

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
VICERRECTORADO
CENTRO PSICOPEDAGOGICO Y DE INVESTIGACION EN
EDUCACION SUPERIOR CEPIES



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ARTICULADA COMO MATERIA PARA INCORPORAR A
LA ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis de Maestría para optar el Grado Académico de Magister Scientiarum en Educación
Superior

MAESTRANTE: Lic. JACQUELIN PLAZA FERNANDEZ

TUTOR: MSc. MARCELINO CERRUTO MAGNE

LA PAZ-BOLIVIA
2016

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
VICERRECTORADO
CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN EN
EDUCACIÓN SUPERIOR

Tesis de Maestría:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ARTICULADA COMO MATERIA PARA INCORPORAR A
LA ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Para optar el Grado Académico de Magister Scientiarum en Educación Superior del Postulante:

Lic. Jacquelin Plaza Fernández

Nota Numeral:

Nota Literal:

Significado de Calificación:

Director CEPIES:

Sub Director CEPIES:

Tutor:

Tribunal:

Tribunal:

La Paz,de..... de 2016

Escala de Calificación para programas Postgraduales Según el Reglamento para la elaboración y Sustentación de Tesis de Grado vigente en el Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior CEPIES: a) Summa cum laude (91-100) Rendimiento Excelente; b) Magna cum laude (83-90) Rendimiento Muy Bueno; c) Cum laude (75-82) Rendimiento Bueno; d) Rite (66-74) Rendimiento Suficiente; e) (0-65) Insuficiente.

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos de acuerdo a Reglamento de Posgrado de la Universidad Boliviana, La Universidad Mayor de San Andrés y del Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior CEPIES para la obtención del Grado Académico de Magister Scientiarum en Educación Superior, autorizo al CEPIES, y/o la Biblioteca de la Universidad Mayor de San Andrés y del CEPIES, para que haga de la tesis un documento disponible para su consulta de acuerdo a las normas universitarias.

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis maestros que, con nobleza y entusiasmo, vertieron todo su apostolado en mi alma. Segura estoy que mis conocimientos darán fruto en el futuro.

INDICE GENERAL

PRESENTACION.....	1
CAPITULO I.....	3
PROBLEMATIZACION	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	4
1.3. DELIMITACION.....	4
1.3.1. Delimitación Temática	4
1.3.2. Delimitación Espacial	4
1.3.3. Delimitación Temporal	4
1.4 JUSTIFICACION	5
1.5. OBJETIVOS	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivo Especifico.....	6
CAPITULO II	7
MARCO TEORICO.....	7
2.1. MARCO HISTORICO.....	9
2.1.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el Mundo.....	9
2.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica.....	9
2.1.3. Antecedentes Generales	10
2.2. MARCO REFERENCIAL.....	15
2.2.1. Responsabilidad social, empresa y educación	15
2.2.1.1. Teorías Instrumentales	16
2.2.1.2. Teorías Políticas	17

2.2.1.3. Teorías Integradoras.....	18
2.2.1.4. Teorías Éticas.....	19
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	20
2.3.1. Empresa.....	20
2.3.2. Desarrollo Sostenible.....	20
2.3.3. Responsabilidad Social Empresarial.....	21
2.3.4. Responsabilidad.....	22
2.3.5. La Enseñanza.....	23
2.3.6. La Formación.....	24
2.3.7. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.....	27
2.3.8. Gestión Responsable del Riesgo.....	28
2.4. MARCO NORMATIVO.....	30
2.4.1. Instituto Ethos.....	30
2.4.2. ISO 26000.....	30
2.4.3. SA 8000.....	31
2.4.4. AA 1000.....	31
2.4.5. ISO 20121.....	31
2.4.6. Iniciativa De Reporte Global (Gri).....	32
2.4.7. Principios Globales De Sullivan.....	32
2.4.8. Los Principios De “The Caux Round Table”.....	32
2.4.9. Pacto Global De Naciones Unidas.....	32
2.4.10. Triple Sello.....	33
2.5. VENTAJAS DE LA RSE.....	33
2.5.1. Fideliza clientes.....	34

2.5.2.	Atrae a inversionistas	34
2.5.3.	Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados	34
2.5.4.	Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad	34
2.5.5.	Reduce los costos operativos	35
2.5.6.	Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia	35
2.5.7.	Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión	35
2.5.8.	Mejora la performance financiera de la empresa	35
2.6.	DESVENTAJAS DE LA RSE	36
2.6.1.	Costo	36
2.6.2.	Justicia.....	36
2.6.3.	Consecuencias imprevistas.....	37
2.6.4.	Un mayor escrutinio.....	37
CAPITULO III		38
DISEÑO METODOLOGICO		38
3.1.	ENFOQUE CUALITATIVO	38
3.1.1.	Etnografía.....	39
3.1.2.	Investigación participativa	39
3.1.3.	Investigación-acción	39
3.2.	TIPO DE ESTUDIO	40
3.3.	DISEÑO NO EXPERIMENTAL.....	40
3.4.	MÉTODO TEÓRICO	41
3.5.	METODO PRÁCTICO	41
3.5.1.	Análisis de expertos	42

3.5.2. Estudio de casos empresariales	45
3.5.3. Análisis de entrevistas (SOBOCE, BCP y Minera San Cristóbal) orientadas a la fundamentación de la RSE como materia en el currículo de la carrera Administración de Empresas	58
3.5.4. Triangulación/contraste de información	61
CAPITULO V	63
PROPUESTA.....	63
4.1. PROGRAMA ACADEMICO DE MATERIA RSE	69
4.1.1. Contenidos Temáticos de la materia	73
4.1.2 Competencia de Asignatura	76
4.1.3 Capacidades	76
4.1.4 Métodos de Enseñanza.....	77
4.1.5 Sistema de Evaluación	77
4.1.6 Recursos para el aprendizaje	77
4.1.7 Evaluación.....	77
4.1.8 Matrices comparativas	78
4.1.9 Revisión literaria para el alcance estudiantil	79
4.1.10 Justificación de la propuesta	80
RESULTADOS.....	82
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	89
BIBLIOGRAFIA	90
WEBGRAFIA.....	92
ANEXO I	93

RESUMEN

El presente trabajo titulado ‘La responsabilidad social empresarial articulada como materia para incorporar a la estructura curricular de la carrera de administración de empresas’ pretende ser un aporte para mejorar la estructura académica de una tradicional educación, donde actualmente no se imparte teorías ni conocimientos a estudiantes de áreas económicas y financieras sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

La Universidad boliviana no puede asumir una posición de indiferencia ante los complejos y difíciles problemas que están afectando a la humanidad y que serán dificultades mayores en los próximos años. Son los profesionales, el Estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para prevenir y ayudar a contrarrestar dichos males. Es hora de replantear algunos procesos de formación y lograr un ajuste en las temáticas que integran algunas asignaturas, y la realidad que compone el entorno en todas sus dimensiones pues, de no hacerse, cada día se estaría abocado a peores y más difíciles momentos, no solo educativos, sino ambientales, laborales, empresariales y de varios órdenes y es así como a la misma universidad boliviana le tocaría tomar palco para ser testigo de su propia tragedia. Son los decanos, profesores, alumnos y comunidad académica en general, los llamados a asumir un liderazgo por una posición ética, moral y de responsabilidad social a través de los procesos de formación impartidos, que permitan construir un mejor país y por ende un mejor futuro donde estar para todos. Los procesos de formación no pueden estar aislados de las realidades que los agobian, porque es la Universidad la fuente del saber y por supuesto en la que miles y millones de personas tienen depositadas sus esperanzas para transformar mentes y actitudes.

SUMMARY

This paper entitled 'The articulated corporate social responsibility as a material for incorporating the curricular structure of career management companies' aims to contribute to improve the academic structure of traditional education, where currently no theories or knowledge imparted to students economic and financial on Corporate Social Responsibility areas.

Bolivian University can not assume a position of indifference to the complex and difficult problems that are affecting mankind are more difficult in the coming years. They are professionals, government and educational institutions that must assume a leadership position to help prevent and counteract these evils. It's time to rethink some training processes and achieve an adjustment in the subjects that make up some subjects, and the reality that makes up the environment in all its dimensions therefore not to be, every day would be doomed to worse and more difficult times, not only educational, but environmental, labor, business and various orders and this is how the same Bolivian university would behoove take stage to witness his own tragedy. Are the deans, professors, students and academic community, called to assume leadership of an ethical, moral and social responsibility position through processes given training which will build a better country and therefore a better future to be for everyone. The formation processes can not be isolated from the realities that overwhelm, because it is the University's source of knowledge and of course in which thousands and millions of people are pinning their hopes to transform minds and attitudes.

PRESENTACION

En las instituciones de formación profesional, las universidades como así también las escuelas de negocios pueden jugar un rol muy importante, mediante el desarrollo de investigación orientada a los negocios con el concepto y la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y estableciendo corrientes de estudios en programas educativos y de entrenamiento. Las instituciones académicas están en la posición de proveer los gerentes de hoy y del mañana con conocimiento sobre el impacto positivo de la estrategia de RSE en el desempeño a largo plazo de las empresas y sobre las herramientas y procedimientos que caracterizan un sano e integrado enfoque de RSE.

En el presente trabajo se aborda el papel que juega hoy en día la Universidad respecto a brindar a la sociedad profesionales con conocimientos sólidos, proporcionar directrices en relación a la manera en que interactúan las empresas con el entorno social y la importancia que estas tienen ante los individuos pertenecientes a los grupos cercanos a cualquier organización.

La importancia de enseñar RSE a los futuros profesionales radica en asegurar la forma de gestionar, asumir y relacionarse con los otros desde lo social, desde las dificultades, las carencias y sobre todo desde un desarrollo capaz de mejorar sin perturbar, que es lo que hoy se está considerando como desarrollo sostenible. Más que importante, es necesario y urgente realizar una formación adecuada y pertinente respecto a los temas sociales, lo que lleva a tener ejecutivos, serios, exitosos, que comprendan el rol social que deben cumplir, y lograr así la posibilidad de análisis de su entorno y la construcción de acciones que puedan dar solución, en una relación Empresa – sociedad, justa y sobre todo con índices de sostenibilidad. Además, es necesario que los profesores en las aulas de clase, no sólo desarrollen excelentes contenidos; es importante que hagan saber a sus alumnos que la Responsabilidad Social Empresarial es una acción social, que, a través de sus decisiones, crea o destruye valor social. La RSE es un camino lleno de

expectativas y que necesariamente hay que recorrer en los actuales momentos. La RSE concentra valor social, ambiental y laboral, conjugando resultados económicos, financieros, ambientales y sociales.

La RSE es un mecanismo más para que los ejecutivos y las empresas actuales retornen a la sociedad lo que ésta les ha brindado. Actualmente es imposible pensar en organizaciones alejadas de las acciones sociales, de la construcción de buenas, justas y equitativas relaciones con sus grupos de interés. Tal como decía uno de los padres del management moderno: “No hay empresas exitosas en comunidades deterioradas” (Drucker, 2002:94) No se puede pensar en líderes que sean ajenos a la temática, pues no serían verdaderos líderes empresariales.

CAPITULO I

PROBLEMATIZACION

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se abarca esta investigación con el objeto de proponer que se induzca en mayor grado la educación respecto a la responsabilidad social empresarial, puesto que actualmente la carrera de Administración de Empresas de la UMSA no imparte estas teorías. RSE da su inicio con la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, ésta debe devolverle a la sociedad los beneficios que genera por ese uso. Han pasado los años y estas corrientes van evolucionando, las organizaciones deben hacerse cargo de su cadena de valor, de los impactos negativos y positivos de su quehacer como organización, de los productos y servicios que ofrecen, de la calidad de vida de los trabajadores, por mencionar algunas. Entonces en ese sentido la Universidad tiene la labor de formar profesionales con esas directrices.

La responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de leyes y las normas dando por supuesto, su respeto estricto cumplimiento. Sería difícilmente que una empresa alegara actividades de responsabilidad social si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad, es tal el motivo que lleva a una sagacidad de conocimientos de este tópico a estudiantes que liderarán grandes compañías.

Es tarea de las instituciones educativas, como parte de su función, enseñar a los estudiantes a obtener beneficios y ganancias, a gerenciar recursos con eficacia y eficiencia, pero a su vez es necesario hacer énfasis en la manera como se logran los resultados y en la dimensión social que ello tiene. Deben buscarse mecanismos para lograr una integración en el currículo de las competencias profesionales y la solución de problemas morales, así como evaluar y anticiparse a los efectos éticos derivados de sus acciones. Y como dice Maturana, los distintos temas o materias que los alumnos aprenden en las escuelas de administración, son aspectos operacionales y tienen que ver

con el hacer, no con el ser, y es ahí donde debe haber una intervención de la formación para acercar el hacer y el ser a la realidad actual y sobre todo en las dimensiones sociales de cada uno.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los contenidos teóricos y metodológicos de Responsabilidad Social Empresarial articulados como materia para incorporar a la estructura curricular de la Carrera de Administración de Empresas?

1.3. DELIMITACION

1.3.1. Delimitación Temática

La investigación pertenece al área de ciencias económicas subyacente en la carrera de Administración de Empresas, que el objeto de la indagación lleva a desarrollar el contenido de la asignatura de Responsabilidad Social Empresarial que corresponde a una línea de conocimientos empresariales a ser transmitidos por la Universidad.

1.3.2. Delimitación Espacial

El ámbito para abarcar la investigación son aquellos centros de formación que imparten conocimientos sobre RSE direccionado al sector privado empresarial, para luego hacer un análisis y en base a ello elaborar una propuesta de contenidos teóricos y metodológicos que puedan adecuarse a la malla curricular de la UMSA.

1.3.3. Delimitación Temporal

La RSE es relativamente nueva en las empresas de Bolivia, paso de la filantropía a la acción, ya que las empresas han tomado conciencia que la implementación de este concepto conlleva muchos beneficios productivos. En el país, según la Cámara Nacional de Comercio e Industrias, se está imponiendo cada vez más el concepto de Responsabilidad Social, introduciéndose en las empresas paulatinamente, conscientes de realizar un rol económico y también social, dependiendo el medio en que se desempeñan. Ahora no sólo han ingresado a las empresas productivas, sino también las

de servicio, como las entidades financieras, gran parte del trabajo lo dirigen a la educación y a la bancarización, y también a lo social. Al respecto, ASOBAN, establece claramente que desde hace varios años, cada banco cuenta con importantes programas de RSE en beneficio de la población en ámbitos como la salud, la educación, la cultura y el cuidado del medio ambiente, entre otros aspectos relevantes. Entre tanto, las empresas que trabajan fuertemente en el ámbito productivo han desarrollado una serie de iniciativas, que las aplica a través de su programa de RSE o fundaciones propias de la empresa. Según la revista de Nueva Economía la RSE entra con fuerza a Bolivia en el año 2000, es a partir de ahí que se abarca la investigación hasta diciembre de 2015.

1.4 JUSTIFICACION

El tema de la responsabilidad social empresarial en el proceso de formación universitaria, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad y urgencia que amerita, pues parece que la academia boliviana jugara de la misma manera que los empresarios: “hagamos de todo y nada, esperemos qué pasa”. Es necesario comprender que la formación es clave. Se amerita y es casi urgente e inmediata la formación de profesionales capaces de flexibilizar a las organizaciones ante los rápidos cambios que genera el entorno de los negocios, asegurando que las estrategias sean receptivas ante los giros frecuentes, logrando la transformación a través de un direccionamiento estratégico propio y lógico. En tal sentido, surge la necesidad de determinar la pertinencia de la formación en Responsabilidad Social Empresarial, acción generada por las universidades como instituciones en las cuales se capacitan gran cantidad de recursos humanos a escala interna, y que poseen el personal calificado para generar cambios en la formación gerencial.

Es preciso aspirar a la creación de una cultura ética articulada al hacer y que sea parte de la impronta de todo profesional, y termine siendo el sello incondicional del hacer de todas las organizaciones. Es sencillo, sólo se requiere que los procesos de formación en ética y Responsabilidad Social Empresarial, sean además de transversales, permanentes, que toquen al individuo y su entorno para que a su vez incidan en sus valores,

comportamientos y actitudes logrando permear las organizaciones en las cuales se desempeñen, lo cual a su vez va a ser un indicador de la responsabilidad social que esta organización va a asumir en el futuro y con sus grupos de interés. En el libro verde de la Comunidad Europea se establece como prioridad el ofrecer cursos y módulos de Responsabilidad Social Empresarial que se impartan inicialmente en las universidades como escenarios cambiantes y responsables de la transformación de sus entornos, para generar transformación, inicialmente en el hacer y más tarde en el ser. Es necesario que el sector productivo logre adaptar sus estructuras a las nuevas realidades y buscar cada día alianzas con los centros de investigación de las universidades para encontrar respuestas oportunas, rápidas y sobre todo eficaces a las exigencias de la sociedad. Estas realidades o necesidades exigen crear un vínculo permanente e inmediato entre la universidad y las organizaciones, posibilitando con ello un refuerzo a los valores de intercambio con el entorno educativo, y proporcionando una retroalimentación positiva a los alumnos que vayan posteriormente a cumplir esas exigencias de la sociedad.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar contenidos teóricos y metodológicos de Responsabilidad Social Empresarial articulados como materia para incorporar a la organización y estructuración curricular de la Carrera de Administración de Empresas.

