,3% y “Nunca” con el 3,3%.

Estos resultados reflejan que dentro de los programas de responsabilidad social empresarial la vivienda y la salud siempre las considera la empresa con proyectos de energía eólica tendientes a mejorar la calidad de vida de la comunidad wayú, pues casi siempre incluyen programas de medio ambiente, educación, recreación y apoyo económico.

Por otra parte, el valor de la media aritmética de 3,79 se ubica en el intervalo del rango II del baremo diseñado para su categorización de 3,41 a 4,20. Esto indica que con alta frecuencia se evidencia que las empresas productoras de energía eólica realizan con las comunidades wayú programas de responsabilidad social empresarial tendientes al mejoramiento del medio ambiente, la educación, la salud, la recreación y el apoyo económico a favor de las comunidades asentadas en el entorno operativo de las empresas que producen energía eólica.

Al confrontar los resultados observados para esta dimensión con las teorías que la sustentan puede referirse que muestran concordancia con Robbins (2004), quien refiere que las empresas deberían desarrollar programas de bienestar enfocados a las condiciones físicas y mentales de los empleados.

De igual forma, el estudio realizado por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y la OIT (2005) en Colombia demuestra que la gerencia

actual tiene en cuenta para su gestión áreas sociales, humanas, comerciales y políticas, entre otras, e incluyen en su área estratégica diferentes programas. Además, explica que la ecoeficiencia consiste en maximizar el valor de la empresa, al mismo tiempo que esta minimiza el uso de recursos e impactos ambientales que afectan de forma negativa el entorno.

De igual forma, los resultados son concordantes con lo referido por Guédez (2006), quien señala que las empresas tienen la responsabilidad de cooperar en la solución de problemas que le atañen como miembro de la comunidad en la que operan, pues no hay manera de abstraerse del espacio y del tiempo en el que se insertan. La realidad las obliga a tomar conciencia no solo del medio ambiente mencionado, sino de problemas con los cuales coexiste: la pobreza, la inseguridad, la salud, la educación y la cultura.

El mismo Guédez (2006) afirma que, en atención a las iniciativas desplegadas bajo el criterio de atender las zonas de influencia o, en lo que algunos denominan “entorno operativo”, pueden mencionarse los casos del mantenimiento de las vías rurales y urbanas por las empresas, los programas de asistencia médica o de servicios educativos por las empresas que operan en la zona, la atención de servicios públicos especiales, la creación de fundaciones para preservar el patrimonio artístico y otras acciones de esta naturaleza.

Por su parte, Vila y Gimeno (2010) acotan que la sociedad cada vez demanda más responsabilidad social a las empresas, en aras de que todas sus actuaciones se dirijan hacia la satisfacción de los intereses de los *stakeholders* o grupos de interés. En el terreno empresarial, las organizaciones se plantean cada vez más la cuestión de por qué deben ser socialmente responsables.

En este contexto, las empresas tienen el deber de asumir responsabilidades para con la sociedad en la que se insertan. En primer término, tienen la responsabilidad de no perjudicar el medio ambiente como efecto colateral de su actividad económica en función de la conservación humana, pero, adicionalmente, dada su misión social, las empresas deben colaborar en la protección del medio ambiente –al menos en su entorno comunitario– al garantizar el sano desempeño de sus actividades en la zona (Kotler, 2006).

Las acciones empresariales englobadas en el concepto de responsabilidad social se han acentuado en los últimos años con un relevante desarrollo normativo. Sin embargo, frente a este impulso de carácter normativo-insti-

tucional se constata el inadecuado avance de las actuaciones concretas en la materia. Ante esta situación es necesario analizar y reflexionar sobre las medidas promovidas desde el ámbito legal para el fomento de la responsabilidad social por parte de las empresas, y develar así los entramados legales en los que se asientan las prácticas empresariales. De igual forma, poner de manifiesto cómo se origina desde la propia norma el papel secundario que se da a los empleados y sus representantes en el propio diseño y puesta en práctica de la responsabilidad social (Sánchez y Puente, 2017).

De tales apreciaciones se afirma que las empresas con proyectos de energía eólica con alta frecuencia buscan preservar el medio ambiente mediante la práctica de la ecoeficiencia, a fin de beneficiarse de las ventajas que este mecanismo tiene. Además, realizan la explotación racional de recursos naturales para el logro del desarrollo sostenible y ofrecen capacitación en diferentes áreas a los miembros de las comunidades asentadas en su entorno local.

En cuanto a la educación, dictan cursos de formación elemental a las comunidades wayú, ofrecen capacitación técnica para contratarlos como trabajadores, realizan talleres participativos con el propósito de concientizarlos de los beneficios que generan los proyectos eólicos, asignan recursos a fin de mejorar la calidad de vida habitacional de su entorno operativo y otorgan subsidios dirigidos a la construcción de rancherías a las comunidades asentadas en el entorno local.

En relación con las viviendas, las empresas realizan la reubicación de rancherías de las comunidades aledañas cuando se insertan los proyectos eólicos, efectúan jornadas asistenciales de salud en la comunidad wayú y capacitan en planificación familiar a las comunidades aledañas.

Sobre la salud, estas empresas realizan campañas preventivas de cáncer en la comunidad wayú. De igual forma, a fin de controlar la desnutrición en niños suministran medicamentos y realizan jornadas en las que se fortalece la religiosidad de las comunidades indígenas del entorno operativo. Para la recreación dan a conocer la riqueza cultural que poseen los indígenas wayú, organizan integraciones culturales en las que los indígenas exponen su cultura y proporcionan puestos de trabajo a las personas de las comunidades en las que se inserta.

Por último, se preocupan por la creación de fuentes de ingresos para beneficio económico de las comunidades en las que están insertos sus pro-

yectos eólicos, favorecen con recursos económicos para propiciar el desarrollo de microempresas al proporcionarles capital semilla a sus proyectos, gestionan el suministro de agua a las comunidades aledañas a sus proyectos eólicos a través de la desalinización del agua salada del mar y mejoran las vías de transporte en las comunidades del entorno operativo de los proyectos eólicos.

En lo concerniente a la dimensión “Balance social”, puede observarse la misma coincidencia de las dimensiones anteriores, en la cual el mayor porcentaje de respuestas se ubica en la alternativa de respuesta “Casi siempre”, con un 63,9%, seguido de “Siempre” con el 14,8%, “Casi nunca” con el 8,9%, “Algunas veces” con el 7,9%, y “Nunca” con el 5,3%.

Cabe también destacar que el valor de la media aritmética fue de 4,02, de modo que se posiciona en el intervalo que define al rango II, lo que indica que con alta frecuencia las empresas implementan la política empresarial, y los balances sociales reflejan programas de participación comunitaria, educación, energía, infraestructura y de protección al medio ambiente.

Los resultados referidos a esta dimensión mostraron concordancia con la óptica de Montes (2006), pues este sostiene que es necesario implementar, como política empresarial, un sistema de información que abarque las etapas de planificación, procesamiento, evaluación, control y exposición referido a la gestión social de la empresa.

De igual forma, para Gallego (2003) el balance social es un instrumento a través de la cual se pueden medir tanto cuantitativa como cualitativamente las actividades sociales que llevan a cabo las empresas, sea cual sea su clasificación. Es así como, mediante su uso, se mejora el rendimiento organizacional y, de esta manera, se obtiene más rentabilidad, imagen y proyección de la empresa.

Por otra parte, Góngora, Rodríguez y Zumárraga (2017) consideran que el balance social cooperativo es un instrumento de medición del impacto social de la cooperativa en su comunidad y una ponderación que establece un balance entre los beneficios sociales y el éxito en los negocios.

Hoy más que nunca resulta indispensable para el desarrollo de la empresa emplear técnicas y procedimientos participativos y transparentes que tengan como principal objeto observar, registrar y controlar el cum-

plimiento de las metas sociales establecidas por ella en cualquiera de sus ámbitos.

Dentro de los parámetros descritos se afirma que las empresas de energía eólica, con alta frecuencia, realizan un informe social en el que reflejan las inversiones ejecutadas en beneficio de las comunidades en las que están insertos los proyectos. Además, reconoce el balance social como una herramienta de gestión empresarial que le permite planear acciones coherentes con las de su entorno, por lo que tiene estructurada una política social que fija parámetros dentro de los que se desarrollen las acciones tendientes al cumplimiento de su responsabilidad social.

En referencia a los programas a ser incluidos en el balance social, los resultados reflejan concordancia con el modelo presentado por la OIT (2001), los cuales sugieren identificar plenamente al definirlos como aquellos proyectos que se emprenden para mejorar la calidad de vida de las personas, tales como acueducto, alcantarillado, electrificación, educación, infraestructura, etc. Dentro de estas perspectivas, se afirma que las empresas, con alta frecuencia, realizan un control periódico a la información suministrada en el balance social e informan sobre rubros para la generación de empleo en los que participa la comunidad asentada en la zona de influencia.

Los resultados obtenidos sobre los programas dentro del balance social se encuentran en concordancia con los planteamientos de Fernández y Galleo (1996), en su libro *Balance social, fundamentos e implementación*, el cual concluye que no existe en consecuencia un modelo único aplicado universalmente, pero sí algunos criterios, al igual que puntos de partida, que permitirán más adelante tener unos parámetros de medición comunes y homologables.

Los mismos autores presentan modelos de balance social para diferentes sectores como son el sector comercio, el sector salud, las entidades de beneficio social, las cajas de compensación familiar, para el sector cooperativo, el sector de la construcción, empresas de servicios públicos, el sector financiero, el sector educativo y los gremios.

Con base en lo expuesto, las empresas de energía eólica, en relación con la responsabilidad social empresarial externa, reflejan con alta frecuencia rubros para la generación de empleo en los que participa la comunidad asentada en la zona de influencia en el desarrollo de actividades mercantiles. De igual manera, ponen en evidencia las inversiones en programas

de salud, vivienda social, educación, promueven la capacitación y brindan informaciones sobre beneficios porcentuales tarifarios en el suministro de energía eólica a las comunidades wayú, a fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Para finalizar con el balance social, los resultados señalaron que con alta frecuencia el medio ambiente, dentro de este instrumento, concuerda con las bases teóricas expuestas sobre el impacto ambiental, en las cuales se expone que a las compañías se les insta a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, el acceso al agua potable, el saneamiento básico, la vivienda, la alimentación y el transporte tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la responsabilidad social corporativa motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

De lo expuesto se afirma que las empresas de energía eólica reflejan con alta frecuencia en el balance social inversiones en los programas

Tabla 14

Comportamiento de la variable Responsabilidad social empresarial en el área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y el procesamiento de la sal en La Guajira
(Cuestionario 2 comunidades indígenas wayú)

Dimensión	Indicadores	No (%)	Sí (%)
Beneficios sociales	Acueducto	7,5	92,5
	Energía	85,0	15,0
	Alcantarillado	87,5	12,5
	Infraestructura	42,5	57,5
	Medio ambiente	71,7	28,3
	Educación	37,5	62,5
	Vivienda	65,0	35,0
	Salud y alimentación	43,0	57,0
	Cultura, leyes, religión	42,5	57,5
	Economía	32,5	67,5
	Total	51,47	47,53

Fuente: elaboración propia.

de educación, energía, participación social y contribuciones de asistencia a desastres naturales de las comunidades aledañas a su entorno operativo. Aunado a esto, presentan rubros en los que efectúan actividades con la comunidad con el fin de no dañar el medio ambiente y disminuir así los riesgos. Esto con el propósito de no comprometer la capacidad de generaciones futuras y contribuir al desarrollo sostenible y sustentable de la humanidad; en fin, se preocupan por invertir en programas que contribuyen a preservar el medio ambiente de su entorno operativo.

Como se puede observar en la tabla 14, al promediar los resultados generados por la tabulación de las encuestas aplicadas a las comunidades wayú en relación con los beneficios obtenidos por las empresas con proyectos de energía eólica, se evidencia que la variable *Responsabilidad social empresarial* tuvo un promedio para la alternativa “Sí” de 47,53%, y para la alternativa “No” de 51,47%. Por tanto, se puede decir que hay un cierto equilibrio entre los beneficios sociales recibidos por parte de estas empresas y los programas que no están muy presentes dentro de los beneficios recibidos que deben hacer parte de la responsabilidad social empresarial.

De igual forma, cabe señalar que estos resultados contradicen en algunos aspectos lo mencionado y lo fundamentado en las bases teóricas de la presente investigación, pues estos señalaron que no contemplan el alcantarillado, la energía, la vivienda, los programas para preservar el medio ambiente ni las ayudas económicas.

Sin embargo, se sienten beneficiados con programas de acueducto o suministros de agua, infraestructura o arreglos de vías, programas de educación más que todo en la primaria, en programas de salud y alimentación, además de que se les respetan la cultura, las leyes y su religión. De acuerdo con los beneficios sociales expuestos, en su mayoría, las empresas con proyectos de energía eólica dentro de sus programas incluyen muy poco estos aspectos, lo cual no contribuye a mejorar la calidad de vida de la comunidad wayú.

En este sentido, cabe resaltar que las comunidades wayú afirman que no son beneficiadas por muchos de los programas que las empresas afirman desarrollar. Esto coincide con los estudios realizados por la Organización Nacional Indígena (2006), según la cual el sistema de acueducto del área urbana de Uribia tiene una cobertura aproximada de un 70% de la población existente, y proviene de pozos profundos que suministran agua salobre;

por su parte, el sistema de alcantarillado sanitario cubre, principalmente, la zona central del casco urbano, con una cobertura de población del 27%.

Además, con respecto a la cobertura del servicio de energía eléctrica en el área rural, algunos corregimientos cuentan con plantas de energía tipo diésel que funcionan de forma deficiente. Por otra parte, funcionan ciento setenta y nueve establecimientos educativos dispersos según las necesidades de la población y se ha iniciado la educación básica secundaria en los corregimientos. El informe afirma que las condiciones de salud de La Guajira se ven reflejadas en las primeras causas de morbimortalidad, predominando las infecciones agudas de las vías respiratorias, las infecciones sistémicas, el poliparasitismo intestinal y los trastornos del aparato urinario, de la piel y del tejido celular subcutáneo.

Para el 2005, Uribia es el municipio que presenta mayor mortalidad infantil en La Guajira. En conclusión, se tiene que la responsabilidad social empresarial debe ser propositiva y proactiva, de modo que debe ir más allá de acciones aisladas y desarticuladas de la dinámica interna de la empresa y su entorno, pues requiere de una política empresarial comprometida.

Caso 3: responsabilidad social en universidades públicas autónomas de La Guajira

Para el tercer caso, referido a la responsabilidad social en las universidades, el análisis de los resultados se presenta desde el análisis de la entrevista, para su posterior categorización y estructuración, y así, finalmente, formular lineamientos estratégicos que tienen como propósito generar un plan de acción conducente al efectivo cumplimiento de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.