1.5.2. Objetivo Especifico

- ♣ Analizar la RSE, su evolución y su relación con el ámbito educativo, su normativa y las ventajas y desventajas que ésta tiene.
- ♣ Diagnosticar la RSE a partir del sector empresarial privado de 3 empresas, valorando su compromiso y las acciones llevadas adelante.
- ♣ Desarrollar el programa académico de la materia de Responsabilidad Social Empresarial a partir de la evaluación de los contenidos analíticos de las ofertas académicas del mercado que contempla la RSE.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Reconociendo que el concepto de responsabilidad social se sustenta en la interacción de elementos sociales, económicos, políticos y ambientales, es fundamental la construcción de una definición integral que dé cuenta de todos los matices que la componen. De esta manera, el concepto de responsabilidad social empresarial evidencia la adopción o integración de valores humanos y sociales, enmarcados en dinámicas del mercado mundial, los cuales deben ser reconocidos y asumidos por la empresa. Como lo hace explícito el antiguo Secretario General de las Naciones Unidas, Koffi Annan, para el año 1999, se promovió una visión sistémica, en la cual los pilares sociales y ambientales sustenten la viabilidad de las empresas, así como de las actividades comerciales. Por su parte, el Libro Verde de la Unión Europea define en 2001, que la responsabilidad social corporativa debe entenderse como: «integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores» (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 7).

El término responsabilidad social empresarial, es sinónimo de garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa. Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto medioambiental de la empresa. La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa. Maturana indica que la tarea de la educación es permitir y facilitar el crecimiento de las personas como seres humanos que se respetan a sí mismos y a los otros, con conciencia social y ecológica, de manera que puedan actuar con libertad y responsabilidad en la comunidad a la cual pertenecen. Es necesario analizar cómo la ética y la Responsabilidad Social Empresarial están inmersas en el pensar profesional y cómo los valores de cada uno son reforzados durante el proceso de enseñanza y por ende en su respectiva aplicación profesional. Hoy por hoy los procesos de enseñanza deben apuntar a una visión holística en la formación de todos los profesionales y lograr despertar el sentido colectivo que como dice Maturana, es algo de todos. (Maturana, 1997: 16-72-119).

La universidad de inicios del siglo XXI aboga por una sólida formación cultural, social y ambiental como base y comprensión real de la época en que se vive. El proceso de formación está orientado hacia una amplia y profunda visión de aquellos aspectos relevantes de la sociedad y las organizaciones actuales, determinada por el impulsivo desarrollo de la ciencia y de la tecnología en estrecha conexión con las diferentes esferas del saber, así como por su repercusión en la sociedad en general. En el inicio de este siglo, en el mundo y en el país, la sociedad exige una demanda de la educación superior sin precedentes, basada en la toma de conciencia sobre el entorno en el que opera, en lograr ofrecer resultados a los diferentes problemas que aquejan a la sociedad, y por supuesto se espera que la educación universitaria contribuya al desarrollo sociocultural, económico y ambiental para la construcción del futuro (Arancibia, 2004: 28).

A la universidad actual le interesa la responsabilidad como una categoría ética. El rol de la universidad es aportar a la sociedad profesionales y personas educadas y bien preparadas para realizar lecturas lógicas de sus entornos y crear soluciones además de inteligentes estratégicas y posibles. Por lo tanto, como argumenta Sima Nisis de Rezepka, una universidad educa en forma socialmente responsable, es capaz de proveer un ambiente que facilite el desarrollo de conductas morales, en el cual cada joven apunte a construir el modo de vivir libre y responsablemente en comunidad (Rezepka, 1997: 18).

La formación que hoy tienen las universidades en este tema demanda un compromiso mayor, urgente y próximo, ya que es necesario que cada país aspire a convertirse en las próximas décadas en un país desarrollado, sostenible y sobre todo habitable, lo cual implica promover un profundo cambio científico, tecnológico, económico, social y de formación en la sociedad. Los hombres y mujeres que se encargarán de crear las condiciones humanas, de trabajo y solidaridad, para que los talentos de todos alcancen su pleno desarrollo y produzcan el desarrollo sostenible que anhelamos, es decir, los profesionales, científicos e intelectuales capaces de liderar este tipo de cambios en las distintas organizaciones, se deben formar exclusivamente en las universidades (Klisberg, 2005: 8)

2.1. MARCO HISTORICO

2.1.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el Mundo

La historia de la responsabilidad social, no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, hay documentos que datan del siglo XIX y a veces anteriores y que dan fe de acciones por parte de las compañías a favor de sus trabajadores. El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el Protocolo de Kyoto en 1997; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial, son todos acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medio ambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial. Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000 que no tiene por finalidad ser certificable ni un sistema de gestión, sino orientar las organizaciones en la introducción de prácticas socialmente responsables. (El ABC de la responsabilidad social empresarial en Chile y el Mundo, Acción empresarial)

2.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica

La RSE constituye un fenómeno relativamente nuevo en América Latina. Como concepto ha circulado profundamente sólo en los últimos años, y las organizaciones que lo promueven son igualmente jóvenes. El Instituto organización mexicana Cemefi es algo mayor, habiéndose fundada en 1988. Perú 2021 se creó en 1994. Y la Empresa Ethos de Brasil se creó en 1998, mientras que Acción Empresarial de Chile nació en 1999. Todas estas organizaciones comparten una relación muy estrecha con Empresas para la Responsabilidad Social (Business for Social Responsibility BSR) la principal organización de los Estados Unidos. BSR desempeñó un papel importante en la provisión de modelos para las organizaciones latinoamericanas, y fue su asesora en las

primeras etapas. (La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina, Felipe Agüero).

2.1.3. Antecedentes Generales

En el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU. se preocuparon por la vivienda, el bienestar y la caridad de sus empleados. Junto con la aparición de movimientos contrarios a grupos que consideraban poco éticos al lucrarse con productos perjudiciales para la sociedad, como venta de tabaco, alcohol, etc. Con el siglo XX y con el desarrollo del Estado de Bienestar el sentimiento filantrópico se volcó en relaciones formales integrales dentro de las instituciones; cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos. Aunque la expresión surge entre los 50-60 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, utilizó el concepto. Pues en la sociedad europea había cada vez más problemas en torno al desempleo de larga duración y la exclusión social que eso suponía. Más tarde en 1999 el secretario general de la ONU durante el Foro Económico y Mundial de Davos pidió que se adoptasen valores con rostro humano al mercado mundial. Lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSE, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes:

- ♣ Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas

- ♣ Global Reporting Initiative (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global)

Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la RSE, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

Como documento decisivo acerca de la RSE en Europa, destaca el llamado libro verde europeo sobre ésta. El artículo 116, la ley francesa sobre nueva reglamentación económica del 2001, impone la obligación jurídica a las empresas, de informar acerca de sus acciones de índole social. En Brasil, la coalición presidida por el izquierdista Luis Ignacio "Lula" Da Silva, en la que participan numerosos empresarios, ha promovido la RSE y existe un proyecto de Ley de Responsabilidad Social de octubre del 2003. Existen normas oficiales acerca de la RSE como la norma SA 8000 (Social Accountability Standard 8000) impulsada por el Council on Economic Priorities y aplicada por SAI,[9] así como la norma SGE 21 de Forética,[10] única norma en el mundo que certifica globalmente la RSC en todos sus ámbitos, la Iniciativa efr empresa de Fundación Másfamilia que incide especialmente en lo que se denominaría "Ámbito Social Interno" de una organización, una nueva norma sobre conciliación laboral que está teniendo un fuerte crecimiento en todo el ámbito de habla hispana.

Según la ONG Accountability en un ranking de los 108 países cuyas empresas tienen un mayor grado de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, los líderes son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda”¹.

La idea de RSE surge a fines de la década del 50 en los Estados Unidos de América, como consecuencia de conflictos que impactan fuertemente en los estamentos sociales (Guerra de Vietnam, Apartheid), a partir de los cuales la ciudadanía empieza a germinar la idea de que comprando ciertos productos o trabajando en determinadas empresas

¹ Obtenido de Responsabilidad Social de las Empresas II de Bestratén Bellovi, Manuel y Pujol Senovilla, Luis (2004) Belloví, Manuel y Pujol Senovilla, Luis (2004).

contribuye al sostenimiento de determinados regímenes o prácticas políticas y/o económicas éticamente censurables.

A partir de entonces la sociedad demanda en la empresa una mayor compenetración en los problemas del grupo social.

Así como hace algunas décadas, las empresas desarrollaban su actividad sin tener en cuenta el marketing, la calidad, actualmente, las empresas toman cada vez mayor conciencia de la importancia y necesidad de insertar como parte de su estrategia empresarial o corporativa temas relacionados con lo social, laboral, medio ambiental y derechos humanos.

A consecuencia de ello, en los últimos años han surgido diferentes iniciativas mundiales que impulsan la incorporación de la Responsabilidad Social en la estrategia empresarial.

Diferentes instituciones y organizaciones, formadas por multitud de Estados, han desarrollado iniciativas para promover y fomentar el comportamiento socialmente responsable de las empresas.

En los 2000, la RSE se instaló en la agenda de los organismos de cooperación internacional, de las organizaciones vinculadas a las Naciones Unidas y de los gobiernos, fenómeno en parte generado por experiencias empresariales críticas que pusieron en cuestión el comportamiento de importantes compañías.

La sociedad civil y las grandes empresas convergieron en la necesidad de transitar hacia un nuevo estilo de gestión empresarial, en el que las decisiones de la empresa no sólo descansen en los criterios de rentabilidad inmediata, sino también incorporen los intereses de los demás actores vinculados.

Hay diversas formas de entender la responsabilidad social empresarial, aunque hay cierto consenso en que se vincula a aspectos tales como:

- ♣ la ética empresarial

- ♣ la situación laboral de los trabajadores y trabajadoras
- ♣ la adecuada relación de la empresa con el medioambiente
- ♣ la relación con los proveedores y el mercado
- ♣ el compromiso de la empresa con la comunidad en la que se inserta.

Hasta ahora, la responsabilidad social empresarial ha adquirido fuerza, producto de la adopción voluntaria de empresas que comprenden que, más que un gasto, la inversión en RSE incide favorablemente en su imagen corporativa y en su rentabilidad futura.

Sin embargo, para las empresas que destinan su producción a mercados relativamente complejos, especialmente en el rubro de alimentos, la RSE se convertirá, en un corto plazo, en una exigencia para seguir participando en estos mercados. En todos ellos, se incluyen cláusulas obligatorias que tienen que ver con los principales variables de la RSE.

La historia de la responsabilidad social no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, podríamos decir que hay documentos que datan del siglo XIX y a veces anteriores, y que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores.

El nacimiento de la **ONU** y posteriormente el surgimiento de los **Derechos Humanos** sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el protocolo de Kyoto en 1997; el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial; así como el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos, acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el **Libro Verde y el Blanco**; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000 que aún no llega pero que ya podemos vislumbrar; y hoy también los buenos ejemplos de responsabilidad social se multiplican por el mundo.

La RSE no es estática y seguirá cambiando y nuevos acontecimientos habrán de sumarse a esta línea de tiempo que pretende ser un esfuerzo sintético de Expok por marcar en un documento cronológico, algunos de los muchos hechos que han forjado esta nueva visión del quehacer empresarial.

Sirva este ejercicio como un ejercicio referente y no absoluto para comprender mejor este fenómeno que sin duda alguna, está cambiando la manera de hacer negocios en el mundo.

Han pasado los años y estas corrientes van evolucionando. Así como en un comienzo sólo se hablaba de que eran las empresas responsables de esto, ahora se han sumado incluso organizaciones de la sociedad civil, del estado y de las ONG, entre otras. En sus inicios se hacían acciones de filantropía (regalos a fundaciones u hogares, entrega de materiales a colegios, aportes en dinero u otro) y ahora se asocia más a la gestión. Es decir, las organizaciones deben hacerse cargo de su cadena de valor, de los impactos negativos y positivos de su quehacer como organización, de los productos y servicios que ofrecen, de la calidad de vida de los trabajadores, por mencionar algunas. Por otro lado, para certificarse empresa B, éstas deben cambiar sus estatutos para asegurar la razón social o medioambiental que van a buscar solucionar desde la perspectiva de la empresa.

Esta evolución incluso ha hecho que de RSE, hoy algunos lo llaman Responsabilidad Social (sin apellido), otros lo llaman sostenibilidad, otros sustentabilidad, pero la definición y lo que esto implica, lo abordaremos en el próximo artículo.

Todo lo anterior nos demuestra que para lograr superar los problemas actuales, debemos pensar en el bien común por sobre el individual y asumir que cada una de las organizaciones debe cumplir un rol en la sociedad en la que está participando. No podemos seguir esperando que sean otros (las empresas, el gobierno, las autoridades, las ONG o quién prefieran ustedes) los que se hagan cargo de los impactos negativos que cada uno genera, porque de lo contrario no podremos entregarle a las generaciones que vienen un mundo mejor del que recibimos y seguiremos haciéndole daño al planeta que es uno sólo.

Más allá entonces de que esto se llame RSE, Responsabilidad Social, Empresas B o lo que se invente en el futuro, el llamado y la invitación es que nos demos cuenta que debemos preocuparnos de ver cuál es el aporte que la organización donde participo está haciendo y debe hacer para tener una mejor sociedad hoy, que eso nos lleve a entregar un mundo mejor que el que recibimos y que el planeta pueda “aguantarnos” como humanidad.

2.2. MARCO REFERENCIAL

2.2.1. Responsabilidad social, empresa y educación

La Responsabilidad Social Empresarial es el “Hacer negocios basados en principios ético y apegados a la ley”. La empresa tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera.

La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad es realmente estratégica, con lo que se obtiene:

- ♣ Mayor productividad: a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación.
- ♣ Lealtad del cliente: satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar

información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras.

- ♣ Acceso a mercados: por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- ♣ Credibilidad: la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza”².

El artículo "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory" ("Responsabilidad social corporativa: un mapa del territorio"), de la candidata doctoral Elisabet Garriga y el profesor Doménech Melé del IESE de la Universidad de Navarra, intenta arrojar luz sobre esta área de estudio con una clasificación de las principales teorías y enfoques de Responsabilidad Social Empresarial RSE.

Como punto de partida de su clasificación, los autores asumen la hipótesis de que las teorías y enfoques de RSE más importantes presentan cuatro dimensiones relacionadas con los beneficios, la actuación política, las demandas sociales y los valores éticos, a partir de ello sistematizan las teorías de RSE en cuatro grupos:

2.2.1.1. Teorías Instrumentales

En ellas la empresa es vista exclusivamente como un instrumento para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos.

En este grupo de teorías se incluyen:

- ♣ La maximización del valor para el accionista como criterio supremo para evaluar las actividades sociales corporativas.
- ♣ Las estrategias para lograr ventajas competitivas con enfoques de: Inversión social en un contexto competitivo, la inversión en actividades filantrópicas puede ser útil para mejorar el contexto de

² Obtenido de: http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

ventaja competitiva dado que crea un valor social mayor del que pueden crear los donantes individuales o el gobierno.

- ♣ Perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basada en los recursos naturales, la que incide en la interacción de recursos humanos, organizativos y físicos a lo largo del tiempo y en las rutinas organizativas y estratégicas por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para generar nuevas estrategias creadoras de valor.
- ♣ Base de la pirámide económica, como una oportunidad para innovar. La innovación disruptiva: productos o servicios que no tienen las mismas capacidades ni condiciones que los utilizados por los clientes en los mercados convencionales; por tanto, sólo pueden ser introducidos para aplicaciones nuevas o menos complicadas entre los clientes no tradicionales, con una producción de bajo coste y adaptados a las necesidades de la población.
- ♣ El marketing con causa, cuyo objetivo principal es aumentar las ventas e ingresos de la empresa o la relación con los clientes creando una imagen de marca mediante la adquisición o la asociación con la dimensión ética o la dimensión de responsabilidad social.

2.2.1.2. Teorías Políticas

Estas hacen referencia al poder de las empresas en la sociedad y un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político. Entre las más importantes, Garriga y Melé mencionan:

- ♣ El constitucionalismo corporativo, se basa en la idea de que la empresa es una institución social y debe ejercer el poder de forma responsable, sujeta a la "ecuación de poder social" ("Las responsabilidades sociales de los empresarios derivan del poder social que tienen") y la "ley de hierro de la responsabilidad" ("Quien no ejerza su poder social con responsabilidad lo perderá").
- ♣ La teoría del contrato social integrador, inspirada en el pensamiento filosófico de Locke, considera que las responsabilidades sociales provienen del acuerdo en dos niveles: un contrato macrosocial teórico que apela a todos los contrayentes racionales, y un contrato microsociales real asumido por los miembros de numerosas comunidades locales.

- ♣ La ciudadanía corporativa, concepto con tres significados diferentes: una visión limitada, que comprende la filantropía corporativa, la inversión social o la asunción de ciertas responsabilidades con respecto a la comunidad local; una visión equivalente a la RSC, y otra más amplia, por la que las empresas entran en el escenario de la ciudadanía cuando el gobierno falla en la protección de la ciudadanía incluso en un contexto global.

A pesar de las importantes diferencias existentes en este grupo de teorías, los autores ven algunos puntos en común: un fuerte sentido de la responsabilidad de la empresa con respecto a la comunidad local, asociaciones y preocupación por el medio ambiente.

A consecuencia de la globalización empresarial, la preocupación por la comunidad local se ha convertido progresivamente en preocupación a nivel mundial.

2.2.1.3. Teorías Integradoras

En ellas, la empresa se centra en la captación, identificación y respuesta a las demandas sociales. Con ello pretenden legitimidad social y una mayor aceptación y prestigio social. Este grupo de teorías comprende:

- ♣ La gestión de asuntos sociales, definida como los procesos con los que la empresa identifica, evalúa y responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectarle significativamente.
- ♣ El principio de responsabilidad pública. Sus valedores sostienen que un comportamiento empresarial adecuado deriva de una política pública relevante, que incluya el modelo general de dirección social reflejado en la opinión pública, asuntos emergentes, requisitos legales formales y prácticas de ejecución o aplicación.
- ♣ La gestión de los grupos implicados (stakeholders), un enfoque orientado hacia las personas que afectan o se ven afectadas por las políticas y prácticas corporativas. Su ventaja es la mayor sensibilidad de la empresa hacia su entorno, pero también una mejor comprensión por parte de los agentes de los dilemas que afronta la organización.
- ♣ La acción social corporativa, una serie de teorías que promulgan la búsqueda de la legitimidad social a través de procesos que ofrezcan las respuestas adecuadas.

2.2.1.4. Teorías Éticas

Basadas en las responsabilidades éticas de las empresas para con la sociedad. Se fundamentan en principios que expresan qué se debe y qué no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor. Entre los enfoques principales, Melé, Pastor y Pérez distinguen los siguientes:

- ♣ La teoría normativa de grupos implicados (stakeholders), la cual contempla las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos interdependientes implicados (stakeholders): proveedores, clientes, empleados, accionistas y comunidad local. Su puesta en práctica exige tomar como referencia alguna teoría ética (kantiana, utilitarista, teorías de justicia, etc.).
- ♣ Los derechos universales, basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente
- ♣ El desarrollo sostenible, dirigido a alcanzar un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras. Para evaluar su propia sostenibilidad, la empresa debería adoptar un "triple objetivo" que incluya no sólo los aspectos económicos de la firma, sino también los sociales y medioambientales
- ♣ El enfoque del bien común, que sostiene que la empresa debe contribuir al bien común porque es parte de la sociedad. La empresa cuenta con muchos medios para conseguirlo: creando riqueza y proveyendo bienes y servicios de una manera justa y eficiente y, al mismo tiempo, respetando la dignidad y los derechos fundamentales inalienables de los individuos.

Asimismo, contribuye al bienestar social y la convivencia en condiciones justas, pacíficas y amistosas, tanto en el presente como en el futuro. Como colofón, Melé, Pastor y Pérez advierten de la necesidad de profundizar en la relación entre sociedad y empresa, mediante un conocimiento cabal de la realidad y una sólida base ética.

A fines de esta investigación se considerará la Teoría Ética desde el Enfoque del Bien Común, y el rol que debe desempeñar el Estado para garantizar la contribución de la empresa al bien común social.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Empresa

La empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social”

La empresa se la puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”

El concepto actual de empresa trasciende los planteamientos tradicionales que afirman que la consecución del beneficio es el único objetivo empresarial, la empresa actual debe legitimarse en la sociedad moderna no solo en términos económicos, sino que además ha de mantener la confianza de quienes se relacionan con ella y reclaman nuevos planteamientos sociales, medioambientales y de derechos humanos.

2.3.2. Desarrollo Sostenible

Es el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

El desarrollo sostenible expresa dos ideas muy claras: el uso racional de los recursos naturales y la protección del ecosistema mundial en las figuras de los ciudadanos (respeto al medio, cambio de hábitos), ciencia (conocimientos y soluciones) y poderes públicos (legislación y cooperación con otros países).

El Desarrollo Sostenible está articulado en función de 3 variables:

- I.** Gestión de recursos (conservación y calidad de los suelos, control y calidad del aire)
- II.** Gestión de la movilidad (ordenación física, gestión del tráfico)
- III.** Producción y servicios (gestión de residuos industriales, contabilidad ecológica)

2.3.3. Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad Social es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “mas” en el capital humano, el entorno, y las relaciones con los interlocutores.

No existe una única definición de RSE como tampoco existe un único tipo de responsabilidad social. Ya no resulta viable hablar de RSE sólo como responsabilidad empresarial. Resulta necesario reconocer que los diferentes actores sociales poseen sus correlativas responsabilidades, entre las que se pueden incluir Responsabilidad del Estado (en todas sus esferas), de los empresarios, de las instituciones sociales, de las universidades, de los sindicatos, de los consumidores, entre otras.

En lo que respecta a RSE se han elaborado tantas definiciones como autores han tratado la cuestión, pero hay coincidencia conceptual en que la RSE abarca la relación de la empresa ante la comunidad y sus stakeholders o grupos de interés, como así también una forma responsable de hacer negocios.

Para evitar nuevos conceptos, es válido utilizar la definición dada por el Pacto Global (Global Compact) de Naciones Unidas: “RSE: Hace referencia a una nueva manera de hacer negocios en la cual las empresas tratan de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo; y el impacto social y ambiental de sus actividades”.

Como se aprecia, la RSE posee tres pilares, que son el *medio ambiente*³, la *comunidad*⁴ y los *recursos humanos*⁵. En este orden de ideas, RSE implica integrar la empresa con la comunidad en que se inserta manteniendo un equilibrio entre los beneficios que obtiene y los impactos social, ambiental y económico de ese beneficio. Por tal motivo, desarrollar políticas y acciones de RSE no implica sólo cumplir con la ley, sino que para ser considerada como empresa socialmente responsable se debe tener estándares superiores a las normas, actuar de manera responsable tanto hacia fuera como hacia dentro de la empresa en todos los niveles de la organización.

Asimismo, resulta necesario llevar a cabo acciones de RSE para avanzar en pos de obtener un desarrollo sustentable y una competitividad responsable. Esto significa obtener recompensas por llevar a cabo prácticas empresarias que fomenten el crecimiento social, económico y ambiental”⁶.

2.3.4. Responsabilidad

“Significa el estado, cualidad o hecho de ser responsable, y responsable significa ser legal o éticamente capaz de rendir cuentas del cuidado o bienestar de otro; lo que implica la capacidad personal de rendir cuentas o la habilidad para actuar sin guía o autoridad superior. Ser la fuente o causa de algo. Capaz de tomar decisiones morales o racionales por sí mismo y por lo tanto puede responder por el comportamiento propio; capaz de que se confíe o se dependa de él; fidedigno. Se basa en un buen juicio o un pensamiento sensato o se caracteriza por este.

Es el no reconocimiento y la negación del derecho de intervención entre uno mismo y cualquier ser, idea, materia, energía, espacio, tiempo o forma, y la asunción de todo el

³ Medio ambiente, conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.

⁴ Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales que comparten elementos en común.

⁵ Se denomina recursos humanos al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de esa organización.

⁶ Obtenido de: <http://www.codigor.com.ar/brsa.htm>

derecho de determinación sobre él. Responsabilidad es la habilidad y disposición para asumir el carácter de fuente y causa totales para todos los esfuerzos y contra-esfuerzos en todas las dinámicas Responsabilidad total no es falta; es reconocimiento de ser causa. Una relación personal entre posiciones dentro de una organización comprometida a alcanzar sus metas”⁷.

2.3.5. La Enseñanza

La educación es el proceso por el cual el hombre se forma y define como persona. La palabra educar viene del latín edúcere, que significa sacar. Aparte de su concepto universal, la educación reviste características especiales según sean los rasgos peculiares del individuo y de la sociedad (Navarro, 2004). Es ahí donde el estudiante adquiere la motivación suficiente para aprender las temáticas que hacen parte de su profesión, su articulación con el medio y la conciencia sobre ciertos factores claves en el desarrollo y ejecución de su hacer.

Surge así una serie de interrogantes que llevan a plantear cómo la universidad puede motivar el aprendizaje en los estudiantes, y construir desde el aula conciencia social, para realizar lecturas lógicas de sus entornos y construir y hacer gestión para transformar realidades.

Enseñar incluye hacer que la gente lea cierto material, que vea demostraciones específicas y que tome parte en distintas actividades que produzcan aprendizaje, en donde el principal resultado es básicamente la conciencia del otro, de lo que está por fuera, de mi entorno. Es así como se define la enseñanza como “hacer que la gente aprenda”. Por lo tanto, el maestro sería un individuo que hace que otros individuos – los alumnos – aprendan. Este aprendizaje deber ser entregado a la sociedad como parte de la solución a todos los procesos de transformación que se espera sucedan desde la gestión de todos aquellos que egresan de un claustro universitario, y en los cuales están puestas

⁷ Obtenido de: <http://www.leonismoargentino.com.ar/INST246.htm>

las esperanzas de las generaciones que están próximas al retiro y que desean que los que llegan no sólo superen su gestión en cifras, sino en efectos y transformación social.

2.3.6. La Formación

La formación humana tiene que ver con el desarrollo de los individuos como personas capaces de ser cocreadoras con otros, de un espacio humano de convivencia social deseable (MATURANA,1997,15), mientras que la capacitación tienen que ver con la adquisición de habilidades y capacidades de acción en el mundo en que se vive, como un recurso operacional que la persona tiene para sobrevivir (Maturana, 1997, 15), la universidad también capacita porque está enseñando a hacer, a realizar un oficio para generar unos patrones de sobrevivencia en un modelo económico y por supuesto social. Eso es la educación, un proceso de transformación en la convivencia diaria y cotidiana, es un proceso donde los alumnos y alumnas se transforman para dar soporte al diario vivir de su entorno.

Por ello los procesos de formación deben estar articulados a las realidades más próximas de su entorno, porque es allí donde se validan sus procesos académicos en la pertinencia, proyección social y la conciencia social.

Igualmente, la responsabilidad del que enseña, como del que gestiona el proceso educativo, es conducir al alumno en una experiencia de aprendizaje donde se evidencie su realidad para guiar y producir los cambios y las transformaciones que sólo la formación puede ofrecer.

La tarea de la educación es formar seres humanos para el presente, para cualquier presente; seres en los que cualquier otro ser humano pueda confiar y respetar, seres capaces de pensarlo todo y hacer lo que se requiera como un acto responsable desde su conciencia social, y ahí la universidad boliviana tiene un gran compromiso con la sociedad, las organizaciones y los entes gubernamentales; de ser capaz de formar seres humanos no sólo capaces de gestionar, sino de construir y mejorar la sociedad actual; y termina el Dr. Maturana concluyendo lo siguiente:

“La tarea de la formación es el fundamento de todo el proceso educativo, ya que sólo si ésta se complementa, los seres humanos podrán vivir como personas socialmente responsables y libres, capaces de reflexionar sobre su quehacer, capaces de ver y corregir errores, capaces de cooperar y vivir una conducta ética (Maturana, 1997: 14-16)”

Ambiente laboral. - Se refiere a las políticas de recursos humanos que impactan directamente a los empleados, tales como contrataciones y beneficios, desarrollo de carrera profesional, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, horarios flexibles, programas de salud y bienestar, seguridad laboral, planes y beneficios para sus familias y dependientes.

Código de conducta. - Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa, y algunas veces de sus proveedores, enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento.

Cadena de valor. - Es el conjunto de personas o grupos, insumos y metodologías que participa en un proceso de transformación. En una organización la integran sus proveedores, procesos, clientes y mercados.

Ciudadanía Corporativa. - Ciudadanía corporativa hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas.

Desarrollo Sustentable. - El desarrollo sustentable es aquel que no pone en riesgo las necesidades de las generaciones futuras por satisfacer las del presente.

Eco-eficiencia. - Término para describir una visión para la producción de bienes y servicios económicamente viables a la vez de seguir reduciendo los impactos ecológicos de producción.

Filantropía. - Puede entenderse como amor al género humano. Las acciones filantrópicas son múltiples y variadas, pero principalmente se vinculan con la donación de recursos económicos, entrega de tiempo personal (trabajo voluntario) o de conocimiento, u otras acciones concretas tendientes al mejoramiento de la condición humana.

Inversión Socialmente Responsable. - Un fondo de inversión socialmente responsable es, un fondo en que, a las inversiones, aparte de tratar de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se les exige además que estén de acuerdo con la moral, valores y sistema de creencias de cada uno.

Inversión ética. - La inversión ética es, una filosofía de inversión que mezcla objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros.

Marketing con Causa. - Es una herramienta mediante la cual las compañías logran crear un valor diferencial de la marca conectado a la conciencia de las personas y compartiendo con ellas sus principios y valores. Es una forma de que las empresas lleven a la práctica la RSE que les compete y exigen sus consumidores.

Reporte de Sustentabilidad. - Es una memoria que la empresa publica anualmente dando cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad. Es también un instrumento estratégico para avalar y difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa.

Sustentabilidad. - Es la actividad económica que satisface las necesidades de la generación presente sin afectar a la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

Stakeholders. - Este término engloba a todas aquellas terceras partes, ya sean personas físicas, jurídicas o colectivas que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de una empresa, sus productos o servicios

Triple Balance. - Esta “filosofía” se basa en hacer compatibles el desarrollo económico, la calidad ambiental y la justicia social.

Voluntariado Corporativo. - También es llamado voluntariado empresarial, y es definido como “cualquier medio formal u organizado utilizado por una compañía para animar y apoyar a sus empleados y jubilados a ofrecer voluntariamente su tiempo y habilidades al servicio de su comunidad”.

Producción Limpia. - Determina la aplicación continua de una estrategia ecológica preventiva en procesos, productos y servicios aumentando la eficiencia del uso de los recursos naturales y bajando por consiguiente los residuos y la contaminación como los riesgos de salud y seguridad.

2.3.7. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial

En este escenario cambiante, donde aparece la responsabilidad Social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales

Alcance Social y de Desarrollo	Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
Alcance Solidario e Igualitario	En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
Alcance de Auto Referencia	Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.

<p>Alcance Ético Sistémico</p>	<p>Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stake holders o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.</p>
<p>Alcance Ético y de Valores</p>	<p>Esta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.</p>

2.3.8. Gestión Responsable del Riesgo

El riesgo es una característica necesariamente unida al desarrollo empresarial. Sin asumir riesgos no es posible lograr crecimiento, no puede haber innovación, no se perfeccionan las prácticas empresariales existentes y, por tanto, no hay desarrollo. Cualquiera de las decisiones empresariales, incluso las de menor importancia, tienen siempre un componente de riesgo, por mucho que éste pueda limitarse. Asumida esta premisa, es decir, que una empresa debe asumir riesgos, la correcta gestión de éstos será determinante para el éxito de su proyecto.

Cada empresa, independientemente de su tamaño, localización geográfica o tipo de industria a la que se dedica, debe conocer, evaluar y controlar los riesgos que asume. Sólo de esta manera tomará las adecuadas decisiones en su política de inversión, de crecimiento, de innovación y de relación con empleados y clientes. La tipología de los riesgos existentes es muy amplia, pero una serie de ellos guardan una enorme relación con la existencia de políticas de RSE que contribuyen a una correcta gestión empresarial.

A continuación, se tratan algunos de estos riesgos y se proponen algunas alternativas para su adecuado tratamiento.

Riesgo reputacional	El riesgo reputacional es, en definitiva, el que se deriva de la mala gestión de otros tipos de riesgos y tiene que ver con la percepción que tienen los consumidores y el público en general del comportamiento de una empresa, de sus dirigentes y empleados.
Riesgo crediticio y comercial	Estos dos riesgos empresariales están estrechamente unidos, por lo que los factores que influyen en uno pueden hacerlo también en el otro. El riesgo crediticio se puede definir como la incapacidad de pagar las obligaciones financieras contraídas y de desarrollar las actividades de la empresa. Por su parte, el riesgo comercial está relacionado con los precios de los productos y el acceso a los mercados en determinados momentos, algo que en muchos casos se puede ver complicado por la existencia de incertidumbres en el entorno macroeconómico o en los cambios legislativos, pero también por la actuación de la competencia o de los reguladores de los mercados, por la insolvencia financiera de terceros o por otros factores que pueden causar un deterioro en las ventas o en el crecimiento que se esperaba de ellas.
Riesgo social	Al referirnos a riesgos sociales debemos considerar tanto los impactos de la empresa en la sociedad en general como los impactos sobre las personas de la empresa. Ambos conceptos están muy ligados, de manera que las actuaciones de una empresa pueden afectar a una zona geográfica concreta y, por tanto, a sus habitantes, tanto cuando toma decisiones de inversión como cuando las decisiones son en sentido contrario, esto es, de desinversión. Cuando una empresa decide invertir en un determinado país está influyendo en su desarrollo futuro. La creación de empleo, la innovación asociada a las inversiones, el desarrollo de infraestructuras, la formación del personal, etc., son factores muy positivos en todas las sociedades, pero lo son especialmente en las menos desarrolladas. De nuevo, se trata de decisiones que influyen a largo plazo, por lo que el diálogo con los grupos de interés afectados y la colaboración con las autoridades locales suponen una mayor garantía de éxito. Por otra parte, la gestión de las personas, uno de los grupos de interés clave en cualquier organización, implica una alta posibilidad de riesgo social.
Riesgo Económico	El riesgo económico y el riesgo de mercado obedecen a la variación de los factores externos (tipos de interés, tipo de cambio, volatilidad de los mercados, etc.) así como a la solvencia y liquidez de los distintos mercados en los que opera una empresa. El riesgo de mercado implica la posibilidad de que una inversión de una empresa pierda el valor que se pagó por ella. Numerosos factores pueden influir en el valor de una inversión: La tasa de inflación, El tipo de interés, El riesgo de liquidez, El riesgo de mora, El ciclo económico.
Riesgo ambiental	El concepto de riesgo medioambiental ha sido tradicionalmente asumido por determinados sectores, como el industrial, pero el reciente establecimiento de legislación al respecto y el impulso de la RC supone el punto de inicio para su incorporación por otros sectores. Los riesgos medioambientales relacionados con el funcionamiento habitual de una empresa son fácilmente previsibles y evitables. En cambio, los riesgos relacionados con situaciones excepcionales asociadas a la financiación de proyectos o a la internacionalización empresarial son más difíciles de prever y sus consecuencias más graves. El riesgo medioambiental se debe valorar en función de la probabilidad de que se produzca un impacto negativo sobre el entorno. Es muy importante tener en cuenta que la mala gestión de este tipo de riesgo puede derivar en un proceso civil, administrativo o penal en función de la legislación aplicable en cada momento en cada mercado. Es posible distinguir varios tipos de riesgos medioambientales: Los que están asociados a actividades industriales, Los relacionados con el transporte y la comercialización de productos, Los asociados a operaciones financieras.