Para esto, tal y como se especificó en detalle en el aspecto metodológico de la investigación, se hizo uso de la entrevista semiestructurada y como informantes clave se consideró la pertinencia de trabajar con decanos de facultades, además de docentes de diferentes programas, lo que permitiera obtener la visión del fenómeno a partir de estos estamentos.

Con base en estas consideraciones, se presenta a continuación la estructuración realizada mediante el proceso de categorización al tomar lo señalado por Martínez (2007) con respecto a las investigaciones etnográficas. Esto con el fin de alcanzar los resultados a través de las entrevistas

realizadas a los informantes, para lo cual se llevaron a cabo los siguientes pasos:

- Transcripción de la información protocolar, subrayando las palabras más relevantes o significativas. Luego de grabar las entrevistas se procedió a transcribir toda la información, teniendo en cuenta los argumentos expresados por cada informante clave.
- Se dividió el contenido en porciones o unidades temáticas (dentro de los párrafos, grupos de párrafos que expresan una idea o concepción central). Las unidades temáticas encontradas en cada entrevista se extrajeron con la finalidad de construir de manera progresiva las categorías que emergen de cada entrevistado.
- Se procedió a la categorización, es decir, se clasificó mediante expresión clara e inequívoca (categoría descriptiva) el contenido o la idea central de cada unidad temática.
- Se asignaron subcategorías a las categorías con el mismo nombre con propiedades o atributos diferentes. La subcategoría es el derivado de una categoría con propiedades proposicionales que aportan información de cuándo, dónde, por qué y cómo un fenómeno es probable que ocurra. La función es especificar con mayor amplitud características y propiedades del fenómeno, las cuales se representan en esta investigación a través de los cuadros semánticos.
- De igual forma, se desarrollaron en los cuadros semánticos las ideas centrales emergentes del informante, las cuales se integraron en una categoría más amplia y comprensiva. Este proceso se denomina “codificación axial” debido al eje de relación que se da entre las categorías menores.
- Posteriormente, se agruparon las categorías de acuerdo con su naturaleza y su contenido. El procedimiento que se usa en este punto depende mucho de la imaginación y la capacidad del investigador, de allí que de cada teoría emergente la genere el informante clave.
- Por último se realizó el análisis de acuerdo con las teorías que emergen, y así se desarrollaron constructos teóricos.

En función a lo referido, a continuación se presentan las entrevistas y los cuadros semánticos que ponen en relieve todo lo referido a los códigos

que emergieron de cada informante, a través de ideas claves que se generaron en la codificación de la entrevista. En este sentido, puede observarse la transcripción de la entrevista del primer informante clave en la tabla 15.

Tabla 15
Transcripción de la entrevista: Informante 1:codificación abierta

Códigos	Línea	Entrevista, informante 1.
Responsabilidad social	1	Investigadora. Presentación. El tema que estoy
Proyección social	2	desarrollando tiene que ver con cómo estable-
Extensión o proyección social	3	cer la responsabilidad social en universidades
Sociedad	4	públicas autónomas. Para esto desarrollé una
Responsabilidad social	5	serie de preguntas estandarizadas que puede
Misión institucional	6	abrirse en la medida en que conversemos.
Identidad para las instituciones	7	La primera pregunta es la siguiente:
Filosofía real	8	1. Investigador. ¿Hacia qué área están dirigidos los esfuerzos de esa responsabilidad social allá en la institución?
Proyección social	9	
Razón de ser	10	
Generar conocimientos	11	Informante 1. Bueno, aquí hay que hacer como
Transmitir conocimientos	12	un, un, un alto en el camino porque es necesario como, como identificar la responsabilidad social en las instituciones de educación superior , porque a veces pudiese uno pensar que una de las misiones que tienen las universidades, que es la proyección social , es responsabilidad social y cuando hacemos extensión o proyección social estamos haciendo responsabilidad social, eso puede entrar a, a, a confundir eh, digamos las dos cosas, y separar una de la otra también es como, como difícil porque van como encaminado precisamente las dos a la, a la, a lo mismo. Eh, la extensión, la extensión o y/o proyección social eh, va orientado precisamente a que el conocimiento que se genera el, al interior de la universidad eso impacta en la sociedad para solucionar los problemas que tiene la sociedad, y la sociedad es nuestro entorno , eh, si nosotros analizamos las definiciones de responsabilidad social eso es lo que es de alguna manera la responsabilidad social es, eh, digamos, el compromiso que tiene la institución para ayudar a mitigar y a resolver los problemas del entorno, entonces nosotros podemos decir que estamos cumpliendo, que
Crear conciencia	13	
Programa medioambiental	14	
Generaciones conciencia	15	
Preservación del medio ambiente	16	
Calentamiento global	17	
Valores	18	
Principios	19	
Ética	20	
Plataforma ética	21	
Códigos de ética	22	
Filosofía	23	
Comportamientos individuales	24	
Comportamientos de la cultura organizacional	25	
Programas de responsabilidad social	26	
Proyección social	27	
	28	
	29	
	30	
	31	
	32	
	33	
	34	
	35	
	36	

Códigos	Línea	Entrevista, informante 1.
Ciencias gerenciales Investigaciones Nuevo pensamiento Teoría en las acciones concretas Rendición de cuenta Cultura gerencial Sensibilidad social Estamento docente, estamento estudiante	37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79	estamos haciendo responsabilidad social. Ahora, si eso lo dejamos solamente así, o sea, estamos cumpliendo la función, allí es donde no, donde no, donde no se encuentra esa, esa separación conceptual, pienso entonces que eh, la universidad tendría que ir mucho más allá de la simple, eh, del, del, de esa misión institucional que tiene de, de la extensión y entonces establecer ya con criterios muy propios y con una identidad para estas instituciones la responsabilidad social; entonces eh, y ahí, y ahí es a donde, donde de pronto vuelve y como que se confunde la, el, el concepto, entonces en, en, en estas universidades hay que establecer realmente eh, cuál es la filosofía real de la responsabilidad social y cuál es la, la misión, la, la misión esa, la misión esa de la extensión y la proyección social. 2. Investigadora. ¿Se han establecido en la institución acciones a favor del, del medio ambiente? Informante 1. La verdad que, podemos decir que, que la universidad de alguna manera ha estado como, yo digamos, no de espalda, porque si su razón de ser es generar conocimientos, transmitir conocimientos, es crear conciencia y cultura en la gente, el solo hecho de tener un programa medioambiental podíamos decir que está cumpliendo con esa, con esa misión de generar en las nuevas generaciones una conciencia y una cultura hacia la preservación del medio ambiente y todas las eh, las prevenciones que hay que tener en las amenazas que hoy tenemos, por ejemplo, las amenazas del, del calentamiento global , los movimientos telúricos, de, de desorden, este, plusvial, etc., entonces allí podíamos decir que está cumpliendo la universidad, pero volvemos a lo mismo, si es una responsabilidad social tendría que ir por encima de eso, entonces la universidad tendría que, ella misma eh, generar acciones concretas frente a la mitigación de

Códigos	Línea	Entrevista, informante 1.
	<p>80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120</p>	<p>los posibles impactos que la misma universidad puede estar generando en él, los problemas medioambientales.</p> <p>3. Investigadora. ¿Cuáles considera usted son los elementos de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 1. Hay muchos [risa], muchos elementos de, de la responsabilidad social que algunos tienen que ver más que todo con, con los valores eh y lo, los principios, digamos la plataforma ética de, de la institución y como te comentaba inicialmente eh, la universidad tiene identificado cuáles son esas, esa estructura de valores y como debe, eh, la universidad gestionar esa plataforma para lograr digamos, eh, una eficiencia en ese código de, de ética a la institución.</p> <p>4. Investigadora. ¿Dónde están plasmados esos elementos de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 1. Bueno como te dije, je, eh, en la, en la primera pregunta, los tenemos eh, digamos, por decirlo distribuidos o si me vales el término, regado en todos los documentos rectores que la universidad tiene, pero lo ideal es que la universidad recoja en un solo documento todos esos elementos eh, este, digamos toda esa plataforma ética y generar lo que hoy se denomina eh, “los códigos de ética” que, este, donde estén claramente definidos y además toda una filosofía de la acción para que esos valores no sean solamente eh, digamos comportamientos individuales y ocasionales, sino que se conviertan en los valores que guían las acciones y los comportamientos de la cultura organizacional de la universidad.</p> <p>5. Investigadora. ¿Cómo impulsa la institución los programas de responsabilidad social?</p> <p>Informante 1. Como te digo, no hay, no, no hay, la universidad no tiene unos programas de responsabilidad social concretos y específicamente definidos como tal, de pronto, eh, con las acciones de extensión y proyección social se hacen algunas cosas que pueden ir en esa</p>

Códigos	Línea	Entrevista, informante 1.
		<p>misma dirección, pero no es lo que...</p> <p>Investigadora. ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 1. Bueno ahora, ahora con digamos con, con el estudio de las ciencias gerenciales por muchos de nosotros, eh, hay como, como, digamos, el, el, el concepto claro de lo que se debe, de lo que se debe hacer en materia de responsabilidad social y hay mucha, digamos, inquietud al respecto, hay muchas investigaciones que están orientadas a eso, eh, yo pienso que eso es una, una nueva dinámica, una nueva, un nuevo pensamiento, una nueva generación de profesionales que eh, tienen que eh el, materializar eso que está en la teoría en las acciones concretas que hablamos inicialmente.</p> <p>Investigadora. ¿Qué conceptos tiene del balance social?</p> <p>Informante 1. No, el balance social es una, una herramienta, eh, fundamental en las emp..., en las instituciones de carácter público y sobre todo en las de carácter académico, porque la, digamos, la rendición de cuenta de los gerentes públicos hoy, además de, de ser parte de una cultura gerencial tienen que, es, es una, o, una situación digamos eh, obligada por la norma, entonces esa, ese balance sirve para que el, los gerentes, la organización le rinda cuenta a la sociedad de sus acciones, no solamente desde el punto de vista de lo que de pronto nos interesa conocer o ver en una institución es como aplicamos el presupuesto y como el flujo de caja se, se invierte, o, o se maneja, sino que ahí vamos mucho más allá desde el punto de vista de, de lo cualitativo y de la sensibilidad social que tiene la institución y allí con eso, eh, con ese, con ese balance puede, eh, la comunidad y puede cualquier grupo de interés eh, comparar eso, eso con la realidad institucional.</p>

Códigos	Línea	Entrevista, informante 1.
		<p>Investigadora. ¿Cuáles son los grupos de interés de la universidad de La Guajira?</p> <p>Informante 1. Bueno, realmente los grupos de interés de la universidad, eh, tenemos, internamente tenemos los estamentos universitarios: estamento docente, estamento estudiante, estamento profesoral, eh, el, el grupo administrativo, tenemos los proveedores, eh, tenemos la sociedad que está dividida obviamente en sectores económicos, este, sectores, eh, sectores sociales, eh, grupos religiosos, es decir que yo pienso que casi todos los, los grupos, eh, sociales y económicos, eh, hacen parte de los grupos de interés de la institución, ese es un patrimonio de todos.</p> <p>6. Investigadora. ¿De qué manera se presentan en la universidad los resultados de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 1. No hay, no hay un instrumento que sirva para eso, como te comente inicialmente.</p> <p>Investigadora. Uhm. Ok. Bueno doctor Sierra, muy amable por atendernos, por respondernos pues estas preguntas que...</p> <p>Informante 1. Gracias, gracias a ustedes por considerarme informante clave.</p> <p>Investigador. Ok, listo, muy amable.</p>

En la tabla 16, se presenta el “Cuadro semántico 1”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 1 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 1 en estructura particular

Desde la perspectiva referida por el primer informante se infirió que la dinámica institucional plantea un objetivo, formula un plan, considera los recursos físicos, espaciales y temporales, actúa, evalúa y aprende a la par con la intención de alcanzar el objetivo planteado y la satisfacción de necesidades en función de normas establecidas.

Tabla 16

Cuadro semántico I: ideas claves para establecer responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Proyección social
Proyección social	Sociedad	Trasmitir conocimiento	
La responsabilidad social en las instituciones de educación superior , porque a veces pudiese uno pensar que una de las misiones que tienen las universidades, que es la proyección social , es responsabilidad social y cuando hacemos extensión o proyección social .	Impacta en la sociedad para solucionar los problemas que tiene la sociedad, y la sociedad es nuestro entorno , eh, si nosotros analizamos las definiciones de responsabilidad social . Esa misión institucional que tiene de, de la extensión y entonces establecer ya con criterios muy propios y con una identidad para estas instituciones . Filosofía real de la responsabilidad social y cuál es la, la misión, la, la misión esa, la misión esa de la extensión y la proyección social .	Su razón de ser es generar conocimientos, transmitir conocimientos, es crear conciencia y cultura en la gente, el solo hecho de tener un programa medioambiental podríamos decir que está cumpliendo con esa, con esa misión de generar en las nuevas generaciones una conciencia y una cultura hacia la preservación del medio ambiente y todas las eh, las prevenciones que hay que tener en las amenazas que hoy tenemos, por ejemplo, las amenazas del, del calentamiento global , los movimientos telúricos, de, desorden. La responsabilidad social que algunos tienen que ver más que todo con, con los valores eh y los, los principios , digamos la plataforma ética de, de la institución.	La proyección social debe ser vista como aquel proceso regulador del esfuerzo de una organización, entendida de la misma forma como la “conciencia del desarrollo” de la empresa y puede darse como planificación estratégica, operacional, prospectiva, situacional, entre otros.

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se develan las categorías “Proyección social” y “Sociedad”, y se interpretó de lo expuesto por el informante que el avance sustentable del nivel de calidad organizacional permite modernizar los procesos tanto en el contexto universitario como empresarial con el fin de estandarizar la igualdad, el bien común y la justicia social, en todas las instituciones.

De esto se originaron las categorías “Transmitir conocimiento” y “Comportamiento individual y proyección social”. Es necesario que las universidades públicas autónomas vayan más allá de la responsabilidad legal en materia de justicia social, no solo al cumplir con lo establecido en leyes nacionales, sino al innovar nuevas formas de administración de recursos para dichos fines sociales.

En la tabla 17 puede observarse la transcripción de la entrevista del segundo informante clave.