2.4. MARCO NORMATIVO

2.4.1. Instituto Ethos

Es una ONG de Brasil, creada en ese país por empresarios del sector privado con el fin de ayudar a las empresas a llevar a cabo negocios de forma socialmente responsable. Esta ONG provee de herramientas de gestión para mejorar la responsabilidad social empresaria, mediante la profundización de sus prácticas.

2.4.2. ISO 26000

La norma ISO 26000, es una iniciativa de ISO (International Organization for Standardization -red de organismos nacionales de normalización-) que busca normalizar y ser una guía de directrices sobre los principios subyacentes de responsabilidad social, los temas que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de implementar la responsabilidad social dentro de una organización.

Integran esta iniciativa más de 70 países y diferentes organizaciones (AccountAbility, GRI, OIT, Pacto Global, entre otros). Su publicación está prevista para el año 2010 y a la fecha los grupos de trabajo de cada país participante se encuentran trabajando en el cuarto borrador de trabajo (WD4) que será tratado en Chile en el mes de septiembre del corriente año. Argentina es representada por IRAM.

Al pretender ser ISO 26000 una norma de directrices (de recomendación), no procura ser certificable; y como se plantea como norma de responsabilidad social (no como responsabilidad social empresaria) podrá ser aplicada a cualquier tipo de organización independientemente de su tamaño o naturaleza de su actividad, como ser empresas, gobierno, ONG, entre otros. Asimismo, la norma ISO 26000 busca ser consistente y no pretende interferir con convenciones o tratados internacionales o iniciativas de responsabilidad social ya existentes. No será un sistema de gestión y su uso será voluntario.



2.4.3. SA 8000

La SA 8000 (Social Accountability 8000) es una iniciativa de la ONG Social Accountability International, que pretende establecer estándares para un mundo justo. La SA 8000 establece parámetros en tres ámbitos: Ley de Contrato de Trabajo, Sindicatos y Disposiciones a las que la empresa adhiere. A nivel mundial son 900 las empresas que han adherido a esta normativa, en Latinoamérica nueve.

2.4.4. AA 1000

La AA 1000 (AccountAbility 1000) es una iniciativa de la ONG Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA) de Londres que fue lanzada en el año 1999 y que tiene por fin la mejora de la responsabilidad exigible (accountability) en las organizaciones. Es una herramienta de gestión completa que engloba un proceso de recolección de datos, auditoría y balance social, focalizando en el diálogo con todos los grupos de interés (stakeholders internos y externos) Dentro de esta iniciativa existen diferentes estándares, guías de implementación y especificaciones de calificaciones profesionales necesarias para su aplicación, en función del tipo de organización de que se trate.

2.4.5. ISO 20121

Es una norma que da respuesta a una demanda global de adoptar un enfoque común para la sostenibilidad en el sector de los eventos, que ayudará a las organizaciones a realizar

eventos más eficientes, reduciendo costes, las emisiones de carbono, los residuos y mejorando la gestión de la biodiversidad de los espacios.

2.4.6. Iniciativa De Reporte Global (Gri)

Es un estándar internacional de reporte para el uso voluntario de organizaciones cuyo fin es reportar las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

2.4.7. Principios Globales De Sullivan

Los Principios Globales de Sullivan ofrecen apoyar una variedad de iniciativas de responsabilidad social empresarial relativas a los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la ética comercial y la protección del ambiente.

2.4.8. Los Principios De “The Caux Round Table”

Promueve principios de liderazgo empresarial y la creencia que los negocios tienen un rol crucial en la identificación y promoción de soluciones sustentables y equitativas a los temas claves a nivel global que afectan el ambiente físico, social y económico.

2.4.9. Pacto Global De Naciones Unidas

El Pacto Global fue lanzado por la ONU, la cual hizo un llamado a los líderes empresariales a que voluntariamente “abrazaran y desarrollaran” un conjunto de 10 principios en sus prácticas corporativas individuales y a través de un apoyo complementario a iniciativas de políticas públicas.

Red Local del Pacto Global en Bolivia. - En noviembre de 2006 se realizó en la ciudad de Santa Cruz, el Lanzamiento del Pacto Global en nuestro país con el respaldo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Con ello empresas y organizaciones que operan en el país hicieron pública su adscripción y se dio inicio formal a las actividades de esta iniciativa mundial.

El COBORSE es en Bolivia la Red Local del Pacto Global y busca apoyar a las empresas adscritas en la implementación de los 10 Principios y en la elaboración y presentación de sus Comunicaciones de Progreso

2.4.10. Triple Sello

Conjunto de normas bolivianas que adecuan a la empresa en toda su cadena de valor con el fin de prevenir y erradicar el Trabajo Infantil, Trabajo Forzoso y Discriminación están dirigidos al sector de la agropecuaria, agroindustria y sector forestal. Esta certificación es promovida por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior con el fin de impulsar a las empresas bolivianas a tener productos socialmente responsables.

2.5. VENTAJAS DE LA RSE

Cuando la empresa comprende que actuar con responsabilidad social, significa no limitarse sólo al juego de la oferta y demanda, sino que además constituirse como pieza clave para el desarrollo económico y social de los países, el mercado lo agradece y lo premia. Entre los principales beneficios se tiene:

- ♣ Disminución de conflictos.
- ♣ Valorización de la imagen institucional y de la marca.
- ♣ Mayor lealtad del consumidor.
- ♣ Mayor capacidad de obtener y mantener talentos.
- ♣ Flexibilidad y capacidad de adaptación.
- ♣ Sustentabilidad del negocio en el largo plazo.
- ♣ Acceso a nuevos mercados.
- ♣ Acceso a financiamientos.
- ♣ Reducción de costos operativos.

Responsabilidad Social Empresaria en el nombre que define un nuevo vínculo entre las empresas y la sociedad, que consiste en acciones del sector empresario destinadas a paliar los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

A pesar de cierta literatura suponga que la responsabilidad social no sea patrimonio de las empresas y que solo suponga un incremento de los gastos del sector, lo cierto es que

las acciones de RSE aumentan la reputación de las empresas y le ofrecen grandes beneficios cualitativos y cuantitativos. Durante la última década, la tendencia de incluir programas de RSE en las empresas se fue extendiendo de los países del Primer Mundo a los países subdesarrollados

2.5.1. Fideliza clientes

Una empresa considerada socialmente responsable aumenta la imagen positiva que tienen sus consumidores y clientes. Es probable que los clientes de una empresa con buena reputación renueven su compromiso.

2.5.2. Atrae a inversionistas

Las acciones responsables también mejoran la imagen de la empresa frente a la comunidad empresarial y los inversionistas: las empresas líderes son frecuentemente destacadas en los medios de comunicación, incluidos en fondos éticos y recomendadas a los fondos de inversión. Es de esperar que un inversionista descarte la posibilidad de colocar su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental y opte por otra que se preocupe por el cuidado ambiental.

2.5.3. Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados

Las acciones socialmente comprometidas también promueven la estabilidad y el bienestar del público interno: un estudio reciente realizado por Cherson Group señala que casi el 80 % de los empleados prefieren trabajar para una compañía que tiene una excelente reputación y paga un salario suficiente para cubrir sus necesidades que para una compañía que pague un mejor salario pero que tiene una mala reputación en general.

2.5.4. Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad

Organizaciones de la sociedad civil como Greenpeace tienden a denunciar a compañías que esconden información sobre sus productos y procesos. Publicar información honesta

y precisa y emprender acciones socialmente comprometidas mejora la imagen de la empresa frente a la sociedad civil y genera nexos que pueden desencadenar en proyectos sociales conjuntas. En Latinoamérica es muy frecuente que las empresas financien propuestas y participen de la ejecución de programas sociales en conjunto con ONG's especializadas.

2.5.5. Reduce los costos operativos

Las acciones de RSE focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logran reducir los gastos y la improductividad. El reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo. Por otro lado, las empresas que se propusieron reducir sus emisiones de gases contribuyeron a optimizar la capacidad energética y reducir los gastos innecesarios.

2.5.6. Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia

Una empresa que destine recursos en realizar emprendimientos sociales, o bien que realice acciones destinadas a paliar la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado por sobre los productos de la competencia.

2.5.7. Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión

Una empresa que destine parte de su presupuesto en acciones sociales o ambientales y no esconda información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión.

2.5.8. Mejora la performance financiera de la empresa

Según un estudio de Business and Society Review de 1999 las corporaciones que honran los códigos de ética tienen una performance de dos a tres veces superior de aquellas que no. Otro estudio demostró que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a sus expectativas.

2.6. DESVENTAJAS DE LA RSE

Las empresas sirven como vínculos económicos vitales en la sociedad, proporcionan puestos de trabajo para sus empleados, pagan impuestos de negocios y producen bienes y servicios que los consumidores pueden optar por comprar. Sin embargo, muchas empresas también tienen una función social: realizan actividades de voluntariado en un intento de mejorar su imagen o mejorar sus comunidades. La responsabilidad social corporativa o RSE, puede causar algunos problemas a menos que las empresas se comprometan en esto con cuidado y planificación.

2.6.1. Costo

Uno de los inconvenientes principales de un programa de responsabilidad social de las empresas es el costo que esto conlleva. Esfuerzos como el patrocinio de eventos, donaciones de caridad, donaciones de productos y el compromiso con las normas ambientales voluntariamente cuestan dinero que una compañía es poco probable que recupere en el corto plazo. A pesar de los efectos positivos a largo plazo de una imagen corporativa mejorada, es imposible para las empresas poder medir el valor de la responsabilidad corporativa, en lugar de tomar su costo para obtener ganancias. Esto significa menos dinero para los accionistas y menos dinero para invertir en la compañía para el crecimiento futuro. También sitúa a las empresas que invierten mucho en la responsabilidad corporativa en una desventaja competitiva frente a otras empresas que no lo hacen.

2.6.2. Justicia

Cuando una empresa decide invertir en la responsabilidad corporativa, se puede gastar el dinero de la manera que desee. A menudo esto significa seleccionar de entre una larga lista de organizaciones benéficas dignas y otras organizaciones, o de un grupo relativo a problemas sociales, como el ecologismo, las libertades civiles o de una causa política. Como tal, los miembros del consejo y los ejecutivos que toman las decisiones de gasto son libres de expresar su opinión y sus sesgos personales en el proceso. Los dólares de la

responsabilidad corporativa pueden llegar a donde están más visibles para el público en lugar de llegar al punto más necesario o mejor capaz de marcar la diferencia.

2.6.3. Consecuencias imprevistas

La responsabilidad social puede tener consecuencias imprevistas e inesperadas para las empresas, independientemente de cómo o dónde gasten su dinero. Esto ocurre cuando un negocio intenta ejercer la responsabilidad social para resolver los conflictos junto a los esfuerzos del gobierno haciendo lo mismo, confundiendo a los miembros del público, ofreciendo una nueva opción, y tal vez temporal, para resolver un problema social específico. Este tipo de responsabilidad social puede hacer que los contribuyentes se resientan del gobierno por el suministro de un servicio y que también pagan a una empresa privada por hacer lo mismo. Otro tipo de consecuencia no deseada es una inversión a la responsabilidad social en un programa o una organización que resulte ser ineficiente o ilegítima.

2.6.4. Un mayor escrutinio

Una empresa que realiza un curso de responsabilidad social cae bajo un mayor escrutinio de los críticos, clientes y competidores. Por ejemplo, si una empresa invierte en los métodos de fabricación de eficiencia energética y en una campaña de sensibilización pública para promover el reciclaje, los competidores pueden intentar desacreditar el comportamiento señalando otras partes de la operación del negocio que sean menos beneficiosas ambientalmente. Una empresa que regularmente apoya una organización de caridad local, pero que retira su patrocinio durante un período de dificultades financieras puede parecer demasiado preocupada con su línea de fondo o insensible a las preocupaciones del público.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLOGICO

3.1. ENFOQUE CUALITATIVO

La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible. En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. Se estudia a las personas en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran. (Creswell, 1998:65)

Por las características de la propuesta que va a mostrar este proyecto de tesis llega a tomarse en enfoque cualitativo, los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Se utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describe la rutina y la situación problemática, así como los significados en la vida de los participantes y su influencia en el sector educativo.

“Las características del diseño flexible de la investigación cualitativa deberán constar en la propuesta escrita. Se puede definir a este diseño como una «disposición de elementos que gobiernan el funcionamiento de un estudio» que producirá datos cualitativos en forma inductiva, y también como la «estructura subyacente e interconexión de componentes de un estudio y la implicación de cada elemento sobre los otros” (Maxwell, 1996: 4).

3.1.1. Etnografía

Es aquella investigación que estudia las cualidades y características del objeto de estudio mediante la observación participante. Puede usarse como sinónimo de antropología, pero también para hablar de la observación participante como método de trabajo. Se traduce etimológicamente como estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de un grupo de individuos con características comunes, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y cómo éstos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias.

Se hace mención a la etnografía en la presente tesis en relación a que la investigación está basada en la recolección de cualidades de expertos, quienes aportan con que la Responsabilidad Social Empresarial en tiempos actuales es de vital importancia dentro de la formación de cada futuro profesional que vaya a aportar en la toma de decisiones dentro del desarrollo de la sociedad basado en conocimientos sólidos, así también la etnografía es aplicada en virtud a que se obtiene características del objeto de estudio a través de la observación participante siendo la muestra principal de ello, 3 grandes empresas, debido a que el sector empresarial tiene 3 pilares. (el sector financiero, el sector minero, metalúrgico e hidrocarburífero y finalmente el sector industrial).

3.1.2. Investigación participativa

Se trata de una actividad que combina la forma de interrelacionar la investigación y las acciones en un determinado campo seleccionado por el investigador, con la participación de los sujetos investigados. El fin último de este tipo de investigación es la búsqueda de cambios en la comunicad o población para mejorar sus condiciones de vida.

3.1.3. Investigación-acción

Tiene semejanza con la participativa, de allí que actualmente se hable con bastante frecuencia de investigación acción participativa. Es uno de los intentos de resumir la relación de identidad necesaria para construir una teoría que sea efectiva como guía para

la acción y producción científica, que esté estrechamente ligada a la ciencia para la transformación y la liberación social.

Kurt Lewin en la década de los '40 concibió este tipo de investigación como la emprendida por personas, grupos o comunidades que llevan a cabo una actividad colectiva en bien de todos, consistente en una práctica reflexiva social en la que interactúan la teoría y la práctica con miras a establecer cambios apropiados en la situación estudiada y en la que no hay distinción entre lo que se investiga, quien investiga y el proceso de investigación. (Técnicas cualitativas de investigación social (Valles Martínez, Miguel S., 1997)

3.2. TIPO DE ESTUDIO

La presente investigación corresponde a un estudio descriptivo. Es necesario hacer notar que los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (Sampieri, 1991: 71)

3.3. DISEÑO NO EXPERIMENTAL

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Kerlinger 1979: 116).

Se considera como diseño no experimental debido a que la inclusión de la materia será una innovación en la malla curricular de la carrera, pero no así su creación puesto que esta hasta el día de hoy no se incluyó tal temática en la carrera pero si tiene inclusión en especialidades de posgrado, si bien la Responsabilidad Social Empresarial data de hace

unas tres décadas, pues ésta en su inicio solo llego a empresas de renombre mundial, de ahí con fuerza débil incursiono en el país, entonces ahora el propósito es que esta esté presente en las aulas para una inculcación en los futuros profesionales.

3.4. MÉTODO TEÓRICO

- ♣ Por las características de esta propuesta, el método de investigación utilizado es el método deductivo, debido a que se tomaron las dimensiones generales de la responsabilidad social empresarial para luego ser evaluadas y aplicadas en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Mayor de San Andrés. Este método se tomó partiendo del hecho de que la RSE es aplicable a cualquier tipo de organización sin importar su tamaño, carácter u objeto social.
- ♣ Otro método considerado ha sido el análisis, el método analítico toma fuentes documentales secundarias, a través de textos de autor, estudios especializados, y el análisis categórico de fuentes primarias, especialmente a través de la entrevista y consulta a expertos sobre RSE y el estudio de casos empresariales del contexto nacional, y análisis de la opinión de expertos bolivianos seleccionados por su conocimiento con el fin de hallar afinidades y disidencias frente al foco de interés, es decir la práctica de la RSE en Bolivia.

Se evalúa diferentes aspectos y el interés en la RSE ha ido en paralelo con el crecimiento sustancial de estándares externos implementados en las empresas por organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, y empresariales. Los estándares han sido diseñados para ser impartidos a los estudiantes, dichos estándares servirán para apoyar, medir y asistir a las compañías en la implementación y mejoramiento del informe de desempeño corporativo sobre las diversas temáticas de RSE. Existe una gran cantidad de estándares externos que cubren uno o más aspectos de responsabilidad social empresarial, pero solo unos pocos abordan todos los tópicos y temáticas.

3.5. METODO PRÁCTICO

- ♣ Se tiene a la observación sistemática que es un procedimiento por el cual se recoge información para la investigación. La misma que es un acto de mirar algo sin modificarlo con la intención de examinarlo, interpretarlo y obtener unas conclusiones sobre ello.
- ♣ De acuerdo a la estructura metodológica que guarda un trabajo de esta índole se hace mención a un par de instrumentos (**ANÁLISIS DE EXPERTOS, ESTUDIOS DE CASOS EMPRESARIALES y TRINGULACION**) que ayudan a recopilar la información necesaria e imprescindible que pueda mostrar una situación actual de la RSE, el impacto que la misma tiene dentro del ámbito educativo y cuan influyente resulta ser su conocimiento en el sector laboral.

3.5.1. Análisis de expertos

Rikers Et Al., 2012

A pesar de los logros analizados, todavía hay pasos que dar para poder instaurar la innovación social como parte de la agenda de las universidades. Entre los aspectos prioritarios sobre los que trabajar se constatan:

- ♣ Que la educación en la innovación y la responsabilidad social, el aprendizaje servicio y la educación en relación al medio ambiente estén insertos en el currículo y en los programas de educación superior. De especial relevancia es que formen parte de los mecanismos de evaluación de la calidad.
- ♣ Que las universidades publiquen un informe anual sobre sus logros en relación a la innovación social y medioambiental.
- ♣ Que las instituciones de educación superior fomenten una investigación interdisciplinaria, comprometida con la comunidad, que tenga en cuenta el contexto, y que implique a distintos actores sociales.
- ♣ Que las universidades se impliquen en el desarrollo regional sostenible, y que creen o participen en centros de conocimiento y experiencia en innovación social y medioambiental de ámbito regional.

- ♣ Que los programas de financiación educativa fomenten iniciativas de formación para el desarrollo sostenible; y estimulen la colaboración y el trabajo en red.

Ante estos imperativos, las universidades deben asumir la innovación social responsable como parte integral de su misión y su quehacer académico, dentro de sus ámbitos de actuación: docencia, investigación y extensión.

Deben reflexionar sobre los conceptos de innovación, responsabilidad y compromiso social y plantear pasos para materializarlo en su práctica diaria.

B. Kliksberg (Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo del BID)

“No es utópico pensar que el principal pilar de un desarrollo sostenido y sostenible sea la formación de los profesionales con un enfoque de desarrollo social”

Todo lo que nos falta es el sentimiento de urgencia para que esta meta reoriente rápidamente la formación académica actual centrada en una profesionalización que instrumentaliza al estudiante y al docente, les desvincula de la vida común para hacerles anhelar el patético "éxito personal" de la sociedad de consumo.

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

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

- ♣ Un estudiante capaz de escuchar, intercambiar y entrar en empatía con el otro, es decir que haya podido beneficiar de experiencias sociales formativas a nivel emocional. Un estudiante formado a la ética del diálogo.
- ♣ Un estudiante promotor de democracia y participación, que sabe ser ciudadano, es decir que “sabe gobernar y ser gobernado” como decía Aristóteles.

Información obtenida de: www.iadb.org/etica

Esto obliga por supuesto a la Universidad a instituir la problemática del desarrollo como tema transversal prioritario en todas las carreras y darse los medios para formar a sus profesores en el enfoque, reintegrando los saberes en el marco de la solución de problemas de desarrollo. También obliga a una nueva relación al saber:

- ♣ Integrar la cultura humanista con la cultura científica, en cuanto es la primera la que le da sentido, sintetiza, ubica y vigila a la segunda.
- ♣ Formar equipos de investigadores en comunidades de innovación capaces de auto aprendizaje interactivo en base a problemas complejos.
- ♣ "Desfetichizar" el saber enseñando al estudiante no sólo el dato informativo, sino cómo se llegó a este dato, es decir enseñándole a conocer el conocimiento.
- ♣ Reconocer la diferencia entre informar y formar: la información ya no es el privilegio de los expertos y profesores en la hora del "google.com", pero Internet no es una Universidad.

El nuevo compromiso social conduce a nuevas relaciones en el aula:

- ♣ Incentivar una cultura docente más democrática, basada en la facilitación del auto aprendizaje del estudiante.
- ♣ Promover nuevas técnicas pedagógicas como el ABP (Aprendizaje Basado en Problemas), el aprendizaje lúdico y el aprendizaje basado en proyectos.

- ♣ Organizar el aula como un espacio social que puede ser en gran medida confiado a los estudiantes para la responsabilidad de su autogestión.
- ♣ Combinar el trabajo presencial con el uso de los TICs y el aula virtual, etc. (Francois Vallaey)

Información obtenida de: La Universidad como espacio de aprendizaje ético, de Miquel Martínez Martín, María Rosa Buxarrais Estrada y Francisco Esteban Bara <http://www.campus-oei.org/valores/monografias/monografia03/reflexion02.htm>

3.5.2. Estudio de casos empresariales

Se establece un análisis aleatorio de tres empresas establecidas en Bolivia frente a las prácticas de responsabilidad social empresarial haciendo un rastreo de aquellas variables que son susceptibles de ser ponderadas desde la perspectiva empresarial, con el fin de aproximarse al entendimiento del ejercicio de la RSE con su respectivo contraste cualitativo que pueda ser implantado a los estudiantes, para ello se opta por extraer amplia gama de información que pueda proporcionar cada una de ellas de acuerdo a su metodología de trabajo.

❖ Soboce

La entrevista es realizada a Armando Gumucio Gerente General de SOBOCE S.A., haciendo hincapié respecto a las políticas de RSE con las que trabajan actualmente, el reconocimiento que tiene la empresa por parte de la sociedad con esta labor social, los factores que posibilitarían un mayor desarrollo de RSE en las empresas del sector privado y finalmente la importancia de transmitir a futuras generaciones estas doctrinas.

¿Por qué SOBOCE adopta la RSE como una línea de trabajo de la empresa?

Por dos criterios: el primero es la importancia que tiene la comunidad para la sostenibilidad de las empresas; en ningún caso uno puede abstraerse; somos un todo que convive en común, cada quien, con sus responsabilidades, sus obligaciones, sus derechos. Pero el criterio más importante y que resume nuestra filosofía es que las empresas, además de hacer sus operaciones normales, de generar ingresos, dar empleo,

pagar sus impuestos, cumplir absolutamente con la ley y con todo lo que fuera necesario, tienen que desafiar su imaginación para ayudar a resolver los problemas de la comunidad. Usted coincidirá conmigo en que el principal problema de nuestra comunidad es la falta de empleo. Por eso nos hemos puesto a trabajar en una estrategia preparada para responder a eso. No hubiéramos podido hacerlo si no tuviéramos los suficientes recursos. El Directorio de SOBOCE hace bastante tiempo definió una política muy sencilla de asignación: uno, destinar el 10% del total de las utilidades cada año y, como no sólo con recursos se hacen las cosas, también el 10% del tiempo de sus principales ejecutivos a desarrollar e implementar estrategias en el ámbito de la RSE. Fue así que definimos las siguientes líneas de actividades:

a) *La cultura y el turismo.* Todos conocen que el turismo es una fuente inagotable de empleo, en la medida que sea sostenido, bien hecho y tenga perspectivas. En este ámbito, lo que nosotros buscamos es difundir y valorizar el inmenso patrimonio cultural y natural que tiene nuestro país. También hemos creado una carrera de técnico medio en Turismo, junto con la Universidad Católica.

b) *Microempresarios productivos.* Los microempresarios tienen un potencial increíble para desarrollar sus habilidades, tienen mucha capacidad, una gran cantidad de ventajas competitivas. Deseamos ayudarles a encontrar mercados para sus productos y servicios, para así contribuir también a la generación de empleo. En esa línea está Anatina Toys, un proyecto de fabricación de juguetes que permite a los artesanos fabricar y comercializar juguetes de madera y tela para mercados de exportación, mediante el cual se demuestra que con una estrategia se puede buscar mercados para los productos y crear una oferta que esté debidamente certificada, que cumpla con todos los requisitos necesarios para su comercialización.

c) *Niños y Jóvenes Competitivos.* Lo que buscamos es estimular el desarrollo y la integración de las nuevas generaciones bolivianas a través del deporte, de la educación, la cultura, para que tengamos una sociedad más sana, más armónica y sostenible. Por ejemplo, el Club de Corredores que recluta y entrena una gran cantidad de corredores de

todo el país, para que luego, una vez al año, puedan participar en maratones. Otros proyectos que están teniendo éxito son; “*Gente Brillante*”, que trabaja con los lustrabotas para mejorar su calidad de vida y elevar su autoestima.

Constantemente se está desarrollando una gran cantidad de actividades en todas las zonas donde tenemos nuestras operaciones. Pensamos que no podemos tener una empresa exitosa en un país con problemas. Debemos tratar de eliminar las brechas. Y aunque obviamente en ningún caso nos atribuimos la tarea completa, podemos poner nuestro granito de arena. Lo importante es que nuestro esfuerzo en este campo sea estructurado, responda a un plan, para que sea lo más óptimo posible. En la medida en que tengamos una comunidad satisfecha, una comunidad que valora lo que hace nuestra empresa, vamos a tener una industria más eficiente, más sostenible en el tiempo.

¿Qué tan lejos cree que puede llegar la RSE?

Obviamente quienes deben resolver los problemas de la comunidad, en primera instancia, no hay ninguna duda, son los gobernantes; de ellos es la responsabilidad de dar las condiciones para que las empresas, las industrias, puedan desarrollarse; ellos tienen que asegurar los insumos, las materias primas; y la provisión de servicios básicos. El Estado debe darle a la comunidad la seguridad jurídica necesaria para que haga sus inversiones, y después los emprendimientos, las empresas, tienen que demostrar su capacidad.

Nosotros estamos convencidos de que el trabajo que estamos realizando es un granito de arena; con seguridad no va a resolver el problema de Viacha ni de El Alto ni del país, pero creemos que estamos más cerca de resolver esos problemas que si no hiciéramos nada.

¿Cuánto cree usted que la sociedad boliviana reconoce y acepta el esfuerzo que hace SOBOCE en materia de RSE?

Es una pregunta interesante. Obviamente para responder eso hay que remitirse a mediciones. En los estudios, como el que ha sacado hace poco tiempo “Apoyo y

Opinión” en el cuál, SOBOCE aparece como una de las empresas más reconocidas en lo que se refiere a RSE.

Es como un ciudadano: que tiene que ser íntegro en todos los aspectos; de nada sirve ser un buen profesional si adicionalmente su comportamiento no es el adecuado y no es una persona formada integralmente. Nosotros, en la empresa tratamos de ser eso.

¿Cuáles son los factores que posibilitarían un mayor desarrollo de la responsabilidad social empresarial en el sector privado boliviano y qué factores por el contrario lo obstaculizarían?

Vamos a comenzar por los que los obstaculizan; creo que un factor importantísimo que nos perjudica es la falta de transparencia, y eso se ve claramente en el mercado de valores, una fuente inagotable de recursos para invertir, pero que por falta de transparencia de las empresas no se usa. Adicionalmente está el hecho de que el mercado del país es limitado y nuestras empresas son, en términos relativos, respecto a otros países, muy pequeñas; entonces, hay escasez de recursos.

Sin embargo, veo que cada vez más empresas han comprendido que la tecnología se compra, que se consigue recursos para invertir, pero que al final de cuentas, la magia de un buen producto, la competitividad, depende sin lugar a dudas de la gente. Por otra parte está claro, que hacer Responsabilidad Social Empresarial no depende solamente de los recursos; también es cuestión de predisposición, de cultura, de voluntad, de interés, de intención de sensibilidad. Es una política que los gremios ya están fomentando, poco a poco.

Pero, como usted dice, es más una cuestión de principios que de recursos...

Sí, es una cuestión que tiene que estar en el software de cada persona, de cada empresa, es una cuestión de compromiso. Una de las cualidades que ha tenido nuestro ex presidente, ha sido generar esa lógica; nos ha hecho entender lo importante que es eso, y logró transmitirlo a toda la organización, entonces ya forma parte de nuestro diario vivir.

❖ **Banco de Crédito BCP**

Se tiene más información que ayuda a canalizar los objetivos de este trabajo, es así que una de las grandes empresas del sector financiero trabaja con políticas de RSE, Jorge Mujica Gianoli Gerente General del Banco de Crédito BCP, expone los logros obtenidos de ese compromiso social.

¿Por qué Banco De Crédito BCP adopta la Responsabilidad Social Empresarial como una línea de trabajo de la empresa y cuáles son las actividades que desarrolla en este ámbito?

La historia de la ejecución del Programa de Responsabilidad Social del Banco de Crédito BCP, es un recuento de sucesivos avances en la implementación de un proyecto que transformó el espíritu de la entidad en cometidos prácticos que pasaron a formar parte de nuestra agenda estratégica.

Nuestro Programa de Gestión en Responsabilidad Social nace del sentido que le damos a la actividad bancaria y de la necesidad de hacer coincidir ésta con los intereses y expectativas de nuestros clientes y de la comunidad en su conjunto. Nace de la propia identidad empresarial del BCP y de la naturaleza misma del negocio, tiene múltiples posibilidades de impacto, coincidentes con las metas de la organización y sostenibles en el tiempo. Una de las iniciativas más nítidas en este cometido es el programa de educación financiera ABC de la Banca y Operación Sonrisa.

¿Cuál es la composición de ABC de la Banca y como se beneficia la sociedad?

Sin lugar a dudas la banca se ha transformado en un servicio de primera necesidad y esa inserción en la vida cotidiana de la gente, nos convierte en un aliado que debe renovar continuamente su oferta, en el marco de una visión donde el interés propio del negocio coincida con el interés colectivo.

Nos motiva promover el ahorro, porque éste es el insumo principal para que la gente cumpla con sus objetivos financieros y para que los bancos puedan transferir recursos a

diferentes sectores económico productivos, de manera que se construya en todo momento un círculo virtuoso que dinamice el desarrollo nacional.

Estamos convencidos, asimismo, de nuestra responsabilidad como protagonistas del desarrollo productivo del país, a través de una política crediticia que atiende proyectos grandes, pero también emprendimientos medianos y pequeños, cuya suma repercute en el bienestar de los bolivianos y el crecimiento del país.

¿En qué consiste el proyecto Operación Sonrisa?

Operación Sonrisa es una organización privada, sin fines de lucro, es una campaña bandera del Banco de crédito BCP, porque demuestra el compromiso de casi una década con la salud de la niñez boliviana, brindando servicios médicos voluntarios a través de cirugía plástica y reconstructiva a niños y jóvenes de escasos recursos, que sufren deformaciones de labio fisurado. El labio fisurado y paladar hendido están catalogados entre los defectos congénitos más comunes. Afecta a uno de cada 500 recién nacidos.

Los servicios y atención médica para los niños que son atendidos por la misión Operación Sonrisa son totalmente gratuitos. Los beneficios de las cirugías no son solo estéticos, sino también funcionales y emocionales, brindando al niño y su familia la posibilidad de llevar una vida normal

¿Es necesario contar con personal comprometido con la RSE para llevar a cabo proyectos de esta magnitud?

Definitivamente, es así que El Banco de Crédito BCP, comprometido con la salud de la niñez boliviana, apoya cada año a la Fundación Operación Sonrisa, mediante una donación propia y también en la recaudación de fondos permitiendo así a la misión de médicos internacionales certificados, llegar a Bolivia para realizar cirugías a niños y jóvenes de escasos recursos, con ésta condición congénita. Adicionalmente el Banco de Crédito BCP se encarga de transportar de manera gratuita a todos los pacientes y un acompañante a nivel nacional a las misiones médicas internacionales que 3 veces al año se realizan en el Hospital Municipal Francés en la ciudad de Santa Cruz. Con estas

visitas se busca que el personal del banco se sensibilice de primera mano con la causa que apoya su Banco y vea en persona el compromiso que como Institución se tiene con la comunidad.

Todas las áreas del Banco participan en la campaña de recaudación y aquellas que se destacan en el cumplimiento de sus metas y esfuerzo mandan un voluntario representante a la misión de marzo, que apoya a los padres y pacientes en todo el proceso de operación y recuperación. El 2014 más de 15 Voluntarios BCP de todo el país vivieron una experiencia inolvidable con los pacientes de la misión de Marzo en Santa Cruz durante una semana. Son también destacables los eventos que organizan los voluntarios a nivel nacional para recaudar fondos. No solo es laudable la inversión de tiempo y esfuerzo desinteresado sino el espíritu solidario y de trabajo en equipo que se genera en estos procesos.

Gracias a estas gestiones, durante los últimos 9 años se ha conseguido que médicos especialistas puedan llegar del exterior realizándose 3.649 procedimientos quirúrgicos a diciembre 2014, recuperando la sonrisa de muchos niños bolivianos. Nuestro respaldo a los programas de RSE no se limita a un presupuesto anual, pues nuestros propios colaboradores realizan importantes aportes y esfuerzos para su éxito, al igual que muchos de nuestros clientes. Por eso, la dedicación del BCP a la RSE no es eventual sino permanente, las 24 horas del día y los 365 días del año. En la gestión 2014 se registraron 280 procedimientos quirúrgicos exitosos a lo largo de tres misiones de marzo a octubre. El Banco de Crédito BCP realizó la contribución, entre propia y recaudaciones, de 550.000 Bolivianos anuales, a la fundación Operación Sonrisa Bolivia.

¿Realizan prácticas responsables de protección al medio ambiente?

El Banco de Crédito BCP es consciente de que toda actividad deja un impacto ambiental y, por ello, adoptamos una serie de políticas orientadas precisamente a minimizar el mismo. Nuestro aporte se traduce en medidas para disminuir el consumo de energía Eléctrica, agua potable y reciclaje de papel.

Desde hace varios años, en el servicio de Cajeros Automáticos, ofrecemos la opción de imprimir o no los recibos. De esa manera apelamos también al compromiso de nuestros clientes con la necesidad de cuidar el entorno natural. También se debe destacar iniciativas creativas y de alto valor educativo interno durante la gestión 2014, como la decisión de evitar el uso de iluminación en el armado de los árboles navideños en todos nuestros puntos de atención a nivel nacional. En esa ocasión pudimos comprobar cómo la creatividad y trabajo en equipo compensa con creces una restricción positiva en favor del medio ambiente. El Banco de Crédito BCP ha adoptado una serie de medidas internas que tienen como propósito reducir el consumo de energía, reciclar el papel y evitar el desperdicio de agua.