Tabla 17
Transcripción de la entrevista: Informante 2
Codificación abierta

Códigos	Línea	Entrevista, informante 2
Intervenir	1	Investigadora. Presentación. El tema que estoy desarrollando tiene que ver con la forma de
constantemente	2	
Programa de Ingeniería	3	
Ambiental	4	
Comunidad, compromiso	5	
Seriedad, equidad	6	
Iniciativa de obtener un	7	
orden	8	
Gestión ambiental	9	
Relación con la	10	
comunidad	11	
Comportamiento	12	1. Investigadora. ¿Hacia qué áreas están dirigidos los esfuerzos de la responsabilidad social aquí en la institución?
Comportamientos	13	
negativos	14	Informante 2. Verdaderamente que la institución no tiene, eh, no se esfuerza mucho por tener esa responsabilidad social. Por responsabilidad social se entiende que debe intervenir constantemente en la institución, en el medio, mostrando que ella puede poner un grano de arena en aquellas cosas que verdaderamente la
Deber ser	15	
Principios	16	
Programas	17	
Compromisos	18	
Grupos de interés	19	
	20	

Códigos	Línea	Entrevista, informante 2
Diagnóstico	21	la sociedad necesita, y no, no es que nosotros no
Plan inicial	22	hayamos comprometido tanto en ese proceso, lo
Recursos	23	siento yo, pues.
Valores	24	2. Investigadora. ¿Se han establecido acciones a
	25	favor del medio ambiente?
	26	Informante 2. Muy a pesar de que tenemos una
	27	facultad, una, un programa de, de ingeniería
	28	ambiental no, no son tan, tan notorias las, las
	29	acciones que se han realizado acá en la univer-
	30	sidad.
	31	15. Investigadora. ¿Cuáles considera usted son
	32	los elementos de la responsabilidad social?
	33	Informante 2. Bueno, la responsabilidad social
	34	es, eh, digamos lo que lo, que lo, los elementos
	35	son, como su nombre lo dice: responsabilidad,
	36	compromiso, que ese compromiso que debería-
	37	mos tener con, con la comunidad, compromiso,
	38	eeeh, seriedad, equidad, eh, con todos los, los
	39	entes que involucren o que tengan que ver con
	40	la, con la institución.
	41	16. Investigadora. ¿Dónde, eh, están plasma-
	42	dos, eh, los elementos de la responsabilidad so-
	43	cial aquí en la universidad?
	44	Informante 2. Lastimosamente no sé, no se co-
45	noce un programa o algo que lesione la respon-	
46	sabilidad social dentro de la organización, de la,	
47	de la universidad, o sea, a mi parecer todavía no	
48	he visto que se pueda contemplar.	
49	3. Investigador. ¿Cómo impulsa la institución	
50	los programas de la responsabilidad social?	
51	Informante 2. Como lo venía diciendo, no, no	
52	tiene la institución algo definido en cuanto a	
53	responsabilidad social, de pronto esta investi-	
54	gación podría servir, servirnos para tomar esa	
55	iniciativa de obtener un orden.	
56	4. Investigadora. ¿Cuáles considera usted son	
57	esos programas que se deberían atender?	
58	Informante 2. Esos programas se tendrían que	
59	atender de acuerdo a los, a los programas y	
60	como sí que cuenta la universidad que es Ad-	
61	ministración de Empresas, Gestión Ambiental,	
62	Ingeniería Ambiental, eh, de a partir de esos	
63	programas sí debería de haber una relación con	

Códigos	Línea	Entrevista, informante 2
	63	la comunidad y ahí, y así apuntar hacia lo que
	64	es la responsabilidad social de la universidad.
	65	5. Investigadora. ¿De qué manera se refleja en
	66	la comunidad unitaria, universitaria el impacto
	67	de la responsabilidad social?
	68	Informante 2. Se refleja más que todo con el
	69	comportamiento de estudiantes y directivos, di-
	70	rectivos y, y docentes.
	71	Investigadora. ¿O sea que sí hay responsabili-
	72	dad social y se refleja en ellos?
	73	Informante 2. Ah, o sea, digamos no, se refleja
	74	en el sentido que, que, que le quiero decir, de
	75	que si no hay responsabilidad social, y miren el
	76	comportamiento que tienen muchos estudiantes,
	77	comportamientos que tienen muchos docentes,
	78	porque nosotros no apuntamos a saber lo que es
	79	la responsabilidad social, eso por lo tanto, a veces
	80	comportamientos negativos , desde el deber ser es
	81	que se ve un comportamiento de acuerdo a los
	82	principios , normas, eh, procesos que rigen la res-
	83	ponsabilidad social.
	84	6. Investigadora. ¿Qué concepto tienen del ba-
	85	lance social en la universidad?
	86	Informante 2. Pues no, no, no tengo ningún
	87	concepto porque aquí no se vislumbra nada de
	88	eso.
	89	7. Investigadora. ¿Qué aspectos considera usted
	90	debe contener el balance social?
	91	Informante 2. Debe contener todo aquello que,
	92	que la institución de acuerdo a sus programas
	93	pueda hacer impacto a través de la universidad
	94	allá a, a extensión, o sea lo que es la comunidad.
	95	22. Investigadora. ¿Cuáles serían los que, los
	96	compromisos con los grupos de interés de la
	97	universidad?
	98	Informante 2. Los compromisos con los grupos de
	99	interés, claro está son diferentes grupos de inte-
	100	rés que tanto interno como externo ya todo va de
	101	acuerdo a aquello que la universidad, qué fortaleza
	102	tiene la universidad con sus programas que podría
		llevarle aquellos grupos, ya, eso ya podría hacer-
		se un trabajo bien organizado con un diagnóstico
		eh, y mirar qué, cuáles son esas necesidades que

Códigos	Línea	Entrevista, informante 2
		<p>presentan esos grupos de interés para que la universidad apunte a colocar en sus programas de responsabilidad social como es llevar a cabo, eh, o sea hacer impacto en esas, en esos grupos de interés.</p> <p>Investigadora. ¿De qué manera se presentan los resultados de la responsabilidad social en la universidad?</p> <p>Informante 2. Deberían de presentarse eh, eh, en todos a final de cada semestre de esos resultados porque si tenemos un plan inicial, ya al final nos va a arrojar que fue lo que hicimos en tal comunidad y, y en y que estamos apuntando a lograr que tal comunidad cambie, que se consigan, que se consigan, eh, recursos, que se consigan cambios en, eh, eh, en con personas, valores, que, que seamos en la universidad como tal mejores personas, haya más entendimiento, hayan menos problemas entre, eh, todos los que laboramos en ella.</p> <p>Investigadora. Ok, muchas gracias doctora, muy amable por atendernos, que Dios le bendiga.</p> <p>Informante 2. Amen, y espero que mi información le sirva para su investigación.</p> <p>Investigadora. Ok, gracias.</p>

En la tabla 18 se presenta el “Cuadro semántico 2”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 2 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 2 en estructura particular

De acuerdo con el informante clave surgen diversas categorías. La primera es “Proyección social”. En esta, la universidad, a través de sus programas, puede ejercer impacto en su contexto. En este sentido, los programas deben establecerse de tal forma que consideren también el ambiente externo de la institución. Al considerar para esto los compromisos que puedan establecerse con los grupos de interés tanto internos como externos para que, de esta forma, todo se encamine de acuerdo con aquello que sea de beneficio común t para la universidad y su medio circundante.

Tabla 18

Cuadro semántico II: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Gestión de calidad de la responsabilidad social
Proyección social	Diagnósticos universitario	Habilidades del gerente	
Debe contener todo aquello que, que la institución de acuerdo a sus programas pueda hacer impacto a través de la universidad. Los compromisos con los grupos de interés, claro está son diferentes grupos de interés que tanto interno como externo ya todo va de acuerdo a aquello que la universidad, que fortaleza tiene la universidad con sus programas.	Ya podría hacerse un trabajo bien organizado con un diagnóstico, y mirar qué, cuáles son esas necesidades que presentan esos grupos. Deberían de presentarse eh, eh, en todos a final de cada semestre de esos resultados porque si tenemos un plan inicial, ya al final nos va a arrojar que fue lo que hicimos en tal comunidad.	Apuntando a lograr que tal comunidad cambie, que se consigan, que se consigan, eh, recursos, que se consigan cambios en, eh, eh, en personas, valores, que, que seamos en la universidad como tal mejores personas, hayan más entendimiento, hayan menos problemas entre, eh, todos los que laboramos en ella.	El nuevo paradigma de la responsabilidad universitaria debe tratar de superar el enfoque de la “proyección social y extensión universitaria” como “apéndices” bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la responsabilidad social universitaria.

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, surgió también lo referente al diagnóstico universitario, lo que permite realizar un trabajo bien organizado y verificar *a priori* cuáles son esas necesidades que presentan esos grupos. Se deben presentar al final de cada semestre esos resultados, ya que si se tiene un plan inicial, al final se puede verificar si este se ha cumplido y se han logrado los objetivos establecidos.

De igual forma, resaltan las habilidades del gerente, las cuales deben estar orientadas a lograr que la comunidad cambie, que se consigan los recursos y cambios en las personas a través de la vivencia de valores. Asimismo, que

seamos en la universidad como tal mejores personas, exista más entendimiento y menos problemas entre todos los que laboramos en ella.

De esta forma, el balance social, el diagnóstico de la responsabilidad social y los recursos institucionales están orientados a ejecutar labor social en beneficio de comunidades. Se evidenció que la universidad las asume para lograr propósitos en el contexto del proyecto sociopolítico adelantado por estas.

En la tabla 19 se puede observar la transcripción de la entrevista del tercer informante clave.

Tabla 19
Transcripción de la entrevista: Informante 3
Codificación abierta

Códigos	Línea	Entrevista, informante 3
Toma de decisiones Ética Problemas ambientales Compromiso institucional Conducta ética Balance social	1	Investigadora. Presentación. El tema que estoy desarrollando tiene que ver con la forma
	2	de cómo se organizan los saberes en la uni-
	3	versidad. Para verificar que se pudiera hacer
	4	en el sentido de que se desarrolle una especie
	5	de saber transdisciplinario, ese puente neces-
	6	ario entre disciplinas que permita la comuni-
	7	cación entre los distintos saberes en que la
	8	universidad se organiza. Para ello desarrollé
	9	una serie de preguntas estandarizadas que
	10	puede abrirse en la medida en que conver-
	12	semos.
	13	
	14	La primera pregunta es la siguiente:
	15	1. Investigadora. ¿Cómo se reflejan en la ins-
16	titución las fuerzas reflexivas que intervienen	
17	en la toma de decisiones gerenciales a partir	
18	del pensamiento estratégico?	
19	Informante 3. Las tomas de decisiones en la	
20	universidad se hacen de una manera no muy	
21	organizada y están signadas por el momento	
22	que se esté pasando.	
23	2. Investigadora. ¿Cuáles aspectos considera	
24	que intervienen en la toma de decisiones de	
25	la universidad?	
26	Informante 3. Generalmente, se toman de-	
27	cisiones considerando el problema que existe	

Códigos	Línea	Entrevista, informante 3
	28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69	<p>sin analizar los otros aspectos (como, por ejemplo, qué consecuencias puede tener la decisión a tomar).</p> <p>3. Investigadora. ¿Hacia qué áreas están dirigidos los esfuerzos de la responsabilidad social de la institución?</p> <p>Informante 3. Hacia las áreas de salud, la educación, la ética, los problemas ambientales.</p> <p>4. Investigadora. ¿Se han establecidos acciones a favor del medio ambiente?</p> <p>Informante 3. Sí, en la actualidad hay comisiones que están trabajando en este sentido, por ejemplo, para la recuperación de la cuenca del lago de Maracaibo.</p> <p>5. Investigadora. ¿Cuáles considera usted son los elementos de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 3. Los elementos de la responsabilidad social son el compromiso institucional que se hace a través de las normas y los beneficios para la sociedad que ese compromiso induce tanto en la conducta ética, el desempeño medioambiental, la salud, la cultura y los deportes.</p> <p>6. Investigadora. ¿Dónde están plasmados los elementos de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 3. En una normativa.</p> <p>7. Investigadora. ¿Cómo impulsa la institución los programas de responsabilidad social?</p> <p>Informante 3. A través de una cátedra libre sobre responsabilidad social.</p> <p>8. Investigadora. ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 3. A través de las actividades de extensión y de servicio comunitario, entre otras.</p> <p>9. Investigadora. ¿Qué concepto tiene del balance social en la universidad?</p> <p>Informante 3. Tengo un concepto positivo sobre el balance social en la universidad. A pesar de que los esfuerzos en este sentido se</p>

Códigos	Línea	Entrevista, informante 3
	70	han estado implementando de un tiempo
	71	para acá (cinco años) ya se ven resultados
	72	positivos. De hecho, estos serán presentados
	73	en una jornada sobre responsabilidad social
	74	que realizará nuestra institución.
	75	10. Investigadora. ¿Qué aspectos considera
	76	debe contener el balance social?
	78	Informante 3. El comportamiento ético y el
	79	compromiso con la sociedad.
		11. Investigadora. ¿Cuáles son los grupos de
		interés de la universidad?
		Informante 3. Los grupos indígenas y los de
		las comunidades más necesitadas.
		12. Investigadora. ¿De qué manera se pre-
		sentan los resultados de la responsabilidad
		social?
		Informante 3. A través de una cátedra libre y
		de jornadas de responsabilidad social.

En la tabla 20 se presenta el “Cuadro semántico 3”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 3 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 3 en estructura particular

Del análisis de la entrevista del Informante 3 surge como categoría de interés “Procesos de administración”, los cuales deben ser el objetivo principal de una buena gestión educativa, es decir, la búsqueda de la consecución de resultados de la organización a través de la satisfacción de las necesidades del entorno educativo.

En relación con la generación de estrategia y la toma de decisión y compromiso institucional se interpretó que es relevante reconstruir la necesidad de contribuir a sistematizar y darle sustento teórico a la gestión educativa desarrollada por los departamentos académicos de las universidades públicas. Al mismo tiempo, es necesario considerar los cambios experimentados en los sistemas productivos y sociales que han repercutido en las transformaciones de las estructuras educativas institucionales, entre ellas el

Tabla 20

Cuadro semántico III: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Planes de acción de la responsabilidad social
Toma de decisión	Compromiso institucional	Proyección social	
<p>Ideas que permiten tomar la mejor decisión. Yo siempre tomo en cuenta un método denominado Proact (por las siglas de problema, objetivos, alternativas, consecuencias transacciones), para la toma de decisiones. Las tomas de decisiones en la universidad se hacen de una manera no muy organizada y están signadas por el momento que se esté pasando.</p>	<p>Hacia las áreas de salud, la educación, la ética, los problemas ambientales. Los elementos de la responsabilidad social son el compromiso institucional que se hace a través de las normas y los beneficios para la sociedad que ese compromiso induce tanto en la conducta ética, el desempeño medioambiental, la salud, la cultura y los deportes.</p>	<p>Tengo un concepto positivo sobre el balance social en la universidad. A pesar de que los esfuerzos en este sentido se han estado implementando de un tiempo para acá.</p>	<p>Integrar en la toma de decisiones la visión a largo plazo (filosofía de gestión), la de mediano plazo (planes estratégicos funcionales) y la visión a corto plazo (planes operativos), considerando a su vez los planes específicos que no dan lugar a otras interpretaciones y los planes de uso único, diseñados específicamente para hacer frente a las necesidades en una situación inmediata.</p>

Fuente: elaboración propia.

régimen de gestión educativa, la cual ha sufrido una particular evolución marcada por demandas políticas, económicas y sociales, de acuerdo con el momento histórico en el que ha operado.

En este sentido es necesario integrar el proceso de toma de decisiones que sean programadas y no solo no programadas, las cuales son las que se toman únicamente para abordar las situaciones cuando se presentan. Se requiere establecer procesos de toma de decisiones basados en la visión institucional y considerar al mismo tiempo los planes diseñados específicamente

mente para hacer frente a las necesidades de la institución y el entorno con la finalidad de dar respuesta a la responsabilidad social.

En la tabla 21 se puede observar la transcripción de la entrevista del cuarto informante clave.

Tabla 21
Transcripción de la entrevista: Informante 4
Codificación abierta
Docente universitario

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
	1	Investigadora. Presentación. El tema que
Decisiones y acciones	2	estoy desarrollando tiene que ver con la
Desarrollo sostenible	3	forma de cómo se organizan los saberes en
Bienestar de la sociedad	4	la universidad. Para verificar que se pudie-
Los proyectos académicos	5	ra hacer en el sentido de que se desarro-
Autonomía institucional	6	lle una especie de saber transdisciplinario,
Políticas públicas	7	ese puente necesario entre disciplinas que
Procesos pedagógicos	8	permita la comunicación entre los distintos
Desarrollo sostenible	9	saberes en que la universidad se organiza.
Derechos humanos	10	Para ello desarrollé una serie de preguntas
Nuevas tecnologías	11	estandarizadas que puede abrirse en la me-
Competencias éticas y empresariales	12	didada en que conversemos.
	13	La primera pregunta es la siguiente:
Programa de ingeniería ambiental	14	1. Investigador. ¿Hacia qué áreas están di-
	15	rigidos los esfuerzos de la responsabilidad
La conservación del medio ambiente	16	social de la institución? ¿Se han estableci-
	17	dos acciones a favor del medio ambiente?
Interdependencia mundial	18	Informante 4. El reconocimiento de respon-
Bienestar general de la sociedad	19	sabilidad implica identificar los aspectos
La respuesta social y las obligaciones sociales	20	que surgen como consecuencia de las deci-
	21	siones y acciones de la institución, así como
La construcción de las políticas y estrategias	22	la manera en que se abordan esos asuntos
	23	para contribuir al desarrollo sostenible , in-
Valores	24	cluyendo la salud y el bienestar de la socie-
Principios éticos	25	dad . En tal sentido la universidad como ins-
Evaluación institucional	26	titución prestadora de servicios tiene una
La valoración crítica	27	responsabilidad doble ya que debe estar
Afirmación del interés público	28	orientada, por un lado, al fortalecimiento
Desarrollo social	29	de los proyectos académicos , que contri-
Alternativas de solución de problemas sociales	30	buye a mantener la autonomía institucio-
	31	nal en el marco de las políticas públicas ,

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
Compromisos	31	enriquecer los procesos pedagógicos y brindar
Programas de capacitación	32	respuestas a las necesidades educativas
Tratamiento responsable de los	33	locales, regionales y mundiales. Por otro
empleados, los clientes y la	34	lado no es posible seguir considerando a la
comunidad	35	universidad únicamente como una institu-
Sistema de información	36	ción para el desarrollo personal, dado que
Balance social	37	en el contexto actual de mundialización, el
Estrategia gerencial	38	avance intelectual del individuo debe ir a
Compromiso social y ético	39	la par de los objetivos más vastos del de-
Desarrollo social	40	sarrollo sostenible , la reducción de la po-
Competencias éticas	41	breza, la paz y los derechos humanos . Por
Socialmente comprometidos	42	último, sobre nuestra institución recae la
Viabilidad en el tiempo	43	responsabilidad de supervisar la creación
	44	e innovación en materia de nuevas tecno-
	45	logías , dichas tecnologías pueden encerrar
	46	la respuesta a algunos de los retos que el
	47	mundo afronta actualmente, pero para
	48	aprovecharlas es preciso que los estudian-
	49	tes estén dotados de las competencias éti-
	50	cas y empresariales adecuadas. En cuanto
	51	a la parte ambiental, la Universidad de La
	52	Guajira cuenta con un programa de Inge-
	53	nería Ambiental que articula acciones para
	54	la preservación del medio ambiente y de
	55	especies en extinción, como es el caso de
	56	Tortuga Río, que se encarga de proteger las
	57	tortugas hasta un determinado tiempo, en
	58	el cual puedan subsistir por ellas mismas.
	59	El caso de cultivo de lombrices que además
	60	de producir humus, produce abono, como
	61	resultado del reciclaje de desechos como
	62	papel, cartón, estiércol, entre otros. En fin,
	63	son muchos los proyectos que la universi-
	64	dad emprende en pro de la conservación
	65	del medio ambiente . De esta manera, la
	66	universidad ha entendido que la natura-
	67	leza global de algunos temas ambientales
	68	y de salud, el reconocimiento de una res-
	69	ponsabilidad mundial en la lucha contra la
	70	pobreza y la existencia de cadenas de valor
	71	geográficamente más dispersas significa
	72	que los temas pertinentes para una orga-
	73	nización deben ir mucho más allá del área

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
	72	inmediata en que la organización está ubi-
	73	cada. Documentos como la “Declaración
	74	de Río sobre Medioambiente y Desarrollo”,
	75	la “Declaración de Johannesburgo sobre
	76	Desarrollo Sostenible”, y los “Objetivos de
	77	Desarrollo del Milenio”, enfatizan esta in-
	78	terdependencia mundial.
	79	2. Investigador. ¿Cuáles considera usted
	80	son los elementos de la responsabilidad so-
	81	cial? ¿Dónde están plasmados los elemen-
	82	tos de la responsabilidad social?
	83	Informante 4. En virtud de que las insti-
	84	tuciones de educación superior ejercen
	85	un impacto significativo en la sociedad, el
	86	cumplimiento de la responsabilidad social
	87	pretende mantener y mejorar el bienestar
	88	general de la sociedad , razón por la cual se
	89	debe analizar como base la respuesta so-
	90	cial y las obligaciones sociales. El primer
	91	elemento establecido por la propia consti-
	92	tución es el de contribuir decisivamente a
	93	la transformación de la educación superior.
	94	Por otra parte, el segundo compromiso es
	95	la construcción de las políticas y estra-
	96	teguas para la institución en permanente
	97	consulta y diálogo con las comunidades,
	98	así como con todos los actores sociales que
	99	tienen intereses legítimos y aspiraciones en
	100	cuanto a este nivel educativo. Por otro lado
	101	estos están plasmados en los valores mora-
	102	les que promulga en su misión, en los prin-
	103	cipios éticos , en la calidad de los servicios
	104	que presta con pertinencia, en el sentido en
	105	que cubre las necesidades de la población
	106	a la cual impacta. De la misma manera, en
	107	acciones como la evaluación institucional ,
	108	la carrera académica de los docentes, el de-
	109	sarrollo de posgrados y la investigación, así
	110	como del desarrollo de la planta física; con-
	111	jugando todos los elementos para cumplir
	112	con la responsabilidad social.
	113	3. Investigador. ¿Cómo impulsa la insti-
		tución los programas de responsabilidad

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
	114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156	<p>social? ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 4. En función de que las universidades son espacios donde se cultiva el conocimiento, la reflexión y la valoración crítica, estas deben ser sensibles a las demandas de la sociedad, incluyendo las del sector productivo, orientándose hacia la afirmación del interés público y de valores. Asimismo, contribuyendo con el desarrollo social, político, cultural y educativo en el ámbito local, regional y nacional. Por otro lado, contempla la participación de los profesores en el estudio, la comprensión y las alternativas de solución de problemas sociales, políticos, culturales y morales de la realidad nacional. La pertinencia social es una dimensión del tejido social que implica su desarrollo como organizaciones del conocimiento con indiscutibles compromisos en la construcción de la sociedad.</p> <p>Por otra parte, el impacto de la universidad se da a través de diferentes programas (deportivos, ambientales, campañas de salud a la comunidad universitaria, de recreación, de fortalecimiento al rendimiento estudiantil, de preservación al medio ambiente), a través de programas de capacitación y formación profesional. Esto se refleja en el fortalecimiento institucional, en la mejora de la reputación de la institución y en el posicionamiento que ha venido logrando cada día en la región, y es que la universidad considera que al realizar actividades de responsabilidad social la ganancia va mano a mano con un tratamiento responsable de los empleados, los clientes y la comunidad. Este implica que el realizar actividades de responsabilidad social es un medio de generar mayores ganancias para la institución.</p> <p>4. Investigador. ¿Qué concepto tiene del</p>

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
	157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174	<p>balance social en la universidad?, ¿qué aspectos considera debe contener el balance social?, ¿cuáles son los grupos de interés de la universidad?, ¿de qué manera se presentan los resultados de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 4. Considerando que el balance social es aquel en el cual se establece un sistema de información que permita una mayor transparencia como condición básica para el funcionamiento de una organización cuya finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. En este sentido, el balance social en la Universidad de La Guajira constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad. En donde su conocimiento es de utilidad para directivos, trabajadores, sindicatos, Estado, universidades y público en general. En él se encuentran temas concretos que permiten reflexionar y elaborar propuestas para ayudar a concebir y perfeccionar la institución.</p> <p>En virtud de lo anterior, la entrega del balance social a la comunidad y a la sociedad es una de las concreciones de la responsabilidad social universitaria que ya está institucionalizada en la Universidad de La Guajira como una estrategia gerencial que abarca tanto el ámbito externo como el interno en sus dimensiones académicas y administrativas. La universidad ha asumido el reto de articular sus funciones misionales: la formación, la investigación y la proyección social como una política organizacional manifiesta de compromiso social y ético con el desarrollo institucional. Dichos resultados se presentan en el informe que se rinde anualmente para dar cuenta del impacto social que genera nuestra institución en el desarrollo social, educativo,</p>

Códigos	Línea	Entrevista, informante 4
		<p>económico, cultural y político del país.</p> <p>Por otra parte, otro de nuestros grupos de interés son nuestros estudiantes, con ellos, la responsabilidad social se expresa mediante proyectos de fortalecimiento de la calidad de la educación y a través de una constante formación con criterios entendidos como competencias éticas de ejercicio profesional. De esta manera, la universidad orienta sus esfuerzos en responsabilidad social hacia los estudiantes, en la preparación de profesionales de alta competitividad y socialmente comprometidos con el desarrollo de una sociedad más equitativa, cohesionada y en paz. Para lograr lo anterior, la universidad dispone de mecanismos de financiación que fijan la viabilidad en el tiempo de la formación de nuestros estudiantes, lo cual cobra mayor relevancia al considerar que el universo estudiantil está compuesto, en su mayoría, por estudiantes de estratos uno, dos y tres.</p>

En la tabla 22 se presenta el “Cuadro semántico 4”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 4 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Tabla 22

Cuadro semántico IV: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Sensibilidad social
Comportamientos individuales	Proyección social	Cultura gerencial	
La universidad recoja en un solo documento todos esos elementos eh, este,	La universidad no tiene unos programas de responsabilidad social concretos	Hay muchas inversiones que están orientadas a eso, eso es una nueva dinámica	Entender cómo la habilidad y efectividad de la universidad para

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Sensibilidad social
Comportamientos individuales	Proyección social	Cultura gerencial	
<p>digamos toda esa plataforma ética y generar lo que hoy se denomina eh, “los códigos de ética” que, este, donde estén claramente definidos y además toda una filosofía de la acción para que esos valores no sean solamente eh, digamos, comportamientos individuales y ocasionales, sino que se conviertan en los valores que guían las acciones y los comportamientos de la cultura organizacional de la universidad.</p>	<p>y específicamente definidos como tal, de pronto, eh, con las acciones de extensión y proyección social se hacen algunas cosas que pueden ir en esa misma dirección. El estudio de las ciencias gerenciales por muchos de nosotros, hay como, como, digamos, el concepto claro de lo que se debe, de lo que se debe hacer en materia de responsabilidad social.</p>	<p>ca un nuevo pensamiento, una nueva generación de profesionales que tienen que eh, materializar eso que está en la teoría en las acciones concretas que hablamos inicialmente. Las instituciones de carácter público y sobre todo en las de carácter académico, porque la, digamos, la rendición de cuentas de los gerentes públicos hoy, además de, de ser parte de una cultura gerencial, más allá desde el punto de vista de, de lo cualitativo y de la sensibilidad social que tiene la institución.</p>	<p>responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión.</p>

Fuente: elaboración propia.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 4 en estructura particular

Puede observarse cómo es necesario que la universidad haga énfasis en la orientación de los comportamientos individuales a través del establecimiento de un código de ética, a fin de que se convierta en los valores que guíen las acciones y los comportamientos de la cultura organizacional de la universidad. Es igualmente necesario que la universidad establezca programas de responsabilidad social concretos y específicamente definidos como tal a través de acciones de extensión y proyección social.

Por otra parte, se requiere implementar una nueva cultura gerencial orientada a un nuevo pensamiento, una nueva generación de profesionales capaces de materializar acciones concretas. Asimismo, establecer la rendición de cuentas como parte de la cultura gerencial, enfocada hacia la verificación del logro de los objetivos institucionales, más allá de un requisito meramente administrativo. Se debe, desde la gerencia, asumir una sensibilidad social para responder a las necesidades de transformación de la sociedad en la que está inmersa, todo esto mediante el ejercicio de sus funciones de docencia, investigación y extensión.

Cabe igualmente señalar las categorías “Balance social”, “Esfuerzos sociales” y “Respuesta social”, las cuales para el informante consisten en el medio de estructurar política, cuidado del medio ambiente, contribución al desarrollo universitario, justicia social, respeto de los derechos humanos, protección de los actores educativos y la necesidad de prácticas solidarias, como, por ejemplo, otorgar valor a la inclusión social.

En la tabla 23 se puede observar la transcripción de la entrevista del quinto informante clave.

Tabla 23
Transcripción de la entrevista: Informante 5
Codificación abierta
Docente universitario

Códigos	Línea	Entrevista, Informante 5
	1	Investigador. Presentación. El tema que estoy
Educación, ética, salud	2	desarrollando tiene que ver con la forma de
y problemas ambientales	3	cómo se organizan los saberes en la univer-
Importancia del medio	4	sidad. Para verificar que se pudiera hacer en
ambiente	5	el sentido de que se desarrolle una especie de
Decisión	6	saber transdisciplinario, ese puente necesario
Compromiso	7	entre disciplinas que permita la comunicación
Desempeño ambiental	8	entre los distintos saberes en que la universi-
Ética	9	dad se organiza. Para ello desarrollé una serie
Inclusión social	10	de preguntas estandarizadas que puede abrirse
Democratización del	11	en la medida en que conversemos.
conocimiento	12	La primera pregunta es la siguiente:
	13	1. Investigador. ¿Hacia qué áreas están dirigi-
	14	dos los esfuerzos de la responsabilidad social
	15	de la institución?