Actualmente contamos con un sistema de iluminación tradicional (tubos fluorescentes, dicrosios y focos ahorradores), el cual genera un elevado consumo Kw/h y demanda un mantenimiento frecuente.

PROBLEMA	Elevado gasto de energía eléctrica por el consumo de iluminación (Kw/h).
OBJETIVO	Reducir el gasto de consumo de energía (Kw/h) y gasto de mantenimiento de luminarias.

Número	CAUSAS	SOLUCIONES PROPUESTAS
1	Alto consumo de energía eléctrica Kw/h en oficinas principales, agencias y Atm's.	Cambio del sistema de iluminación de tradicional a Led en 2 etapas: Gestión 2014- Eje Troncal Gestión 2015 - Eje Transversal
2	Menor duración del sistema de iluminación actual, que genera frecuente mantenimiento.	Beneficios tecnología Led: Menor consumo Kw/h Mayor vida útil de luminarias Menor frecuencia de mantenimiento Garantiza la misma calidad de luminosidad
3	Sistema de tecnología Led con mejores condiciones técnicas y económicas.	Concientización del personal para el adecuado uso de la Energía Eléctrica

Debo hacer hincapié respecto a otras actividades sociales en las que el Banco participa que es la realización de talleres productivos con el propósito de contribuir a la reactivación económica regional, el año 2014, el Banco de Crédito BCP financió la remodelación de instalaciones y el equipamiento de nueve talleres de costura en poblaciones del Beni afectadas por los desastres naturales que se suscitaron a principios del año.

La iniciativa estuvo dirigida a acompañar los esfuerzos que realiza el gobierno del Estado Plurinacional para impulsar el desarrollo productivo en la región, a través del Plan Patujú.

El Plan Patujú diseñado por el Estado Plurinacional de Bolivia contempla una diversidad de acciones económicas y productivas de impacto inmediato, entre las que figuran la implementación de cultivos en huertas domiciliarias, la creación de guarderías atendidas por habitantes de las localidades afectadas, el equipamiento de panaderías y de talleres de confección.

En el caso de los talleres de costura, el gobierno proporciona espacios y cubre los salarios de las trabajadoras durante tres meses, y el Banco de Crédito BCP financia la adecuación de los inmuebles y la compra de maquinarias.

Los recursos otorgados no son solo una donación, sino capital de arranque que puede servir para multiplicar las oportunidades de desarrollo y las opciones laborales, de manera sostenible.

Hasta la fecha se inauguraron nueve talleres de costura en Riberalta, Trinidad, Guayaramerín, San Isidro, Integración y San Borja, entre otros. El convenio suscrito entre el Banco de Crédito BCP y el Ministerio de la Presidencia incluye también la construcción de diez tinglados para mejorar la infraestructura de proyectos productivos.

El Banco de Crédito BCP quiere de esa manera ratificar en la práctica su objetivo de estar siempre cerca de la gente y demostrar cuán positiva puede ser una alianza entre el Estado y el sector privado, cuando se buscan beneficios para la sociedad, ya que en

última instancia de lo que se trata es de promover la inclusión social a través del desarrollo productivo

¿La importancia de formar profesionales que lideran políticas de RSE cree usted que es relevante?

Se debe destacar iniciativas de alto valor educativo, como la decisión de tener profesionales comprometidos con la sociedad, y quien va lograr esto, pues nuestras escuelas de formación vocacional, parte de ahí el compromiso de formar líderes con visión positiva en favor del medio ambiente.

El planeta demanda el compromiso de todos los seres humanos para enfrentar la amenaza del calentamiento global y revertir esta situación con acciones concretas. Está en juego el futuro de las nuevas generaciones y es urgente aportar con iniciativas propias que apunten en esa dirección.

Consciente de esa necesidad el Banco de Crédito BCP durante el año realiza campañas internas entre los empleados para fortalecer su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial y la causa del cuidado del medio ambiente.

❖ Minera San Cristóbal

Finalmente para complementar la información para la propuesta que se tiene en el presente proyecto sobre políticas de RSE que deben ser implantadas a futuros profesionales, se cuenta con datos otorgados por el Gerente de Responsabilidad Social Corporativa Javier Diez de Medina de una de las más grandes empresas del sector metalúrgico del País “Minera San Cristóbal S.A.”

¿Cuál es el propósito que tiene la Minera San Cristóbal para con la Responsabilidad Social Empresarial?

Un propósito central de Minera San Cristóbal (MSC) es ayudar a crear las condiciones para que la población asentada en las comunidades aledañas desarrolle emprendimientos

autosostenibles e independientes de la producción minera, buscando un mejor futuro para sus habitantes. Con este propósito Minera San Cristóbal actúa como un facilitador.

Para concretar la visión de desarrollo sostenible, MSC tiene tres instancias de acción:

a) **Relaciones Comunitarias:** Vínculo directo y permanente con las comunidades del área de influencia directa del proyecto, atendiendo las demandas, coordinando actividades y consolidando canales de comunicación continua y transparente.

b) **Reasentamiento y Mitigación:** Promoción de proyectos de reducción de impactos ambientales y supervisión de obras que se ejecutan en las comunidades para optimizar su calidad de vida.

c) **Desarrollo Sostenible:** Coordinación de propuestas y proyectos para el desarrollo de las comunidades mediante el Consejo Consultivo Los Lípez San Cristóbal, con formado por representantes de las comunidades de San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila y Rio Grande.

¿Cuáles son los aportes más relevantes que hizo la Minera San Cristóbal en estas tres instancias mencionadas?

Minera San Cristóbal realiza sus actividades con una visión social y ambientalmente responsable. La Responsabilidad Social es un compromiso asumido con seriedad por la empresa, el mismo que guía su comportamiento ante la sociedad y que está íntimamente vinculado con el desarrollo sostenible, buscando el bienestar de todos los habitantes de la región en la que opera.

MSC coordina propuestas y proyectos para el desarrollo de su entorno mediante el Consejo Consultivo Los Lípez San Cristóbal, conformado por líderes y autoridades de las comunidades de San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila y Rio Grande.

- ♣ Mejoran la educación y los servicios de salud.
- ♣ Optimizan actividades agropecuarias y turísticas
- ♣ Promocionan los micro y pequeños emprendimientos

♣ Apoyan actividades de revalorización cultural

Para concretar esta visión de desarrollo sostenibles, MSC y las comunidades tiene un relacionamiento directo y continuo, caracterizado por el dialogo permanente y participativo, respeto mutuo y confianza recíproca, responsabilidad compartida, cumplimiento de acuerdos y compromisos, además de la promoción del desarrollo sostenible. MSC y el Consejo Consultivo Los LÍPEZ San Cristóbal realizan las siguientes actividades:

- 1.- Gestionan alianzas estratégicas con organización sociales para generar condiciones favorables de relacionamiento mutuo en pos del desarrollo local.
- 2.- Brindan asistencia técnica para organizaciones sociales e instituciones comunitarias logren un manejo organizacional independiente y eficaz.
- 3.- Apoyan el fortalecimiento de las capacidades de las autoridades locales para la gestión de sus demandas ante instancias y el desarrollo de iniciativas sostenibles.
- 4.- Respaldan a las organizaciones sociales y microemprendimientos productivos en la gestión de alianzas estratégicas en pos del desarrollo sostenible de la región.

Cabe resaltar otros aportes que hizo la MSC más de 200km de caminos y puentes, 65km de ramal ferroviario permiten hoy una mejor integración de las comunidades de la región. En el ámbito de los servicios básicos realizó el tendido de 172km de línea de transmisión de energía eléctrica, apoyo la elaboración de diseños y estudios para sistemas de captación y de tratamiento de aguas y construyo obras de conexión de agua potable, beneficiando a las familias de las comunidades.

MSC con la firme propuesta de mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, inicio un proyecto de mejora de las condiciones de guardería que actualmente alberga a más de 40 niños, el centro infantil cuenta con áreas especializadas de desarrollo parvulario de acuerdo a las edades, donde pueden realizar actividades de desarrollo y estimulación

cognitiva, social, motriz y de lenguaje. Poseen juegos de psicomotricidad, didácticos y de recreación.

¿Minera San Cristóbal tiene políticas para mitigar el desamparo al medio ambiente?

MSC es una empresa minera que cumple con una gestión medioambiental responsable. Sus operaciones se basan en el respeto al ecosistema a través del uso racional, eficiente y sostenible de los recursos naturales.

Así lo demuestran los amplios programas que ejecuta para monitorear y mitigar el impacto medioambiental causado por los procesos mineros. El control periódico incluye el aire, el agua, la calidad del suelo y la medición de niveles de ruido, garantizando el cumplimiento de las directrices nacionales e internacionales.

Una muestra clara del compromiso que tiene MSC con el medio ambiente es sin duda el DOMO, una infraestructura de 140m de diámetro que cubre la pila de acopio de mineral y reduce en gran medida, la dispersión del polvo que se origina en la zona, caracterizada por fuertes corrientes de vientos. El DOMO se construyó con el único propósito de disminuir el polvo de las operaciones. La responsabilidad medioambiental es parte integral en todos los procesos operativos de MSC y busca principalmente:

- ♣ Ejecutar el proyecto en el marco del desarrollo sostenible
- ♣ Prevenir la contaminación
- ♣ Cumplir con la normativa ambiental nacional y las directrices internacionales
- ♣ Mejorar continuamente el desempeño ambiental
- ♣ Comunicar abierta y oportunamente a las partes interesadas aspectos de la temática ambiental del proyecto.

Para la gestión de residuos se cuenta con un relleno sanitario y un programa de recolección y disposición clasificada, por tipo de residuos, para reutilización y reciclado. Asimismo, para las aguas servidas se cuenta con una planta de tratamiento que permite reutilizar las aguas tratadas en riego de áreas de revegetación y riego en caminos para controlar la generación de polvo.

¿Considera importante la educación sobre RSE para su personal?

Ahondo que es necesario la preparación de profesionales con una formación sólida en temas de responsabilidad social empresarial, por ello MSC desarrolla un plan de capacitación y sensibilización sobre el cuidado ambiental dirigido a trabajadores y a las comunidades de área de influencia directa de la operación. Más allá de preparación en temas de RSE, debo hacer notar que la educación es muy importante para la MSC por ello creo El Instituto Técnico San Cristóbal (ITSC) que brinda capacitación técnica superior en mecánica industrial y electrónica industrial, así mismo al iniciar el 2015 se creó la carrera técnica en turismo, ITSC ofrece cursos cortos para la población de las comunidades, los trabajadores de MSC y otras personas interesadas. La capacitación se imparte en las áreas de mecánica, soldadura, electricidad y electrónica entre otras, el ITSC cuenta con aulas y talleres equipados.

3.5.3. Análisis de entrevistas (SOBOCE, BCP y Minera San Cristóbal) orientadas a la fundamentación de la RSE como materia en el currículo de la carrera Administración de Empresas

- Lineamientos de acción con relación a la RSE
- ♣ **SOBOCE.** - Los lineamientos de acción son el conjunto de pautas para hacer viable actividades y proyectos orientados a la mejora de la comunidad y el medio ambiente.

LÍNEAS DE ACCIÓN	PROYECTOS	OBJETIVO
<i>Turismo</i>	Creación carrera de turismo a nivel técnico medio	Difundir el patrimonio cultural del país
<i>Microempresas productivas</i>	Anatina Toys de fabricación de juguetes de madera y tela	Encontrar mercado externo para sus productos
<i>Niños y jóvenes competitivos</i>	Club de corredores para participar en maratones. Gente Brillante con los lustrabotas	Mejorar la calidad de vida y la autoestima

De acuerdo a cuadro de datos, las líneas de acción SOBOCE expresan dimensiones relacionadas con el turismo, la microempresa productiva y la autoestima en niños y jóvenes. Como se verá todas ellas se enmarcan en el ámbito de la educación alternativa con el propósito de llegar al desarrollo sustentable. En el mismo sentido, las líneas de

acción al traducirse en proyectos sociales buscan resolver determinados problemas de la comunidad desde el punto de vista educativo.

Consecuente con esta idea, el accionar del turismo, de la microempresa y de los niños y jóvenes, significados en campos del conocimiento, se constituirán a la vez en áreas del conocimiento para organizar contenidos temáticos relacionados con la responsabilidad social de empresa.

- ♣ **BANCO DE CRÉDITO.** - En el Banco de Crédito BCP la responsabilidad social está significada en la necesidad de hacer coincidir las líneas de acción con las expectativas de los clientes ahorristas y la comunidad, siendo que el BCP es una institución que administra los ahorros de los clientes; la RSE contempla programas de educación financiera, de salud para la niñez y el cuidado de la luz, agua y papel.

LÍNEAS DE ACCIÓN	PROYECTOS	FUNCIÓN
<i>Programa de educación financiera</i>	Promoción del ahorro, para atender proyectos grandes, medianos y pequeños	Campaña interna para los empleados y externa para los clientes.
<i>Apoyo a la Fundación Operación Sonrisa</i>	Servicio de salud a la niñez boliviana a través de la cirugía plástica y reconstructiva del labio fisurado y paladar hendido.	Contribución propia y recaudación de fondos para la Fundación.
<i>Medio ambiente</i>	Disminuir el consumo de energía eléctrica, agua potable y reciclaje de papel	Restricción positiva de la iluminación de árboles navideños, agua y la impresión de recibos en cajeros automáticos.

De acuerdo al detalle de la columna de proyectos (ahorro, salud de la niñez y cuidado del medio ambiente) son proyectos de carácter socioeducativo que tienen el propósito de contribuir al desarrollo de la sociedad. Con dicho propósito, y tomando en cuenta la formación del profesional en administración de empresas, sobresale la necesidad de preparar recursos humanos relacionados con la temática de la RSE, en el entendido que una institución bancaria va más allá de la administración de los fondos de los clientes, es decir, que amplía su accionar institucional contribuyendo hacia el bienestar de la comunidad, bajo el principio de hacer coincidir la RSE con las expectativas de los ahorristas, los cuales son a la vez la expresión de la comunidad.

♣ **EMPRESA MINERA SAN CRISTÓBAL**

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACTIVIDADES SOCIALES	INFRAESTRUTURA
<i>Relaciones comunitarias</i>	Atención a demandas de las comunidades aledañas a la Mina.	Construcción de caminos y puentes para integrar las comunidades.
<i>Reasentamiento y mitigación</i>	Promoción de proyectos de reducción de impactos ambientales	Tendido de energía eléctrica. Sistemas de captación y tratamiento de aguas
<i>Desarrollo sostenible considerando el medioambiente</i>	Coordinación de propuestas del agro con representantes de las comunidades: San Cristobal, Culpina K, Vila vila y Rio Grande	

La empresa minera San Cristóbal a través de la RSE, ayuda a crear condiciones para que las comunidades campesinas aledañas desarrollen emprendimientos autosostenibles en el marco del cuidado del medio ambiente.

Destaca, desde el punto de vista social, la importancia de generar relaciones sociales con las poblaciones objetivo para atender las demandas sociales, lo que se traduce en el desarrollo y mejoramiento de las comunidades.

El hecho de coordinar con los representantes comunitarios para implementar proyectos para la reducción de impactos ambientales constituye una de las fortalezas de la RSE de la mina San Cristóbal.

Desde el punto de vista educativo y social, la experiencia de la MSC con las comunidades colindantes llega a constituirse en un factor que condiciona la formación de los beneficiarios en el marco del medio ambiente. Es decir, la atención de las demandas sociales desde el punto de vista curricular se expresará en la selección de determinados contenidos a partir de las líneas de acción, puesto que son el resultado de un estudio de contexto, del medio ambiente. En otros términos, los bienes sociales logrados se transformarán en materias de estudio para fines formativos del profesional.

3.5.4. Triangulación/contraste de información

El instrumento correspondiente a la triangulación es la matriz triangular, de la cual expone Bisquerra (1996), "...que permite reconocer y analizar datos desde distintos ángulos para compararlos y contrastarlos entre sí" (p. 264), por lo que mediante el uso de esta técnica se hace posible contrastar las fuentes de información obtenidas de las diferentes empresas. Contraste y triangulación de las prácticas empresariales relacionadas con la RSE en Bolivia.

Anatina Toys. - Es una empresa que fue creada como resultado de la implantación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Soboce, actualmente la empresa se autosustenta económicamente gracias a los artesanos quienes diseñan y elaboran juguetes en madera y telas y que a la fecha ya realizan exportaciones, pues ha llegado a consolidarse como una empresa principal dentro del sector artesanal, destinando su rentabilidad principalmente a la ayuda de niños.

Operación Sonrisa.- Es un proyecto abordado por el Banco de Crédito BCP, como resultado de las políticas sobre Responsabilidad Social Empresarial que realiza dicha empresa financiera, el proyecto está destinado a realizar operaciones a niños y jóvenes con labio fisurado, las cirugías son gratuitas pues la empresa destina recursos al proyecto para correr con gastos incluso de traslado de pacientes al centro donde se llevara a cabo la operación.

Micros emprendimientos.- La Minera San Cristóbal en relación a que maneja productos altamente tóxicos en su proceso de función de minerales, debido a que despacha altas cantidades de gases tóxicos ha elaborado un domo gigante en su planta procesadora para retener todo oxígeno tóxico y así evitar que se disuelva en el ambiente de la provincia de Nor Lipez, al mismo tiempo tiene proyectos de emprendimientos en cuanto a riego y cultivos. El desarrollo comunitario sólido es una prioridad clave para Minera San Cristóbal. Las iniciativas sobre desarrollo sostenible son coordinadas a través de un Consejo Consultivo compuesto por representantes de las comunidades vecinas de San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila y Río Grande.