Códigos	Línea	Entrevista, Informante 5
Efecto positivo	16	Informante. Educación, ética, salud y problemas ambientales.
Servicio comunitario	17	
Ética	18	2. Investigador. ¿Se han establecidos acciones a favor del medio ambiente?
Balance social	19	
	20	Informante 5. Sí, actualmente existen comisiones dentro de la universidad que trabajan específicamente para áreas ambientales en situaciones considerables, ejemplo: situación del lago de Maracaibo y su significativo problema de contaminación.
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	Informante 5. El medio ambiente es importante, porque se realizan cátedras libres y cursos en áreas como reciclaje, entre otros.
	27	
	28	
	29	3. Investigador. ¿Cuáles considera usted son los elementos de la responsabilidad social?
	30	
	31	Informante 5. Voluntaria decisión; compromiso por parte de las empresas; beneficios para la sociedad.; desempeño ambiental; ética.
	32	
	33	
	34	Informante 5. Los elementos son: la inclusión social y la democratización del conocimiento.
	35	
	36	4. Investigador. ¿Dónde están plasmados los elementos de la responsabilidad social?
	37	
	38	Informante 5. Hacen referencia a la obligación de una empresa de optimizar su efecto positivo y minimizar su efecto negativo en la sociedad.
	39	
	40	
	41	5. Investigador. ¿Cómo impulsa la institución los programas de responsabilidad social?
	42	
	43	Informante 5. A través de una cátedra libre sobre responsabilidad social.
	44	
	45	6. Investigador. ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?
	46	
	47	
	48	Informante 5. Por medio de la división de extensión, la cual realiza constantemente actividades para y con la comunidad; asimismo, a través del servicio comunitario , entre otras.
	49	
	50	
	51	
	52	7. Investigador. ¿Qué concepto tiene del balance social en la universidad?
		Informante 5. El concepto es favorable a pesar de las circunstancias negativas que rodean a la universidad. De hecho, los efectos positivos serán presentados en una jornada sobre responsabilidad social que realizará la universidad en

Códigos	Línea	Entrevista, Informante 5
		<p>un futuro muy próximo.</p> <p>8. Investigador. ¿Qué aspectos considera debe contener el balance social?</p> <p>Informante 5. La ética es el principal aspecto a considerar dentro del balance social, de la misma manera el compromiso y la decisión voluntaria.</p> <p>9. Investigador. ¿Cuáles son los grupos de interés de la universidad?</p> <p>Informante 5. Las comunidades más necesitadas, en este sentido, asimismo se debe señalar que las comunidades indígenas son de gran interés.</p> <p>10. Investigador. ¿De qué manera se presentan los resultados de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 5. A través de una cátedra libre y de jornadas de responsabilidad social.</p>

En la tabla 24 se presenta el “Cuadro semántico 5”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 5 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Tabla 24

Cuadro semántico V: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Toma de decisión en la organización y nuevos conocimientos
Desempeño ambiental	Inclusión social	Componentes de responsabilidad social	
Voluntaria decisión, compromiso por parte de las empresas, beneficios para la sociedad. Desempeño ambiental, ética. Hacen referencia a la obligación de una empresa de	Los elementos son: la inclusión social y la democratización del conocimiento.	Los programas de responsabilidad social son impulsados mediante las políticas de la división de extensión.	La toma de decisiones y el liderazgo como cambios cuantitativos para la dirección de la organización. Por consiguiente, resulta conveniente aplicarla en el ámbito organizacional, pues conduciría

Categoría: responsabilidad social			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Toma de decisión en la organización y nuevos conocimientos
Desempeño ambiental	Inclusión social	Componentes de responsabilidad social	
optimizar su efecto positivo y minimizar su efecto negativo en la sociedad. Asimismo, a través del servicio comunitario, la ética es el principal aspecto a considerar dentro del balance social, de la misma manera el compromiso y la decisión voluntaria.			a captar con rapidez algunas situaciones complejas al organizar las actividades de la empresa. La sociedad del conocimiento ha ido surgiendo y cobrando gran predicamento un conjunto de ideas, conceptos y expresiones que modelan su contenido verdadero y su alcance real en la comunidad científica.

Fuente: elaboración propia.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 6 en una estructura particular

En relación al Informante clave 6 surge la categoría denominada “Desempeño ambiental”. A criterio del informante se percibió que la responsabilidad social de la empresa, desde la perspectiva del lugar de trabajo, contempla una gama de beneficios para el trabajador. De igual forma, se evidencian elementos de inclusión social y democratización del conocimiento.

Por otra parte, emerge la categoría “Componentes de la responsabilidad social”. Se colige de lo expresado por el informante que es un objetivo de la institución pública mediante la puesta en marcha de proyectos que cimenten y logren los cambios requeridos. En este contexto, la responsabilidad social económica organizacional participa activamente en el desarrollo de acciones y operaciones convenientes al logro de transformación social.

Lo referido implica una toma de decisiones y liderazgo que deben asumirse como cambios cuantitativos para la dirección de la organización. Por consiguiente, resulta conveniente aplicarla en el ámbito organizacional, pues conduciría a captar con rapidez algunas situaciones complejas al organizar las actividades de la empresa.

A continuación, se puede observar la transcripción de la entrevista del sexto informante clave.

Tabla 25
Transcripción de la entrevista: Informante 6
Codificación abierta
Docente universitario

Códigos	Línea	Entrevista, informante 6
	1	Investigador. Presentación. El tema que estoy
Deterioro del medio ambiente	2	desarrollando tiene que ver con la forma en
	3	cómo se organizan los saberes en la universi-
Políticas universitarias	4	dad. Para verificar que se pudiera hacer en el
Docencia y la investigación	5	sentido de que se desarrolle una especie de
	6	saber transdisciplinario, ese puente necesario
Formación de ciudadanos integrales	7	entre disciplinas que permita la comunicación
	8	entre los distintos saberes en que la universidad
Proyectos	9	se organiza. Para ello desarrollé una serie de
Desempeño social	10	preguntas estandarizadas que puede abrirse en
Acercamiento permanente hacia las comunidades	12	la medida en que conversemos.
	13	La primera pregunta es la siguiente:
Balance social	14	1. Investigador. ¿Hacia qué áreas están dirigidos los esfuerzos de la responsabilidad social de la institución?
	15	
	16	
	17	Informante 6. A las situaciones de inequidad,
	18	pobreza, violencia, deterioro del medio ambiente ,
	19	injusticia social en general.
	20	2. Investigador. ¿Se han establecidos acciones a favor del medio ambiente?
	21	
	22	Informante 6. Sí, es una de las políticas universitarias .
	23	
	24	3. Investigador. ¿Cuáles considera usted son los elementos de la responsabilidad social?
	25	
	26	Informante 6. La docencia y la investigación
	27	para el diseño y desarrollo de proyectos que articulen las experiencias y saberes de la academia con los saberes y experiencias del entorno.
	28	
	29	

Códigos	Línea	Entrevista, informante 6
	30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43	<p>4. Investigador. ¿Dónde están plasmados los elementos de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 6. En la misión y visión de la universidad ya que pretendemos la formación de ciudadanos integrales con altos principios de valor y ética.</p> <p>5. Investigador. ¿Cómo impulsa la institución los programas de responsabilidad social?</p> <p>Informante 6. A través de los proyectos de extensión universitaria y eventos tales como el que se acaba de realizar sobre RSU.</p> <p>6. Investigador. ¿De qué manera se refleja en la comunidad universitaria el impacto de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 6. En el desempeño social de la comunidad de la universidad, distribución de recursos para acciones sociales, divulgación de las acciones sociales, credibilidad en espacios sociales.</p> <p>7. Investigador. ¿Qué concepto tiene del balance social en la universidad? ¿Qué aspectos considera debe contener el balance social? ¿De qué manera se presentan los resultados de la responsabilidad social?</p> <p>Informante 6. Excelente, es un acercamiento permanente hacia las comunidades donde se observa la respuesta a la solución de problemas de inequidades. En relación a los aspectos del balance social se toman en consideración las características de la población, generación de soluciones, productos logrados, retroalimentación, control. Asimismo, se presentan los resultados en eventos tal como el que se dio la semana pasada. En folletos y en publicaciones periódicas.</p> <p>Investigador. Bueno, no es más sino agradecerle nuevamente por su amable atención, que Dios le bendiga.</p> <p>Informante 6. Muchas gracias y amén.</p>

En la tabla 26 se presenta el “Cuadro semántico 6”, el cual pone en relieve lo referido a los códigos que emergieron de la entrevista con el Informante 6 a través de ideas claves que se generaron en la codificación expuesta.

Tabla 26

Cuadro semántico VI: ideas claves para establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Categoría: Pensamiento estratégico			Tema central
Idea 1	Idea 2	Idea 3	Entorno comunitario
Medio ambiente	Relaciones sociales	Integración con la comunidad	
<p>Son las fuerzas que permiten ser a la persona y a la organización más eficientes, más competitivas, para mejorar la calidad organizacional. A las situaciones de inequidad, pobreza, violencia, deterioro del medio ambiente, injusticia social en general. Sí, es una de las políticas universitarias.</p>	<p>En el desempeño social de la comunidad universitaria, distribución de recursos para acciones sociales, divulgación de las acciones sociales, credibilidad en espacios sociales.</p>	<p>Excelente, es un acercamiento permanente hacia las comunidades, donde se observa la respuesta a la solución de problemas de inequidades. En relación a los aspectos del balance social se toman en consideración las características de la población, generación de soluciones, productos logrados, retroalimentación.</p>	<p>La meta es de trabajar en interfaz con los departamentos de investigación y los docentes de las diversas facultades para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada y recursos didácticos para la comunidad universitaria. Dejando atrás la marginalización institucional de estas iniciativas voluntarias humanitarias, por la debilidad de su vínculo con la formación profesional y la didáctica universitaria, la idea es lograr una integración de la proyección social en el corazón de la institución, gracias a una dirección académica de responsabilidad social universitaria que gestione las iniciativas estudiantiles, docentes y comunitarias, resaltando la unión estrecha entre proyección social, docencia e investigación.</p>

Fuente: elaboración propia.

Integración de categorías emergentes del Informante clave 8 en estructura particular

Es una de las políticas universitarias evitar el deterioro del medio ambiente. Para esto se requiere de una organización más eficiente y más competitiva a fin de mejorar también la calidad organizacional, así como las situaciones de inequidad, pobreza, violencia e injusticia social en general. De igual forma, la comunidad universitaria cuenta con un desempeño social caracterizado por la distribución de recursos para acciones sociales, divulgación de las acciones sociales y credibilidad en espacios sociales.

Se evidencia también un acercamiento permanente hacia las comunidades en el que se observan respuestas a la solución de diversos problemas. Asimismo, en relación con los aspectos del balance social, como lo son, por ejemplo, los grupos de interés y el medio ambiente, se toman en consideración las características de la población para la generación de soluciones.

Es por esto que en el entorno comunitario la meta es que trabajen de forma conjunta los departamentos de investigación y los docentes de las diversas facultades, con el fin de implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan generar beneficios para la comunidad universitaria. Esto, al dejar atrás la marginalización institucional de estas iniciativas voluntarias, de manera que la idea sea lograr una integración de la proyección social en el corazón de la institución gracias a una dirección académica de responsabilidad social universitaria que gestione las iniciativas estudiantiles, docentes y de la comunidad, resaltando la unión estrecha entre proyección social, docencia e investigación.

Una vez expuestos los hallazgos de las entrevistas realizadas, se procede a presentar los lineamientos formulados con la finalidad de incorporar y mejorar los aspectos que se evidenciaron desfavorecidos con respecto a la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.

Lineamientos estratégicos orientados a establecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas

Los siguientes lineamientos estratégicos tienen la finalidad de generar un plan de acción conducente al efectivo cumplimiento de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas. En atención a las consideraciones planteadas, las concepciones de responsabilidad social se

vislumbran como paradigma para acometer la modernización administrativa en universidades públicas autónomas, focalizada al cambio de roles por el que estas deben velar por el interés social de las acciones por encima del interés particular, a fin de cumplir con la responsabilidad social.

Ante estas consideraciones se evidencia la necesidad de formular lineamientos estratégicos entrelazados con métodos que permitan desarrollar políticas cuyo fin sea establecer un conjunto de acciones que permita a la universidades públicas autónomas contar con herramientas que al ser utilizadas de forma efectiva solucionen problemas de responsabilidad social en el entorno.

De igual modo, el plan de acción tendrá una vigencia de un año con aplicación permanente. Además, se podrán llevar a cabo jornadas de encuentros para fomentarlo, de forma trimestral y semestral, con el grupo de interés. Los responsables de aplicar el plan de acción serán las gerencias de gestión humana.

En virtud de lo expuesto se constituyen líneas de acción dirigidas a fortalecer la responsabilidad social en universidades públicas autónomas mediante planes que permitan desarrollar diversos métodos de responsabilidad social. Por consiguiente, estas líneas de acción estarán estratégicamente articuladas con el contexto social a fin de evitar que no se consideren las normativas legales de la responsabilidad social, y establecer un modelo con el grupo de interés.

Propósito general

El propósito general es concebir un plan de acción para el fortalecimiento de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas.

Propósitos específicos

Los propósitos específicos son:

- Fortalecimiento de la responsabilidad social al apoyar acciones sociales en universidades públicas autónomas.
- Implantación de un modelo socialmente responsable en universidades públicas autónomas.
- Visión de universidades socialmente responsables.

Justificación

La responsabilidad social constituye el deber de responder a cada uno de los actos que se ejecutan; sin embargo, la responsabilidad social como tal implica mayor profundidad en su significado, en virtud de que viene dada por la interacción organizacional con los diferentes sujetos con los que se relaciona tanto interna como externamente.

En este sentido, la responsabilidad social se percibe bajo un concepto amplio y estratégico que involucra la universidad revestida de legitimidad social, por tanto, la actividad corporativa ha dejado de lado la teoría del beneficio económico como su único fin para orientarse a la interacción con su entorno interno y externo de manera voluntaria y así contribuir a la conservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable.

De esta manera, al tomar en consideración lo expuesto, la serie de lineamientos estratégicos se propone optimizar las acciones desplegadas por las universidades públicas autónomas, no solo en la prestación del servicio, sino al desarrollar relaciones entre miembros, las universidades y el entorno, en conformidad con los cambios que deben asumir frente al siglo XXI. Así, debe ofrecer a los actores universitarios servicios que satisfagan sus expectativas, ser competitivas, dinámicas, diversas, sostenibles y atractivas ante el grupo de interés en aras de lograr un equilibrio tanto universitario como social.

Así, estos lineamientos estratégicos pueden ser de gran ayuda en las universidades públicas autónomas al considerar los postulados fundamentales que plasman los principales aspectos de estrategia de una empresa u organización. De igual forma, es importante recalcar que estos no tienen un carácter inmutable, pues requieren revisión conforme ocurren cambios en el entorno.

Alcance

Los lineamientos que se formulan a continuación representan una orientación que las organizaciones objeto de estudio pueden poner en prácticas a fin de fomentar la responsabilidad social. Sin lugar a dudas, estas ideas tendrán un valor social y práctico porque permitirán ayudar a resolver una problemática que se presenta en el sentido de tener falencias al momento de implementar programas sociales, ya que no se evidencian unas políticas

públicas que, de manera precisa, coadyuvan a ello. De esta manera, las acciones sugeridas en los lineamientos se fundamentan en lo siguiente:

- *Fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo de acciones sociales en universidades públicas autónomas.* Los cambios sociales emergentes representan un desafío para la universidad pública autónoma. Las acciones que desarrollan deben estar ajustadas a la responsabilidad social sustentable, en correspondencia con los múltiples grupos de interés, conducente a establecer una organización que maximice su servicio, además de interactuar de forma progresiva, permanente y consustanciada con el entorno social. Bajo este enfoque, en la actualidad la responsabilidad social se enfoca bajo un concepto amplio y estratégico que involucra la universidad revestida de legitimidad social, por tanto, el desarrollo corporativo ha dejado de lado el beneficio económico como único fin para orientarse a interactuar con el entorno interno y externo de manera voluntaria y así contribuir a conservar el medio ambiente y maximizar el desarrollo sustentable. Como se advierte, desde un enfoque estratégico la universidad debe practicar principios de un modo permanente en el proceso de gestión que la identifiquen y distinguan en correspondencia con otras organizaciones. Por tanto, se sugieren las siguientes acciones para maximizar la responsabilidad social en las universidades públicas autónomas:
 - Estimular la asunción de responsabilidad social universitaria para responder a compromisos sociales a través de convenciones intermunicipales y regionales en las que se promueva la proyección social, la extensión, el impacto social, la integración con la comunidad y los impactos organizacionales y ambientales, los cuales deben ser liderados por las universidades públicas autónomas con la participación de los *stakeholders*.
 - Desarrollar programas de responsabilidad social que persigan principios éticos, desarrollo social equitativo sostenible, producción y transmisión de saberes responsables.
 - Formación de profesionales socialmente responsables a través de las decanaturas y las coordinaciones de las universidades públicas autónomas.

- Desarrollar estrategias que permeen los procesos académicos y el currículo, y a su vez permitan aumentar los niveles de eficiencia, motivación, comunicación y creatividad de egresados y funcionarios universitarios, en los cuales se dé la autoevaluación y el proceso de toma de decisiones.
- Presentar periódicamente un diagnóstico de la responsabilidad social que muestre las acciones sociales desarrolladas por la universidad a través de un balance social.

Recursos y responsables para la implementación de los lineamientos

Para el desarrollo de este lineamiento el recurso humano lo asumirá la respectiva institución universitaria por medio de su capital humano, entre el cual se encuentran los directivos y los coordinadores de dependencias, el decanato de trabajo social y ciencias económicas, así como psicólogos y sociólogos que desarrollarán los distintos programas y las estrategias expuestas en este lineamiento.

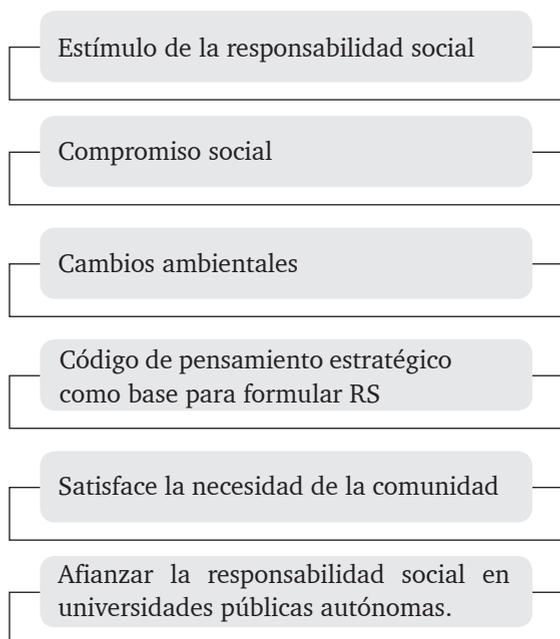


Figura 6. Fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo de acciones sociales en universidades públicas autónomas. Fuente: elaboración propia.

Con respecto al recurso financiero, este lo asumirán las universidades públicas autónomas, de acuerdo con la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales se realizarán durante su actividad laboral cotidiana. En caso de no disponer del personal idóneo para llevar a cabo dicha actividad se procederá a realizar la actividad con la comunidad universitaria, conformada por docentes, directivos y estudiantes que apoyen estas acciones sociales.

Si no se cuenta con los recursos se les indicaría a los directivos y a los coordinadores de dependencias la importancia del fortalecimiento de la responsabilidad social para seguir vinculados con la institución, a fin de que estos asuman el compromiso. Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y los coordinadores de las universidades públicas autónomas deberán efectuar el fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo de acciones sociales.



Figura 7. Mapa Mental lineamiento 1. Fuente: Elaboración propia

Implantación de un modelo socialmente responsable en universidades públicas autónomas

Bajo estas perspectiva, este enfoque comporta expresamente la postura integral que las universidades deben asumir como estructuras organizativas vitales al acatar y, por consiguiente, responder de forma efectiva, así como eficaz, en los diferentes niveles. Es decir, la postura del pensamiento estratégico se ve afectada por la postura y la interferencia de sus grupos de referencia.

De este modo, un criterio de responsabilidad social vinculado al pensamiento estratégico con basamento estratégico uniforme determinará las acciones institucionales; en consecuencia, el desarrollo de una sociedad y la participación ciudadana. Para tal efecto, se solicita un conjunto de acciones dirigidas a los siguientes argumentos:

- Formular una estrategia sobre métodos que permitan desarrollar a los actores universitarios el pensamiento estratégico de manera equitativa, equilibrada y justa como modelo valorativo e interventor entre la sociedad y sus diferentes miembros, direccionada a introducir mejoras significativas bajo un funcionamiento socialmente responsable, con base en las disposiciones normativas, la organización y los procedimientos.
- Implementar las políticas de responsabilidad social universitaria (RSU), tales como: a) una universidad que aplique la ética en su quehacer institucional; b) una universidad que sea ecológica en su actuar; c) generación de comunidades de aprendizaje y desarrollo con actores externos; d) integración en los currículos el aprendizaje basados en proyectos sociales; y e) con conocimientos socialmente útiles según una agenda de desarrollo concertada con otros actores.

Recursos y responsables para la implementación de los lineamientos

En el desarrollo de este lineamiento se requiere de recurso humano, como, por ejemplo, directivos, coordinadores de dependencias, del decanato de trabajo social y ciencias económicas, así como de psicólogos y sociólogos que desarrollen los distintos programas y las estrategias expuestas en este lineamiento (este costo lo asumirá la respectiva institución universitaria por medio de su capital humano).

Las universidades públicas autónomas asumirán el recurso financiero, de acuerdo con la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales se realizarán durante su actividad laboral



Figura 8. *Modelo socialmente responsable en universidades públicas autónomas. Fuente: elaboración propia.*

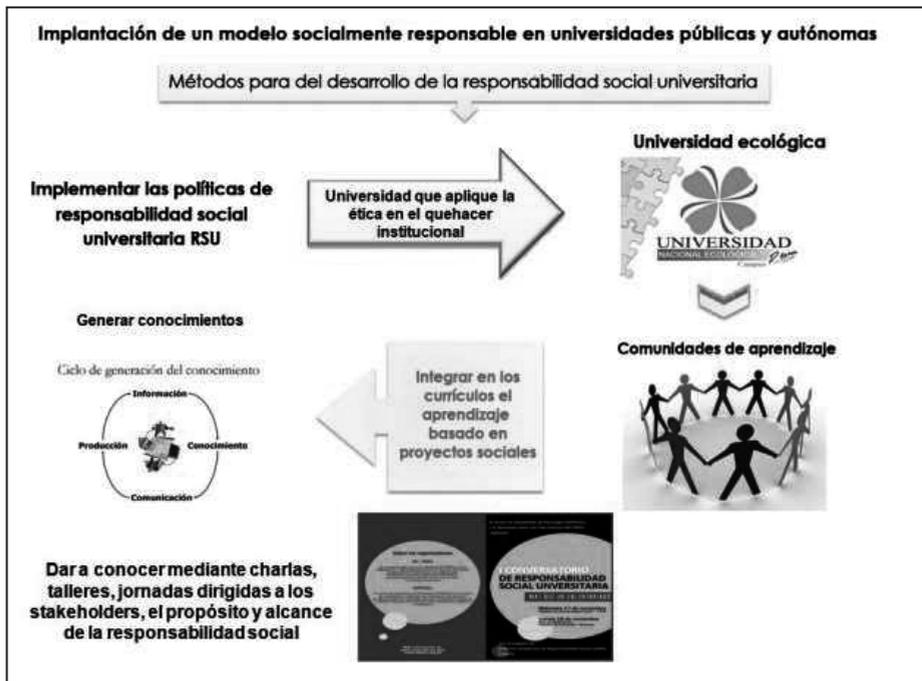


Figura 9. *Mapa mental lineamiento 2. Fuente: elaboración propia.*

cotidiana. En caso de no disponer del personal idóneo para llevar a cabo dicha actividad se procederá a realizar la actividad con la comunidad universitaria, conformada por docentes, directivos y estudiantes que apoyen estas acciones sociales.

Si no se cuenta con los recursos se les indicaría a los directivos y a los coordinadores de dependencias la importancia de la implantación de un modelo socialmente responsable a fin de seguir vinculados con la institución, para que estos asuman el compromiso. Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y los coordinadores de las universidades públicas autónomas deberán efectuar la implantación de un modelo socialmente responsable.

Visionar desde el pensamiento estratégico la universidad socialmente responsable

Es claro que las universidades deben buscar la forma de dar respuesta a los distintos grupos de interés en los que se les exige tomar conciencia de la responsabilidad que les compete en esta nueva era, puesto que están llamadas a contribuir al desarrollo económico, político, social y ambiental. La invitación es a que las universidades se conecten con el entorno social, con su contexto local, a fin de contribuir con el desarrollo de la sociedad. Bajo esas consideraciones se propone, en el propósito de visionar una universidad socialmente responsable, llevar a cabo las siguientes acciones:

- Dejar plasmada en la visión y misión universitaria, como resultado de un pensamiento estratégico, el compromiso que se tiene con relación a la responsabilidad social universitaria.
- Formular directrices a partir del proyecto educativo institucional universitario para la realización de un autodiagnóstico que refleje las fortalezas y las debilidades de la institución en relación con su responsabilidad social.
- Diseñar en los planes y las estrategias a implementar todos los elementos relacionados con la responsabilidad social universitaria.
- Concebir desde la filosofía gerencial de las universidades la contrastación de los resultados arrojados en el diagnóstico institucional con lo expuesto en la misión de las universidades públicas autónomas.

- Describir en los planes de desarrollo y las agendas prospectivas las estrategias de socialización de la responsabilidad social universitaria como política.
- Estructurar en los informes o el balance social la responsabilidad social universitaria como política institucional.

Recursos y responsables para la implementación del lineamiento

Para la implementación de este lineamiento el recurso humano requerido son los directivos (rector, vicerrector, jefe de sección, decanos, coordinadores de dependencias) y los docentes involucrados en el desarrollo de proyectos investigativos y comunitarios, quienes son los encargados de pensar las universidades en el largo plazo; al igual que para la implementación de los anteriores lineamientos, el recurso financiero lo asumirá la institución con el personal involucrado.

Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y los coordinadores de las universidades públicas autónomas deberán efectuar el pensamiento estratégico con una visión de una universidad socialmente responsable.

Consideraciones finales

Las reflexiones que se presentan se derivan de los resultados obtenidos del análisis de los datos suministrados por los sujetos que hacen vida en las organizaciones objeto de estudio, ubicadas en La Guajira, y en las cuales se realizaron las investigaciones. En este sentido, a partir del respectivo análisis de los referidos elementos y en función del cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos redactados como direccionamiento de cada una de las investigaciones, se establecen las siguientes conclusiones.

Para el “Caso 1: sector del área de influencia de las empresas que se dedican a la explotación y procesamiento de la sal en La Guajira”, se generaron las siguientes reflexiones finales.

En relación con identificar las dimensiones de la responsabilidad social empresarial presentes en la minería de la sal en La Guajira, fue posible determinar que estas se presentan de forma medianamente efectiva, mientras las tendencias reflejadas por las unidades informantes se ubicaron en las alternativas medias de la escala utilizada. Por esta razón no se establecen de forma adecuada al reflejar debilidades referidas a las dimensiones sociales y ambientales; no obstante, comparativamente fue posible valorar una mejor aplicación de los dimensiones económicas, y de esta manera lo perciben los habitantes de los municipios que integran el área de influencia. Por este motivo se deben realizar importantes esfuerzos para corregirla y redefinirla en el sector de la minería de la sal en La Guajira.

Con fundamento en estas consideraciones, se recomienda a las empresas mineras de la sal realizar donaciones a instituciones caritativas para beneficio de la comunidad, mejorar las condiciones laborales a fin de generar empleos dignos en la región, hacer un buen uso de los recursos naturales y actuar voluntariamente con miras a que la comunidad tenga un ambiente limpio.

En cuanto a la descripción de los elementos de la responsabilidad social empresarial en la minería de la sal en La Guajira, fue posible evidenciar que

se maneja de forma medianamente efectiva, lo cual involucra debilidades en las normas de la responsabilidad social, los valores morales y la calidad del servicio; sin embargo, se pudo apreciar una buena aplicación de los principios éticos desde la apreciación de los habitantes encuestados. Esto indica que en la responsabilidad social se presentan algunos puntos débiles con relación a los elementos en las organizaciones mineras de la sal en La Guajira.

En función de mejorar los aspectos que presentan falencias se recomienda a las empresas del sector minero de la sal en La Guajira ayudar a erradicar la pobreza de la comunidad en el municipio, cumplir las normas para el mejoramiento de la calidad de sus productos, hacer aportes a la educación superior de los habitantes del municipio y al desarrollo de las aptitudes personales de la comunidad, así como brindar confianza con la prestación de servicios a la comunidad.