Anatina Toys

Operación
Sonrisa

Micros
emprendimientos

CAPITULO V

PROPUESTA

Este sistema va dirigido a que la Universidad consideren que su misión y visión está vinculada con una actuación social, mostrando las evidencias de que su tarea es la formación de profesionales con compromiso social, de ayudar y transformar el entorno dónde estén situados, y según su orientación en la colaboración con la transformación local, nacional e internacional de la sociedad en su conjunto.

Es entonces importante destacar la interrogante: ¿Se enseña actualmente responsabilidad social en la carrera de Administración de Empresas?

Como respuesta a esta pregunta se analiza una serie de temas entre los cuales se destaca una serie de alternativas dimensionales de la responsabilidad social empresarial y la pertinencia de su enseñanza en la Formación empresarial impartida por la facultad de administración, en un entorno altamente competitivo y totalmente globalizado.

En los últimos años en casi todo el mundo a consecuencia de las declaraciones de la UNESCO (1998-2009), ha crecido la conciencia en cuanto a la responsabilidad de las instituciones de educación superior de aportar su caudal de conocimientos y recursos al servicio del conjunto de la comunidad. En este sentido la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI de la UNESCO en 1998, en su artículo 6.b señalaba, entre otros aspectos que: La educación superior debe reforzar sus funciones de servicio a la sociedad, y más concretamente sus actividades encaminadas a erradicar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre, el deterioro del medio ambiente y las enfermedades, principalmente mediante un planteamiento interdisciplinario y transdisciplinario para analizar los problemas y las cuestiones planteados (UNESCO, 1998: 24).

La universidad es una organización que afecta, impacta y está llamada a responder y dar cuenta de su misión social de cambio y transformación al conjunto de toda la sociedad: A continuación, se presentan las dimensiones consideradas en este modelo, indicadores

que muestran una estructura pedagógica a ser considerada al momento de proponer una inserción de una materia dentro del diseño educativo.

♣ **Dimensión curricular y pedagógica**

La dimensión curricular y pedagógica hace referencia a una propuesta formativa pertinente y de calidad académica y social, enmarcada en el proyecto educativo institucional, que promueve una formación integral, profesional y ciudadana (ser, saber, saber hacer y saber convivir). Esto se realiza mediante la integración del enfoque del aprendizaje servicio, del fomento del emprendimiento social y el enriquecimiento de los ambientes de aprendizaje.

Se contribuye, así, a la formación de profesores y estudiantes, con un claro compromiso con la mejora de la calidad de vida de los diferentes grupos sociales. Se centra en la promoción de los procesos formativos, investigativos y de servicio o extensión interdisciplinarios, a partir del análisis crítico de problemas sociales locales, nacionales e internacionales. El objetivo es lograr el desarrollo de propuestas que logren evidenciar el continuum (articulación y diálogo) docencia-investigación-extensión.

Los componentes que se analizan son: Formación del alumnado; Desarrollo profesional para el personal universitario; y Respuesta educativa con equidad atendiendo a la diversidad.

♣ **Dimensión organizacional**

Dimensión que se refiere a la gestión y transformación de la institución, desde la misión, visión, políticas, estrategias, planes, programas, estructura organizacional, procesos e impactos. Éstos se desarrollan y aplican para su adecuado funcionamiento y la convivencia cotidiana, desde una cultura organizacional que facilita la innovación social responsable.

Desde una visión integradora, aprende y se gestiona a sí misma, mediante ciclos que le permiten incluir prácticas, sistemas de información, espacios de reflexión, diálogo e

interpretación para la construcción de procesos de institucionalización de la innovación social responsable.

Desde sus funciones sustantivas, gestiona los impactos mediante el acompañamiento, sistematización y apoyo a procesos de desarrollo y transformación social; generando propuestas de solución pertinentes a los problemas de la sociedad en participación y diálogo con los diferentes actores de la innovación social responsable.

Sus componentes son: Planificación, gestión y evaluación institucional; Estructura organizacional; y Cultura organizacional.

♣ Dimensión investigación, desarrollo e innovación

Esta dimensión transversal describe la implementación y aportes de la investigación y el desarrollo a la innovación social y a la mejora de los procesos y soluciones a los grandes problemas vinculados al desarrollo de la sociedad en la que la universidad está inmersa. Esta implementación, aun cuando corresponde más directamente liderarla a la/s unidades encargadas de la investigación en las universidades, es también responsabilidad de la docencia (de pregrado y de postgrado), de la gestión universitaria y de la de vinculación con el medio o extensión.

Por Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) se entiende la aplicación que hacen las universidades, para solucionar los problemas sociales, de nuevos conocimientos, de nuevas síntesis del conocimiento, así como de la gestión del conocimiento.

Los componentes son: Políticas institucionales de investigación en innovación social; Comunidad investigadora y redes de producción de conocimiento;

Gestión, transferencia y difusión del conocimiento; Fomento de la investigación en temas prioritarios.

♣ Dimensión de relación con el entorno

La dimensión de relación con el entorno hace referencia al vínculo que la universidad, a partir de sus funciones sustantivas, establece con el resto de la sociedad a través de las instituciones (culturales, sociales, económicas, educativas) y comunidades. Esta relación se plantea desde una consideración de igualdad para compartir objetivos y metas en proyectos comunes, que promuevan la comprensión, reflexión y solución de desafíos del entorno local, nacional e internacional.

La universidad como promotor del conocimiento académico y la formación del capital humano de una región, articula la producción intelectual con saberes populares, y temas de impacto público, con el fin de lograr una incidencia en lo político, económico, ambiental y cultural.

Los componentes son: Relación con la sociedad, proyectos, contribución al desarrollo del país; Trabajos en red, en tanto a relación con la comunidad y con diferentes grupos de interés; Incidencia en políticas públicas; Generación de conocimiento académico y popular.

♣ **Dimensión ambiental**

La dimensión ambiental de la ISUR se define como la capacidad de la universidad de asumir el rol que le corresponde en el sistema socio-ambiental, al contemplar dentro de sus políticas de formación y gestión la visión de desarrollo sustentable.

Desde sus funciones sustantivas, incorpora a la comunidad universitaria, mediante prácticas y procesos de innovación social responsable al aprender desde experiencias modélicas de cultura ambiental; procesos de formación, diálogo y evaluación; producción intelectual; modelos de investigación, propiciando competencias humanas y profesionales para la innovación social responsable desde un desarrollo tecnológico y humano sostenibles.

Su característica primordial es la sostenibilidad a través de un sistema de medición que permita la adaptación gradual y permanente de la innovación social responsable en sus procesos.

Sus componentes son: Cultura ambiental; Políticas y sistemas de gestión ambiental; Formación en el área del medio ambiente; Investigación en el área de medio ambiente; y Acción en relación al medio ambiente.

♣ **Dimensión de internacionalización**

La internacionalización de la educación superior se refiere a un proceso institucional de traspasar fronteras. Es un proceso dinámico que tiene como estrategia la integración de la dimensión internacional e intercultural en la misión, prácticas culturales, planes de desarrollo, planes de estudio y políticas generales de las universidades.

La internacionalización puede considerarse como la respuesta proactiva de las universidades ante los desafíos de la globalización, mediante la cual se respeta la individualidad y características de cada nación. A nivel universitario, constituye una visión institucional que promueve la innovación social por medio de una postura activa y propositiva ante el entorno global, nacional, regional y local. Esta visión favorece las políticas, los planes y el trabajo universitario que fomenten la perspectiva global e internacional en el aprendizaje, la investigación, la administración y el desarrollo de experiencias en colaboración con otras instituciones y sectores locales, regionales e internacionales.

Finalmente, se visualiza que la dimensión internacional de las universidades, dentro de un enfoque que privilegie la identidad propia, que respete la diversidad, interculturalidad y la transculturalidad. Además, favorezca la cooperación, de manera que se impacte tanto a lo interno de las instituciones de educación superior como en el ámbito externo, o sea, en el contexto nacional, regional y mundial con el que interactúan.

Los componentes son: Políticas de fomento de internacionalización; Proyectos de investigación internacionales; Trabajo de enfoque social en redes internacionales; Movilidad académica internacional; y Programas de formación conjunta (grado y postgrado).

El concepto de “Responsabilidad Social Empresarial” está ganando muchos adeptos en el mundo anglosajón. Generándose aún resistencia, por parte de ciertos académicos que no han logrado desligar la ideología del asunto con el hacer y no comprenden aún la importancia de la gestión universitaria limpia, transparente, transformadora, líder y sobre todo ejemplar como acción no sólo administrativa, sino de carácter educativo. Todavía se prefiere hablar en términos de extensión que, de Responsabilidad Social desde la academia, al igual que en el mundo empresarial se prefiere hablar de filantropía, que de sistema de gestión socialmente responsable (Klisberg, 2005: 15). No importa ya que cada día se evidencie que el movimiento de la Responsabilidad Social, el Desarrollo sostenible, pasó de ser una moda a convertirse en una realidad, la cual será una compañera inseparable de la gestión diaria de las organizaciones, capaz de transformar actitudes y comportamientos para un mejor futuro.

La universidad inicia su proceso de responsabilidad desde la esencia sustantiva de su quehacer, (investigación, docencia y extensión), coadyuvando a la creación de espacios de reflexión, auto análisis, que le conceda la profundidad y la capacidad de respuesta que requieren sus diferentes grupos de interés. Se es responsable desde las funciones cotidianas, por lo tanto, la responsabilidad social universitaria no es una actividad extra-programática, es parte de su esencia, de su “ethos”, de su forma de ser universidad (Klisberg 2005:10).

Es así como cada vez más las universidades han ido pensando su papel en la formación de personas éticas, comprometidas, socialmente responsables y académicamente fuertes. Como resultado de estas reflexiones se plantean las clases de ética, programas de prácticas profesionales (que acercan al estudiante al mundo laboral y a sus conocimientos prácticos), grupos de investigación y propuestas de voluntariado que robustezcan la formación de aquellos profesionales que serán los encargados de manejar el timón del cambio, la justicia, la equidad y la sostenibilidad de todos los que están a su alrededor.

Es entonces importante destacar el siguiente interrogante: ¿Se enseña actualmente responsabilidad social empresarial en las escuelas de administración?

Para dar respuesta a esta pregunta se deben analizar una serie de temas entre los cuales se destacan el alcance de la responsabilidad social empresarial y la pertinencia de su enseñanza en la Formación Gerencial impartida por las escuelas de administración, en un entorno altamente competitivo y totalmente globalizado.

4.1. PROGRAMA ACADEMICO DE MATERIA RSE

Identificación: Responsabilidad Social Empresarial

Sigla: RSE

Modalidad: La carrera de Administración de Empresas tiene un diseño de régimen semestral, en consecuencia, se propone una modalidad semestral.

Tiempo de inclusión en el ciclo de la carrera: La materia se desarrollan en el sexto semestre del plan de estudio de la Licenciatura en Administración de Empresas, que se ubicará en el mencionado semestre de acuerdo con la secuencia prevista en la construcción del trayecto educativo, conservando el número de horas que tiene asignado en la malla curricular que concibe cada curso como nodos de una compleja red que articula saberes, propósitos, metodologías y prácticas que le dan sentido a los trayectos formativos.

La RSE, pretende orientar y fortalecer su quehacer a partir de procesos respaldados en los planes integrales de área como instrumentos que legitiman y le dan vigencia a las acciones que emprenden los docentes, requisito para acceder al aprendizaje de esta materia es un plan de área que sirva de referente para los actores involucrados en el proceso educativo, que los alumnos ya contarán con dicho plan cuando hayan adquirido conocimientos sobre administración, marketing y emprendimiento en los primeros semestres lo cual permitirá el avance de un régimen de contenidos teóricos y prácticos sobre RSE, puesto que la temática de RSE combina teorías con la administración, el

mercadeo, el emprendedurismo, con el que se contextualicen y articulen las acciones educativas para la formación futuros profesionales.

A continuación, se presenta la malla curricular semestral de la carrera de Administración de Empresas, y la ubicación dentro del sexto semestre de la propuesta de inclusión de la materia de Responsabilidad Social Empresarial.

MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

*Cabe señalar que la propuesta del trabajo de investigación es únicamente la inclusión de la materia dentro de la malla curricular, para el análisis de situaciones emergentes que conllevaría la inserción será necesario realizar otro proceso investigativo.



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

1	2	3	4	5	6	7	8	9
ADM-101 ADMINISTRACION I REQ. NINGUNO	ADM-201 ADMINISTRACION II REQ. NINGUNO	ADM-302 ADMINISTRACION III REQ. ADM-201,ADM-206	ADM-402 ADMINISTRACION IV REQ. ADM-302	ADM-502 ADMINISTRACION V REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	ADM-605 ADMINISTRACION VI REQ. ADM-502	ADM-704 ADMINISTRACION VII REQ. ADM-605	ADM-804 ADMINISTRACION VIII REQ. ADM-704	ADM-901 TALLER DE MODALIDAD DE GRADUACION REQ. TODAS HASTA EL 8º SEMESTRE
MAT-102 CALCULO REQ. NINGUNO	MAT-204 ESTADISTICA I REQ. MAT-102	MAT-304 ESTADISTICA II REQ. MAT-204, MAT-205	MAT-405 INVESTIGACION OPERATIVA II REQ. MAT-304	ADM-501 ADMINISTRACION DE OPERACIONES I REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	ADM-601 ADMINISTRACION DE OPERACIONES II REQ. ADM-501	ECO-702 PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS REQ. ADM-601, FIN-603	ECO-801 ADMINISTRACION Y EVALUACION EXPOST DE PROYECTOS REQ. ECO-702, GP U-701	
FIN-103 CONTABILIDAD I REQ. NINGUNO	FIN-202 CONTABILIDAD II REQ. FIN-103	FIN-301 ADMINISTRACION DE COSTOS I REQ. FIN-202, MAT-204	FIN-401 ADMINISTRACION DE COSTOS II REQ. FIN-301	FIN-504 FINANZAS I REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	FIN-603 FINANZAS II REQ. FIN-504	FIN-705 FINANZAS III REQ. FIN-603	ADM-807 GERENCIA ESTRATEGICA REQ. ADM-704	
CJS-104 DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO REQ. NINGUNO	CJS-203 DERECHO EMPRESARIAL REQ. CJS-104	ADM-303 EMPRENDIMIENTO REQ. ADM-201	FIN-406 MATEMATICA FINANCIERA Y ACTUARIAL REQ. MAT-304	GP U-505 GESTION PUBLICA I REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	ADM-604 PRACTICA PREPROFESIONAL REQ. TIC-506, ADM-502	TIC-703 TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACION III REQ. ADM-604	ADM-803 PRACTICA PRE PROFESIONAL II TIC-703	
ECO-105 ECONOMIA GENERAL REQ. NINGUNO	ECO-207 MICROECONOMIA REQ. ECO-105	ECO-306 MACROECONOMIA REQ. ECO-207	TIC-407 TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACION I REQ. NINGUNO	TIC-506 TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACION II REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	OPE-607 LOGISTICA REQ. ADM-501	MKT-706 GERENCIA DE PROMOCION Y PUBLICIDAD REQ. OPE-607	ADM-806 ADMINISTRACION IX REQ. ADM-707, MKT-706, ADM-604	
CJS-106 SOCIOLOGIA Y REALIDAD BOLIVIANA REQ. NINGUNO	MAT-205 INVESTIGACION OPERATIVA I REQ. MAT-102	ADM-305 GESTION DEL TALENTO HUMANO I REQ. ADM-201	ADM-403 GESTION DEL TALENTO HUMANO II REQ. ADM-305	ADM-507 INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	MKT-606 ADMINISTRACION DE VENTAS Y MERCHANDISING REQ. ADM-507	MKT-707 MARKETING DE SERVICIOS I REQ. MKT-606, OPE-607	ECO-805 EMPRESARIOS PARA LA EXPORTACION REQ. GP U-701, ECO-702	
ADM-107 TALLER DE INVESTIGACION REQ. NINGUNO	ADM-206 LIDERAZGO REQ. ADM-101	MKT-307 MARKETING MAT-204, ECO-207	MKT-404 INVESTIGACION DE MERCADOS REQ. MKT-307	ECO-503 COMERCIO EXTERIOR I REQ. TODAS HASTA EL 4º SEMESTRE	ECO-602 COMERCIO EXTERIOR II REQ. ECO-503, GP U-505	GP U-701 POLITICAS PUBLICAS REQ. ECO-602	ECO-808 POLITICAS ECONOMICAS GP U-701	
					RSE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL REQ. ADM-502			

MALLA CURRICULAR

Duración: La universidad Mayor de San Andrés participante del Sistema de Créditos Académicos del Sistema de la Universidad Boliviana, dentro de los procesos de integración académica, toma como modelo base la propuesta de créditos académicos del CLAR (Crédito Latinoamericano de Referencia), que es un cambio de paradigma en el proceso de enseñanza aprendizaje, el cambio desde un enfoque tradicional, comprendido como transmisión y adquisición de contenidos y centrado en la enseñanza, ha pasado a un proceso centrado en el estudiante, en su aprendizaje y su capacidad para aprender. El cual establece una duración de periodo académico semestral entre 18 a 20 semanas, en función a ello y al programa académico con el que cuenta actualmente la carrera de Administración de Empresas se determina una duración de 18 semanas.

Horas Semanales: Las materias de los períodos semestrales correspondientes a los que en los programas académicos se imparten son a razón de dos, cuatro y seis horas de clase por semana de acuerdo a la importancia de la materia, por ser la RSE una temática de alto impacto dentro del medio se impartirá cuatro horas de clase por semana para tener un total de 72 horas en total por semestre.