Al identificar los programas de responsabilidad social empresarial en la minería de la sal en La Guajira se evidenció que se manejan de forma medianamente efectiva, determinándose como mayor debilidad la educación, la salud, el fortalecimiento institucional y el aporte a los empleados. De igual manera, se observó que se realizan de manera efectiva la cultura, el deporte y la recreación por parte de las empresas mineras de la sal desde el enfoque de la responsabilidad social. En este marco es importante resaltar que, debido a que los programas de responsabilidad social empresarial muestran un porcentaje medianamente positivo de recepción, es necesario trabajar para mejorarlos, en consideración al sector de la minería de la sal en La Guajira.

Es recomendable, en este sentido, que las empresas mineras de la sal promuevan eventos pedagógicos con el fin de mejorar la educación, brindar a la comunidad capacitaciones para prevenir enfermedades, apoyar instituciones que brindan tratamiento a pacientes que sufren de enfermedades crónicas, ayudar financieramente a instituciones con fines sociales y realizar eventos didácticos para la integración de sus trabajadores.

En cuanto a la caracterización de los rubros del balance social de las empresas mineras de la sal en La Guajira fue posible determinar que es medianamente efectiva y se evidencia su mayor fortaleza en el comportamiento ético en los negocios; no obstante, se obtuvo un resultado menor en el compromiso con los grupos de interés y con el ambiente, desde la

percepción de los habitantes de los municipios en los cuales se realiza la explotación y el procesamiento de la sal en el departamento.

Evidentemente, en el aspecto de la responsabilidad social se presentan algunos puntos débiles con relación al balance social desarrollado por las empresas mineras de la sal en La Guajira. Por tanto, es recomendable que estas empresas mantengan diálogos con la comunidad, les entreguen información real y desarrollen proyectos de educación ambiental con ella.

En lo concerniente a la generación de lineamientos estratégicos para la responsabilidad social que sirvan de base para la gerencia en las empresas mineras de la sal en La Guajira se concluyó que, en la actualidad, las empresas mineras de la sal requieren de la implementación de lineamientos de responsabilidad social con el fin que estas se adapten a los requerimientos del contexto. Por esta razón fue necesario el fortalecimiento de la responsabilidad social mediante el apoyo a acciones sociales, la implantación de un modelo socialmente responsable y una visión desde la gerencia, a fin de promover empresas mineras de la sal socialmente responsables.

Finalmente, y de manera general, se puede concluir que al analizar la responsabilidad social en las organizaciones mineras de la sal en La Guajira fue posible determinar que esta se lleva a cabo de forma medianamente efectiva. De igual modo, existen aspectos que requieren analizarse con mayor detalle, ya que pudieran ser la causa de la problemática que fundó la necesidad de esta investigación. Por tanto, es pertinente aplicar los lineamientos estratégicos propuestos en la investigación, de manera que sirvan de apoyo para la gestión en las empresas mineras de la sal en La Guajira.

Por otra parte, para el “Caso 2: responsabilidad social empresarial externa de las empresas productoras de energía eólica con las comunidades indígenas wayú de La Guajira”, las conclusiones fueron las siguientes.

Al Identificar los elementos de la responsabilidad social empresarial presentes en las empresas con proyectos de energía eólica se determinó que, con alta frecuencia, se encuentran presentes las normas, los valores morales, los principios éticos y la calidad del servicio, lo cual trae como consecuencia una mejor calidad de vida de la comunidad en estudio; por consiguiente, fue posible conocer que la empresa reconoce la RS como una filosofía empresarial, tiene normatividad a favor de los interlocutores –entre ellos la comunidad wayú–, acata sus costumbres y actúa con respeto hacia ellos.

De igual forma, fue posible determinar que, con alta frecuencia, los directivos actúan con honestidad y justicia social, así como demuestran transparencia en sus actividades empresariales. Asimismo, con muy alta frecuencia se basan en la calidad, transmiten seguridad en sus servicios en beneficio de su entorno y se estableció la existencia de políticas que contemplan el desarrollo de prácticas socialmente responsables, lo que incluye la contratación de personas socialmente excluidas, en las que el gerente es aceptado por el grupo de trabajadores por compartir sus ideales.

En razón a lo referido, se considera que todos estos elementos de la RS están presentes en las empresas con proyectos eólicos, por tanto, se sugiere que se continúe con la presencia de los elementos de la responsabilidad social como, por ejemplo, las normas, los valores morales, los principios éticos y la calidad del servicio, ya que esto contribuye al desarrollo eficiente de las actividades empresariales y al buen trato con los interlocutores, entre ellos las comunidades wayú, por lo que estos determinan el grado de compromiso de los directivos frente a sus principios y costumbres.

Por otra parte, al describir los programas de responsabilidad social que tienen las empresas con proyectos de energía eólica para la inserción en su entorno local se concluye que, con alta frecuencia, estas invierten en programas con el fin de mejorar el medio ambiente, la educación, la vivienda, la salud, la recreación y el apoyo económico de la comunidad indígena que se encuentra a su alrededor. En este sentido, se determinó que, dentro de los programas de responsabilidad social empresarial, la empresa establece prácticas de protección al medio ambiente, practica la ecoeficiencia, brinda capacitación, realiza jornadas de fortalecimiento a la cultura de la comunidad wayú y ofrece programas de apoyo económico a estas comunidades.

Luego, en cuanto a identificar qué rubros del balance social de las empresas de energía eólica reflejan la responsabilidad social empresarial externa con las comunidades wayú se concluye que, con muy alta frecuencia, se evidencian rubros de políticas empresariales y de participación social, los cuales presentan un alto grado de importancia. De igual forma, dentro de estos informes se contemplan casi siempre los programas que benefician a la comunidad wayú en cuanto a la salud, la vivienda, la educación, la energía, la infraestructura, la cultura y el medio ambiente.

Por su parte, también se pudo conocer por medio de estos informes sociales que se invierten grandes recursos en el medio ambiente a fin de

realizar acciones que contribuyen al desarrollo sostenible y sustentable de la humanidad, lo cual redundaría en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad en estudio. Sin embargo, fue posible establecer en las bases teóricas que, en Colombia, muchas empresas presentan estos informes como una estrategia de mercadeo y publicidad orientada a mejorar solo la imagen empresarial.

Para finalizar, al describir los beneficios sociales que obtienen las comunidades wayú asentadas en el entorno operativo por parte de las empresas con proyectos de energía eólica (último objetivo específico) se concluye que existen incongruencias con los resultados, pues las comunidades indígenas señalaron que no se benefician con programas de energía, alcantarillado, medio ambiente y vivienda, ni con los de apoyo económico, mientras que las empresas afirman que desarrollan estos programas.

Los indígenas, por su parte, consideran que han sido beneficiados con programas de acueducto, infraestructura, educación, salud y alimentación, cultura, leyes y religión, aunque existe un escaso margen de diferencias entre las respuestas positivas y negativas. Solo en el caso del indicador “acueducto” existe una diferencia considerable y con un valor porcentual alto de respuestas afirmativas, lo que refleja para los otros aspectos también diferencias de opiniones entre la misma comunidad wayú.

Con estos resultados se evidencia que no existe una correspondencia entre los programas que las empresas productoras de energía eólica afirman suministrar a las comunidades y los programas que las comunidades indígenas dicen recibir por parte de ellas. Por tanto, se recomienda que las empresas productoras de energía eólica busquen la creación de valor compartido a largo plazo, de tal manera que puedan contribuir a la solución de los problemas de la comunidad en los que operan. De igual forma, que se comprometan a trabajar con las comunidades locales y sean conscientes al contribuir al desarrollo sostenible.

También es recomendable que las empresas con proyectos eólicos incorporen como filosofía empresarial estrategias de responsabilidad social empresarial que conlleven a contribuir a una mejor relación con las comunidades en las que están insertas, de manera que implementen la responsabilidad social empresarial con un enfoque sustentable y no como se da en la actualidad, esto es, como una filantropía, a fin de solucionar problemas sociales de las comunidades wayú de su entorno.

En todo caso, es necesario que las empresas con proyectos eólicos implementen programas que tengan como finalidad el mejoramiento de la forma de vida de las comunidades que no solo sean acciones aisladas sino migrar hacia nuevas relaciones, más allá del asistencialismo. Esto al implementar también controles que permitan a las empresas asegurarse de que las actividades desarrolladas como estrategias de RSE realmente lleguen a estas comunidades. Para tal efecto, se requiere hacer uso de las auditorías sociales desarrolladas por terceros e imparciales, utilizadas por las empresas para identificar o definir su impacto social o ambiental, además de ser un medio que permite controlar las acciones de RSE. El reporte hace pública la información relevante sobre aspectos económicos, sociales y éticos del comportamiento empresarial a fin de, de esta manera, medir los aspectos que no se muestran en los reportes tradicionales.

Finalmente, cabe acotar que diferentes estudios realizados apuntan a que en Colombia la responsabilidad social se guía bajo una mirada asistencialista y filantrópica, lo cual se confirma cuando el segundo grupo de informantes afirman no beneficiarse con muchos de los programas, es decir, la responsabilidad social no se da de forma propositiva ni proactiva, sino más bien son acciones aisladas y desarticuladas de la dinámica interna de las empresas y su entorno, lo cual no refleja una estrategia corporativa en este sentido, ni una política empresarial comprometida. Por tanto, es necesaria la implementación de programas que tengan como finalidad suministrar los elementos que permitan a las comunidades wayú superar los problemas que les aquejan, es decir, que los referidos proyectos de responsabilidad social impacten de forma directa en las comunidades y así se vean beneficiadas.

Por último, para el “Caso 3: responsabilidad social en universidades públicas autónomas de La Guajira”, se establecieron las siguientes reflexiones.

En relación con analizar las dimensiones de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas, se concluyó que la responsabilidad social es un compromiso asumido con la calidad de vida de sus trabajadores, con una atención de calidad a quienes prestan servicio, y con el mejoramiento del entorno social, económico y cultural. La principal estrategia es constituir aliados sociales en un trabajo conjunto con el sector público y privado mediante el apoyo de iniciativas de desarrollo sustentable que se revertirán a mediano o largo plazo en rentabilidad social.

Es por esto que la definición de la responsabilidad social en las organizaciones admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque basado en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Es decir, se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por instituciones, las cuales no se fundan de forma exclusiva en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria.

Aunado a esto, la responsabilidad social debe retribuir, compartir, contribuir y corresponsabilizar a las organizaciones, por lo que estas deben gratificar lo que han recibido de la sociedad. A esta exigencia de compensar se añade la idea de compartir aquello que, por exceso o por innecesario, se deriva de su actividad productiva. En este orden también se incorpora la necesidad de contribuir, sin esperar nada a cambio, con las condiciones de su entorno y de la comunidad que le reporta su área de vecindad.

Todo esto asume un enlace más orgánico dentro de la exigencia de corresponsabilidad en la cual se suman las obligaciones del resto de las organizaciones que comparten el mismo tiempo y el mismo espacio. El sentido de corresponsabilidad no es otro que el del ejercicio de una responsabilidad compartida que, como tal, se armoniza e intenta con las acciones sociales del conjunto.

En razón a lo expuesto, las universidades deben considerar la responsabilidad social como el todo que busca, además del éxito académico, contribuir con su comunidad en el sentido más amplio. Es la coincidencia entre su misión y sus logros lo que la hace acreedora de su legitimidad por parte de la sociedad en la que se desenvuelve, lo cual exige que el desarrollo de su actividad empresarial –generar riqueza– debe realizarse con respeto por las características, los orígenes, la identidad y los valores imperantes en su contexto social.

Por otra parte, las dimensiones de la responsabilidad social actúan en las universidades de forma positiva ya que ejercen de forma significativa una influencia en el sistema social. Así, estas dimensiones admiten varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Por otra parte, en cuanto a identificar los elementos de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas se concluye que los componentes de responsabilidad social son vistos por las universidades como el conjunto de acciones que realizan estas a fin de que los resultados de la ejecución de su proyecto institucional se declaren de forma explícita a través de la visión y la misión, de la orientación, la coherencia de sus valores y de las actividades con la búsqueda de la felicidad y el bienestar de los seres humanos. Asimismo, en procura de la consolidación de una sociedad más equilibrada, con objetivos de largo plazo que permitan lograr las condiciones necesarias y suficientes para que la Tierra sea un hogar confortable a las futuras generaciones. Una universidad que cumpla con estos postulados podrá trascender desde el lugar donde se encuentra y, además, volcar sus esfuerzos inmediatos hacia lo regional. Solo será cuestión de tiempo y esfuerzo conjunto con la sociedad toda para el logro de sus objetivos.

En este sentido, la responsabilidad voluntaria en las universidades se realiza para aprovechar, incentivar y encauzar el potencial del personal que labora en beneficio de las necesidades sociales y de las asociaciones de voluntariado de la comunidad en la que trabajan. Este es el objetivo del voluntariado corporativo, una modalidad que se enmarca dentro de la responsabilidad social. Al mismo tiempo que esta actitud penetra cada vez más en compañías grandes y pequeñas, aumenta el debate sobre la “verdadera” razón de las empresas para incentivar estos programas.

De igual forma, otro de los componentes fundamentales es la responsabilidad legal en las universidades, los cuales favorecen las tomas de decisiones de acuerdo con las leyes y regulaciones del gobierno, y contribuyen así a la sociedad y al personal de la que forman parte, a fin de que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y afirmen los principios y los valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

En este sentido, las universidades pueden intervenir en la sociedad de manera ética y legítima para realizar acciones de responsabilidad social. Esta actividad representa los sueños de muchos de los universitarios ocupados por vivir en una sociedad mejor, atenta no solo a una formación técnica sino también humana, solidaria y participativa.

Ahora bien, en cuanto a describir los programas de responsabilidad social en universidades públicas autónomas se concluye que en las univer-

sidades la responsabilidad económica actúa como una unidad cuyo fin es la maximización del beneficio, un concepto abierto por el que se considera como un sistema en el que se incorporan tanto las universidades como las interdependencias con el entorno. Esta evolución se une a importantes cambios de todo tipo (sociales, económicos y demográficos, entre otros), lo que ha condicionado y obligado a evolucionar la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social.

Es decir, las universidades emplean una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, las cuales no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria. Por otra parte, una universidad socialmente sensible busca de manera activa formas de resolver los problemas sociales. Los gerentes progresistas, de acuerdo con esta perspectiva, aplican las destrezas y los recursos corporativos a cada problema, como, por ejemplo, mejorar viviendas o crear empleos para los jóvenes y crear compañías pequeñas.

De igual forma, la perspectiva de sensibilidad social constituye el significado más amplio de la responsabilidad social, pues coloca a los gerentes y a sus organizaciones en una posición de responsabilidad muy lejana de lo tradicional dedicada, exclusivamente, a fines y medios económicos.

Si bien es cierto que el papel fundamental de la empresa es aún el de contribuir a la generación de riquezas de un país a través de la producción de bienes y servicios al menor costo posible, en el propósito de satisfacer necesidades y aspiraciones humanas, no es menos cierto que ella también puede y debe participar en el desarrollo integral del país donde opera. Por esto las empresas actualmente funcionan como una entidad cuyo principal objetivo es el lucro, pero adaptándose a las exigencias de un nuevo mercado cada vez más preocupado por los problemas sociales y ecológicos que la organización produce.

En este sentido, se cree que la categoría de sensibilidad social ayudará a las universidades a adaptarse de la mejor forma a dichas exigencias, dado que esta tiene como idea principal llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior en el que sea congruente con las normas, los valores y las expectativas sociales existentes, y no solo con los criterios económicos y legales.

En concordancia con el objetivo que analizó el balance de la responsabilidad social en universidades públicas autónomas, se puede expresar que en las organizaciones la responsabilidad social actúa como una unidad cuyo fin es la maximización del beneficio colectivo, bajo un concepto abierto en el que se considera un sistema en el que se incorporan tanto las organizaciones como las interdependencias con el entorno. Esta evolución se une a importantes cambios de todo tipo (sociales, económicos y demográficos, entre otros), lo que ha condicionado y obligado a evolucionar la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social.

Por último, en referencia a los lineamientos teóricos estratégicos gerenciales que permitan incluir la responsabilidad social en universidades públicas autónomas, se concluye que, en la actualidad, las universidades públicas autónomas requieren la implementación de lineamientos de responsabilidad social con el fin de que estas se adapten a los requerimientos exigidos. Es por esto que estos lineamientos conforman métodos que permiten a los actores universitarios aplicar la responsabilidad social en dichas instituciones.

Recomendaciones

En función de las conclusiones generadas se recomienda implementar, por parte de los directivos, estrategias tendientes a generar alternativas viables para definir objetivos y transformarlos en resultados con base en la responsabilidad social como parte vital de la misión de las instituciones.

Asimismo, visionar hacia dónde se quiere llevar a la organización mediante la implementación de programas de responsabilidad social como instrumentos conceptuales y herramientas prácticas para la acción, así como las dimensiones de la responsabilidad social que permitan seguir de cerca lo que esté ocurriendo en el entorno, y procurar así establecer acciones medioambientales, normas y calidad de servicio que faciliten la comprensión de lo nuevo y la necesidad del cambio hacia lo mejor.

Es igualmente recomendable diseñar estrategias para el acercamiento a comunidades distantes como principio preventivo, y estabilizar el componente económico de responsabilidad social en beneficio de otras actividades, así como planificar estrategias relacionadas con objetivos, metas y políticas organizacionales referidas a los elementos de la responsabilidad social fundamentadas en valores y principios éticos.

Referencias

- Acevedo, J., Zarete, R. y Garzon, W. (2013). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Dikaion: Revista de Actualidad Jurídica*, 22(2), 303-332.
- Aguilera, M. (2004). *Aspectos históricos y socioeconómicos de las salinas de Manau-re*. Cartagena, Colombia: Banco de la República, Centro de Estudios Económicos Regionales (CEER). Recuperado de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/salinas.pdf
- Alesandria, H. (2010). Responsabilidad social: un desafío para todos. Por una economía sustentable y mayor cohesión social. Ponencia presentada en *1er. Congreso Internacional de Control Gubernamental*, Argentina.
- Altbach, P. (2007). Introduction: the underlying realities of higher education in the 21st Century”. En P. Altbach y P. McGill Peterson (eds.), *Higher education in the new century: global challenges and innovative ideas* (pp. xv-xxx). Rotterdam: Sense Publishers.
- Álvarez, M. (2007). Valores morales en juego. *Wanceulen: Educación Física Digital*, 3.
- Amable, M., Zelaschi, C. y Garaño, P. (2010). Responsabilidad social corporativa y salud laboral en Argentina. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 13(1), 23-30.
- ANDI (Asociación Nacional de Industriales) y OIT (Organización Internacional del Trabajo). (2005). *Manual de balance social de las empresas*. OIT.
- Ander-Egg, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social: técnica para recogida de datos e información* (1^a ed.). Buenos Aires: Lumen.
- Anguita, C. (2012). El rol del derecho en la responsabilidad social de la empresa. *Ars Boni et Aequi*, 8(1), 215-233.
- Arsuaga, E., Tamayo, U. y Vicente, M. (2007). Compromiso medio ambiental de las empresas españolas: aplicación de la red neuronal de Kohonen. En J. C. Calvo (coord.), *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 3383-3393). Universidad de La Rioja.
- Axisrse (2006). Modelo del Sistema de Gestión Axis RSE. Consultora especializada en responsabilidad social empresarial. Santiago de Chile. Extraído de: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/7965/1/T05967.pdf>

- Balcazar, P. (2005), Investigación cualitativa, Toluca México, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Baltera, P. y Díaz, E. (2005). *Responsabilidad social empresarial. Alcances y potencialidades en materia laboral*. Santiago de Chile, Chile: Lumen.
- Bernal, T. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Editorial Pearson Educación.
- Boff. (2003). *Ética planetaria desde el Gran Sur*. Madrid: Editorial Trotta.
- Cámara de Comercio de La Guajira. (2016). *Informe socioeconómico de La Guajira 2016*. Recuperado de <https://www.camaraguajira.org/publicaciones/informes/informe-socio-economico-la-guajira-2016.pdf>
- Cajiga Calderón, Juan Felipe (2005). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro mexicano para la filantropía. México, D.F. Extraído de: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cárdenas, C. (2009). Responsabilidad social empresarial-un aporte al proceso de desarrollo. *Revista de Tecnología*, 8(1), 23-33.
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos*. Madrid: Editorial Esic.
- Carroll, A. (Julio-agosto de 1991). La pirámide de a responsabilidad social corporativa. Hacia la gestión moral de los grupos de interés en la organización. *Horizontes del negocio*, 34(4), 3-112.
- Cemefi (2006). *Fundamentos Empresa Socialmente Responsable*. Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. Ciudad de México. Extraído de: <https://www.cemefi.org/images/pdf/CIFBIBLIOTECA/p20.pdf>
- Certo, C. (2001). *Administración moderna* (8ª edición). Bogotá: Editorial Prentice Hall.
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación*. Venezuela: Editorial Paraninfo.
- Chiavenato, I. (2006). *Administración. Proceso administrativo*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Clark, B. R. (2007). A note on pursuing things that work. In *Sociology of higher education. Contributions and their contexts* (pp. 319–324). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro verde responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión Europea.
- DANE (2005). Censo General 2005. Dirección de Censos y Demografía – DCD. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Colombia.
- Davis. (2000). *La gerencia estratégica*. Colombia: Fondo Editorial Legis.
- De La Cuesta. (2002). *La responsabilidad corporativa: una aplicación a España*. Madrid: UNED.

- De La Cuesta, M., Valor, C. y Sanmartín, S. (2003). *Inversiones éticas en empresas socialmente responsables*. Madrid: UNED-Economistas sin fronteras.
- Del Río, D. (2013). *Diccionario-glosario de metodología de la investigación social*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Díaz, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Departamento Nacional de Planeación – DNP (2004). Documento Conpes 3295. Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia.
- Dopico, A., Rodríguez, R. y Pérez, S. (2006). *Aproximación conceptual a la responsabilidad social corporativa. En los límites de la responsabilidad social de la empresa. Tomo II*. Buenos Aires: Editores Bernardo Kliksberg y Carmelo Mercado.
- Escobar, G. (1994). *Ética* (3ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Fernández, R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. México: Editorial Paraninfo Thomson Learning.
- Fernández, M, y Gallego M. (1996). *Balance social fundamentos e implementación* (3ª ed.). Medellín: Editorial U.P.B.
- Fischman, G. (2006). Higher education and consent: the political pedagogical discourse of editorials and opinions in the US, 1980-2005. Ponencia presentada en *Borderlands, Borderlines in Higher Education, 31st Conference of the Association for the Study of Higher Education*, realizada en Orange County, California.
- Galeano, E. (2004). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. Medellín: Editorial La Carreta.
- Gallego M. (Junio del 2012). El balance social como herramienta de auditoría organizacional. *Revista Universidad Eafit*, 35(115), 27-40. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/1056>
- Garbay, J., Caranguí, P. y Morales, K. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas extractivas mineras de la provincia de Morona Santiago, Cantón Morona-estudio de caso de la empresa “Grupo ICCA”. *Killkana Sociales: Revista de Investigación Científica*, 1(3), 53-60.
- Gento, S. (2012). *La investigación en el tratamiento educativo de la diversidad*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gómez, B. y Martínez, R. (junio de 2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *Anagramas Rumbos Sentidos Comun.*, 14(28), 33-49.
- Gómez, H. (2005). *Iniciativa Social como Estrategia Competitiva*. Caracas: Ediciones IESA.
- Gómez, P. (2000). *La ética en los negocios*. España: Editorial Ariel.
- Góngora, H., Rodríguez, P. y Zumárraga, E. (2017). Importancia del balance social en las cooperativas en Ecuador. *CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 6(2), 126-133.

- Guédez, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social*. Venezuela: Edición Planeta.
- Guevara, L. (2010). *Evolución histórica, explotación, aspectos jurídicos, sociales y laborales de la sal en Colombia*. Chía, Colombia: Facultad de Psicología, Universidad de La Sabana.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (2001). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Hernández, P. (2015). Alternativas de modelos de negocios para las mipymes colombianas desde la RSE, comercio justo, negocios inclusivos y el valor compartido. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 80-117.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Dayton, K. (1981). *Impacto económico de la responsabilidad social empresarial y los códigos de ética sectoriales*. Moody Press. Chicago, United States.
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2006). *Administración. Una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de marketing* (12ª ed.). España: Editorial Pearson.
- Llana, C. y Zagal, H. (2005). *El rescate ético de la empresa y el mercado*. México: Editorial Trillas.
- Lombardi, M. (2005). *El rol social de la empresa en responsabilidad social*. México: Trillas.
- Marín, A. (6 de mayo de 2012). Salinas de Manaure, en picada. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/salinas-de-manaure-picada-articulo-344108>
- Martínez, M. (2007). *La investigación cualitativa etnográfica en educación*. México: McGraw-Hill.
- Méndez, C. (2006). *Metodología*. Colombia: Editorial Limusa.
- Montes, V. (2006). *El balance social, una herramienta de gestión*. Argentina: Instituto de Estudios Cooperativos, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.
- Morín, E. (2004). *Introducción al pensamiento complejo*. España: Editorial Gedisa.
- Muñoz, I. (2005). *Responsabilidad social de los actores económicos*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú.
- OIT (2001). *Manual de balance social*. Organización Internacional del Trabajo. Medellín, Colombia.
- Orjuela, S. (2014). Diálogo con los *stakeholders*: las memorias de sostenibilidad. *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 168 (4º trimestre), 37-43.
- Ortiz, M. (2003). *Psicoanálisis de la asociación psicoanalítica de argentina*. Buenos Aires: Editorial Nova.

- Padrón, J. (1994). *Paradigmas de investigación en ciencias sociales*. Venezuela: Editorial Universidad del Zulia.
- Robbins, P. (2004). *Comportamiento organizacional* (10ª ed.). México: Pearson Educación.
- Robbins, P. (2005). *Comportamiento organizacional*. México: Editorial Prentice Hall.
- Román, Y. (2008). *Responsabilidad social y balance social en organizaciones colombianas*. Medellín: Editorial Universidad de Medellín, Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Romero, M. (Julio-diciembre de 2012). La responsabilidad social empresarial en la región del Évora, Sinaloa, México. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 1(2), 1-16.
- Ruiz, C. (2002). *Instrumentos de investigación educativa. Procedimientos para su diseño y validación*. Barquisimeto, Venezuela: Cidef.
- Salamanca, A. y Martín-Crespo, M. C. (2017). *El muestreo en la investigación cualitativa*. España: NURE investigación Ceppia.
- Sánchez, V. y Puente, M. (2017). El papel de los trabajadores en las actuaciones de responsabilidad social empresarial. El caso español. *Ensayos de Economía*, 27(51), 57-78.
- Seijo, C. (2009). Valores éticos y responsabilidad social empresarial: una plataforma gerencial en universidades privadas. *Revista de Humanidades y Educación Urbe*. Recuperado <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/view/603>
- Sierra B. R. (1988). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Silva, Y. (2005). Calidad de los servicios privados de salud. *Res*, 11(1), 167-177. Recuperado de <http://www.serbi.luz.edu.ve/scielo>.
- Solano, L. (2009). La crisis económica, reveladora del incumplimiento de la responsabilidad social. *Icono* 14, 7(1).
- Soto, E. (2007). *Comportamiento organizacional. Impacto de las emociones*. Colombia: Editorial Thomson Learning, División Iberoamericana.
- Stoner, E. y Freeman, D. (1997). *Administración* (6ª ed.). México: Pearson Educación, Prentice Hall Hispanoamericana S. A.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Strandbert, L. (2010). El compromiso con los grupos de interés. *Cuadernos de la Cátedra La Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 10.
- Tamayo y Tamayo, M. (2007). *El Proceso de la Investigación científica*. Edición: 4a. Editorial Limusa, México, D.F.

- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (2010). *Introducción a los métodos cualitativos*. Nueva York: Book Print (edición original, 1992).
- Tellez, C. (Junio de 2017). Responsabilidad social empresarial turística en la micro, pequeña y mediana empresa de Colombia. El caso del Hotel La Mansión. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(1), 117-128.
- Tous, D. y Ciruela, A. (2005). Responsabilidad social y cultura en las sociedades cooperativas agrarias. Modelo general de balance social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 209-240.
- Trujillo, M. y Vélez, A. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. *Universidad & Empresa*, 8(10), 291-308.
- Uribe, M. (Junio de 2018). La responsabilidad social empresarial y el enfoque estratégico de la organización: evidencia empírica de dos sectores. *Tendencias*, 19(1), 113-139.
- Vallaes, F. (2007). *Responsabilidad social universitaria, su impacto en la formación y el conocimiento*. Chile: Centro de Comunicaciones (Cecom) de la Universidad Católica de Asunción.
- Valles, M. (2014). *Entrevistas cualitativas* (2ª ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Vila, N. y Gimeno, C. (Septiembre-diciembre de 2010). Efectos de la RSC sobre el consumidor: una aplicación al sector de transporte. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20(38), 235-256.
- Vega. (2005). *Los ojos de la Tierra*. Editorial LibrosEnRed.
- Zapata, O. (2005). *La aventura del pensamiento crítico. Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México: Editorial Pax.
- Zeithalm, M. y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Zubiría, S. (2007). Universidad, crisis y nación en América Latina. *Revista de Estudios Sociales*, 26, 148-157.
- Zuleta, D., Clemenza, C. y Araujo, R. (Junio de 2014). Calidad de servicio percibida por los usuarios de los programas de postgrado en gerencia de la facultad de ciencias económicas y sociales. *Tendencias*, 15(1), 212-227.

ISBN 978-958-5534-35-3



9 789585 534353