Objetivos: Desarrollar en los asistentes conocimientos y habilidades para la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

El divorcio entre la academia y la empresa es nocivo para la gestión y la actividad económica como tal, por lo tanto es imperativo crear ambientes de discusión e iniciar nuevas investigaciones sobre la RSE que proporcionen elementos de análisis y herramientas de aplicación en la gestión empresarial, al tiempo que es necesario crear conciencia entre el empresariado sobre la importancia de la aplicación de la RSE como elemento de competitividad y de innovación que permite la supervivencia de la organización.

Son justamente las universidades las llamadas a involucrarse de manera más directa y activa en el tema, ampliando la oferta de programas relacionados, que, dicho sea de paso, aunque es creciente, aún es muy limitado. Así mismo la sistematización de las experiencias de las empresas con un buen soporte académico es un insumo esencial para el análisis histórico y para la previsión de perspectivas futuras.

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica tiene por propósito que los estudiantes asuman responsabilidad frente a la contaminación y recalentamiento global, así como la conservación de los recursos naturales, distinguiendo aspectos económico - legales y ético - filantrópicas, en el cumplimiento del rol social de la empresa. Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje:

4.1.1. Contenidos Temáticos de la materia

En este apartado se presenta el diseño temático que va ser dictado a los alumnos de la carrera de Administración de Empresa, el mismo está dividido por unidades de acuerdo al tópico a ser impartido, conformado por 4, siendo que en cada unidad se menciona los contenidos conceptuales y procedimentales, que en inicio va a llevar a comprender las definiciones y antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial, para luego sumergirse en los pilares que sostienen esta teoría que las mismas proveen herramientas para la implantación de un plan de RSE dentro de una empresa y finalmente aspectos legislativos que enmarcan esta línea de ética empresarial.

UNIDAD I INTRODUCCIÓN UNA VISIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA		
ASPECTOS FORMATIVOS Historia de la RSE en el Mundo, en Latinoamérica y en Bolivia La empresa y su entorno Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial.		
CAPACIDAD QUE EL ESTUDIANTE VA OBTENER CURSANDO LA UNIDAD I Valora la importancia de la responsabilidad social corporativa en el desarrollo de la empresa considerando los fundamentos del Desarrollo Sostenible		
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES
1	La empresa, su desarrollo económico y social en un entorno globalizado.	Información sobre la asignatura y aplicación de prueba de entrada. Análisis crítico de los retos y desafíos que tiene la empresa para generar rentabilidad económica y social.
2	Análisis de la teoría de la pirámide de Carroll.	Diferencia los cuatro tipos de responsabilidades.
3	Evolución de la responsabilidad social. Estado actual.	Establece los principales hitos de desarrollo de la responsabilidad social empresarial a través de una línea de tiempo.
4	RSE y desarrollo sostenible.	Argumenta la importancia de la RSE para el desarrollo sostenible

UNIDAD II
LOS PILARES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ASPECTOS FORMATIVOS

Ética Empresarial.
 Administración por Valores
 Vinculación con la Comunidad.
 Calidad de vida en la empresa.
 Medio Ambiente.
 Marketing Ecológico y Ambiental

CAPACIDAD QUE EL ESTUDIANTE VA OBTENER CURSANDO LA UNIDAD II

Considera el compromiso social como principio ético por lo cual efectúa vinculaciones con el entorno.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES
5	Valores éticos reflejados a través de acciones hacia la sociedad	La ética y la responsabilidad social son conceptos que la sociedad ha aplicado en su actuar desde tiempos atrás, y han sido introducidos en las organizaciones desde que han sido conceptualizadas por sus creadores.
6	Marketing Ecológico y Ambiental en relación al posicionamiento de la marca	La introducción de la ecología como componente básico de la filosofía y gestión de la empresa, puede dar lugar al marketing ecológico, siempre que para la elaboración y comercialización de sus productos se tenga en cuenta que las necesidades a satisfacer de los consumidores deben de estar en consonancia con los intereses presentes y futuros de la sociedad subordinados al respeto del entorno natural.

UNIDAD III IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ASPECTOS FORMATIVOS

Compromiso.
Diagnóstico.
Plan de Acción.
Ventajas y desventajas
Mejora Continua.

CAPACIDAD QUE EL ESTUDIANTE VA OBTENER CURSANDO LA UNIDAD III

Formula Criterios para la formulación de planes y programas de responsabilidad social empresarial alineada con la misión de las empresas. Diseña un plan de responsabilidad social empresarial aplicando instrumentos y herramientas para su implementación con visión estratégica

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES
7	Criterios para la implementación de planes de RSE.	Redacta los componentes del proceso de planeación de programas de RSE.
8	Grupos de interés (stakeholders): Identificación de los grupos de interés en el entorno empresarial.	Desarrollo de la matriz para la determinación de los grupos de interés
9	Implementación de la participación de los grupos de interés con el desarrollo empresarial.	Propone estrategias para lograr la participación de los grupos de interés con el desarrollo empresarial.
10	Determinación de las necesidades de los grupos de interés y la empresa.	Identifica las necesidades de los grupos de interés
11	Estructura y procedimientos para la formulación de planes de RSE	Describe los elementos de un plan de RSE y de los procedimientos
12	Diseño del plan	Propone un diseño preliminar del plan de RSE para una empresa
13	Estrategias de implementación	Propone estrategias de implementación de un plan de RSE
14	Presentación del Plan	Sustentación de resultados de los trabajos sobre RSE

**UNIDAD IV
 INFORMES, CERTIFICADOS Y RECONOCIMIENTOS DE LA
 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

ASPECTOS FORMATIVOS

ISO 9001, 26000, SA 8000

Pacto Mundial.

Global Reporting Initiative GRI, cómo usar las Directrices del *GRI*, en conjunto con las normas ISO.

Reconocimiento Empresas socialmente responsables por la Corporación Boliviana de RSE y la Cámara Nacional de Comercio.

Norma Boliviana de RS

CAPACIDAD QUE EL ESTUDIANTE VA OBTENER CURSANDO LA UNIDAD IV.

Reconoce los alcances de la legislación y normas internacionales sobre responsabilidad social empresarial considerando el desarrollo sostenible.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES
15	Legislación y normatividad nacional e internacional relacionada con la responsabilidad social empresarial. Certificación Internacional	Elabora cuadros comparativos de la legislación y normatividad nacional e internacional de RSE.
16	La responsabilidad social empresarial y su impacto en el medio ambiente	Solución de casos de empresas que trabajen con la línea de responsabilidad social empresarial
17	Análisis general de la legislación nacional relacionada con el consumidor	Solución de casos de responsabilidad social empresarial vinculados a derechos del consumidor
18	Normas sobre balance y auditoria social	Redacta argumentos sobre balance social de la empresa respecto de la RSE

4.1.2 Competencia de Asignatura

La inculcación de estos conceptos a los estudiantes de grado, profundiza en ellos una cultura de conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios de acuerdo a la estructura de cada empresa.

4.1.3 Capacidades

- ♣ Reconoce los principales enfoques e instrumentos de evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial, valorando su importancia en la conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad.
- ♣ Aplica principios y herramientas de valoración ambiental, con criterio de sostenibilidad en el desarrollo empresarial.

- ♣ Aplica conceptos y estrategias de marketing ecológico y ambiental para el uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios.
- ♣ Evalúa las prácticas de responsabilidad social empresarial de los gestores de negocios, con enfoque de desarrollo sostenible y transparencia.

4.1.4 Métodos de Enseñanza

Método de enseñanza individualizada y socializada, técnica de enseñanza expositiva, cronológica, del debate, de demostración, de experiencia. Método Activo - Participativo.

4.1.5 Sistema de Evaluación

Estrategias centradas en la enseñanza

Dinámica de Grupos
 Discusión en grupos pequeños
 Estudio de casos
 Trabajo en equipo

Estrategias centradas en el aprendizaje

Inducción
 Exposición problémica
 Técnicas de concientización
 Clase magistral

4.1.6 Recursos para el aprendizaje

Equipos informáticos
 Fuentes de información
 Multimedia
 Separatas
 Expositores especialistas en el área

4.1.7 Evaluación

- ♣ La evaluación adquiere una importancia estratégica, formativa y de proceso, y se integra con las actividades de aprendizaje.
- ♣ Conocimiento de los estudiantes sobre el tema de la RSE y su importancia. Rol de los estudiantes como agentes de cambio ante las tendencias de enseñanza de la RSE.

- ♣ Percepción de los estudiantes acerca de las responsabilidades de la Universidad, empresas y gobierno en la resolución de problemas sociales y ambientales. Percepción de los estudiantes sobre los esfuerzos de la Universidad, empresas y gobierno por reducir impactos negativos sobre el medio ambiente.
- ♣ Valoración de los estudiantes sobre las empresas con las que desearían trabajar

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso.

Antes: evaluación inicial, para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y se aplica con una prueba de entrada cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.

Durante: se evalúa el desempeño del estudiante en el cumplimiento de tareas académicas de manera procesal (monografías, planes, estudio de caso, control de lectura, etc.) que originan la nota de proceso.

Final: evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

Para efectos de calcular el resultado final de la evaluación asignatura, se utiliza la siguiente fórmula: $EXP (3) + EXF (4) + EVP (3)$

Donde EXP son las siglas de Examen Parcial, EXF son las siglas de Examen Final, EVP son las siglas de Evaluación de Proceso (casos y participación individual), y la sumatoria hace a 10.

4.1.8 Matrices comparativas

Instrumentos cualitativos diseñados para contrastar los enfoques, puntos de vista y variables sustanciales del proceso, tanto de autores, como de instituciones educativas, empresas y expertos.

Así como también, se analiza y describen los aspectos más importantes que forman parte de los preceptos y obligaciones que se tienen ante la sociedad, por lo cual se debe estar pendientes de que si son cumplidas en su totalidad, y de qué forma se llevan a cabo, para mejorarlas o reestructurarlas en beneficio de la entidad y de la comunidad con la que interactúa. Por tanto, considerando el contexto actual en el que el país se encuentra y teniendo una visión general de los que se ha dado una gran importancia a que las empresas se integran a la responsabilidad social y en conjunto lograr una conciencia en beneficio colectivo. También la organización como una instancia que contribuye a la sustentabilidad de un país se considera en términos de una política de gestión ambiental que tiene como finalidad preservar los recursos naturales. Ello conlleva la disminución de los impactos negativos en el ambiente, la promoción e instrumentación de una cultura ecológica en todos los niveles.

4.1.9 Revisión literaria para el alcance estudiantil

- REYNOSO, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Colombia: Editorial Universidad Técnica Federico Santa María.
- SOLANO, D. (2009). *Responsabilidad Social: Estrategias Sostenibles para el Desarrollo y la Competitividad*. Perú: Editorial ESAN.
- ALMAGRO, J. J.; GARMENDIA, A.; DE LA TORRE, I. Y JÁUREGUI, R. (2009). *Responsabilidad Social: Una Reflexión Global sobre la RSE*. México. Editorial Prentice Hall.
- PELEKAIS, C.; Y AGUIRRE, R. (2010). *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*. México: Editorial Prentice Hall.
- SCHWALB, M. M. (2010). *Experiencias Exitosas de Responsabilidad Social Empresarial*. Perú: Editorial Universidad del Pacifico.
- SCHWALB M. M.; GARCÍA, E.; Y SOLDEVILLA V. (2006). *Buenas Prácticas Peruanas de Responsabilidad Social Empresarial*. Perú: Editorial Universidad del Pacifico.
- BENBENISTE, S. (2002) “El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo con los organismos internacionales promotores del tema”. ESADE, Programa Doctoral.
- CORREA, M. E. et. Al. (2004) “Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial”. Santiago de Chile, CEPAL-GTZ.
- GUÉDEZ, V. (2007). *Ser confiable: Responsabilidad social y reputación empresarial*. Ed. Planeta.
- KLIKSBERG, B. (2009) “Una agenda renovada de Responsabilidad Empresarial para América Latina en la era de la crisis”. En proceso de publicación.
- PORTER, M. E.; Y KRAMER, M. R. (2006) “El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa” en Harvard Business Review, diciembre 2006.

VARGAS, N. J. (2006) *“Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores”*. Santiago de Chile, CEPAL-GTZ.

OLCESE, A.; RODRÍGUEZ, M. A.; ALFARO, J. (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. México: Editorial McGraw Hill.

CONSEJO EUROPEO DE ESTOCOLMO (2001). *Libro Verde de RSE*. Suecia.

4.1.10 Justificación de la propuesta

Con el objeto de justificar la implementación de teorías de RSE en la carrera de Administración de Empresas y poder ver el compromiso de las empresas con esta tarea social se cuenta con la aportación informativa de tres empresas que han generado un gran impacto con sus políticas de RSE y que las mismas, muestran la necesidad que tiene la sociedad de poder contar con profesionales que tengan bases en responsabilidad social empresarial.

La llamada responsabilidad social se presenta como un nuevo desafío en la sociedad, pero esencialmente en la Universidad Mayor de San Andrés concretamente a la facultad de Ciencias Económicas y Financieras, es quien prepara a los futuros líderes que van a dirigir el sector empresarial, ya que la Universidad debe comprometerse, no sólo con formar buenos profesionales, sino también a personas que se involucren socialmente.

En ese sentido, y no obstante de que cada vez más instituciones educativas a nivel mundial promueven y practican la responsabilidad social, es necesario insistir en que ésta se convierta en una realidad. Por ello, la Universidad no deben alejarse del tipo de acciones que los lleven a involucrarse con sus entornos, dado que es una organización que a través de sus objetivos que da a conocer su razón de ser, como son la formación humana y profesional (objetivo académico) y la construcción de nuevos conocimientos (objeto de la investigación).

Los alcances o logros en esta temática deben verse reflejados en rubros como el funcionamiento organizacional, la formación, la construcción epistemológica y ontológica del hacer desde el ser, mediado por la construcción cognoscitiva y la relación e impacto con la sociedad, constituyéndose estos cuatro aspectos en ejes de acción que

conduzcan a la Universidad a asumir la responsabilidad social como un valor obligado que les lleve hacia una gestión responsable y eficiente.

De ahí que, fomentar la responsabilidad social empresarial en la Universidad se convierte en un desafío, de cuyos procesos de formación, análisis y reflexión sobre el trabajo hecho, emanen sujetos capaces de comprender su entorno, pero también de transformarlo siendo sensibles a los problemas de los demás, comprometidos con el desarrollo social de su país y la inclusión social de los más vulnerables.

RESULTADOS

El principal aspecto como resultados dentro del presente estudio investigativo, uno de ellos y el más importante es que la propuesta de insertar la materia de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la malla curricular, esta sustentada por la opinión y experiencia de 3 grandes compañías del sector empresarial, que, a través de entrevistas concertadas con los gerentes de estas compañías, se logra obtener líneas de conocimientos que deben ser fortalecidas a los estudiantes.

El desarrollo de un programa académico, es otro resultado obtenido a través de este trabajo, dicho programa académico está dividido en 4 unidades, cada una presenta contenidos conceptuales de acuerdo las líneas de conocimientos que deben ser transmitidas a los estudiantes, siendo un proceso evolutivo desde su inicio de inculcación, pues a principios del semestre el alumno adquirirá conocimientos de los conceptos principales que definen la Responsabilidad Social Empresarial, atravesando en el aprendizaje por la elaboración de planes socialmente responsables dentro de una empresa y finalizando con el marco normativo que rige la RSE.

Un resultado destacado, es que se cuenta con un modelo evaluativo del proceso de aprendizaje del alumno, el mismo dividido en 3 etapas, que se acomoda de acuerdo a los avances y tópicos expuestos ante el alumno.

Finalmente cabe señalar que estos modelos fueron diseñados de acuerdo al Sistema de Créditos Académicos del Sistema de la Universidad Boliviana, con el cual se rige la Universidad Mayor de San Andrés.

CONCLUSIONES

El estudio que se acaba de presentar permite llegar a las siguientes conclusiones, que confirman plenamente las lecciones aprendidas respecto a la RSE en Bolivia:

1. La RSE se ha convertido en una tendencia de gran importancia en el mundo boliviano de los negocios. Se observa un gradual incremento del interés y el compromiso de las empresas, que en la mayoría de las veces sirve para responder a una demanda social creciente.
2. El conocimiento sobre la RSE y lo que implica para las empresas es alto; los ejecutivos están familiarizados con el concepto, y participan en procesos de capacitación sobre el mismo.
3. Comienzan a aparecer compromisos y liderazgos muy enérgicos e importantes, que contribuyen a trasladar la RSE de la teoría a la práctica.
4. El número de empresas que han iniciado un proceso integral de gestión responsable es todavía escaso; solamente unas cuantas compañías realizan una práctica que sea coherente con sus postulados. Se observa una brecha entre la formulación de normas y políticas y las prácticas efectivas, así como las instituciones desarrolladas para realizarlas.
5. Se subestima el alcance e implicancias del comportamiento empresarial socialmente responsable pues se asigna poca importancia a la necesidad de contar con un presupuesto y personal especialmente dedicados a la RSE. Así también, se minimiza el hecho que se requiere de compromisos reales –como base esencial y prioritaria para lograr que la RSE se integre a la gestión empresarial– se trata de un aspecto de vital importancia porque precede a la decisión misma de embarcarse en las actividades de responsabilidad social.
6. La mayor parte de las acciones de RSE efectivamente realizadas está dirigida al entorno directo de las empresas y no promueve grandes cambios en la sociedad. En general se confunde la RSE con la filantropía, lo que implica un desconocimiento de la

magnitud e implicaciones de un comportamiento responsable. Sin embargo, en las empresas se desarrolla una mayor conciencia de que su ayuda no debe enrolarse en los mecanismos “rentistas” de la sociedad, creando lazos de dependencia, en lugar de lo cual debe adquirir una orientación sostenible. Se ha registrado experiencias de RSE que parten de las necesidades de la comunidad y permiten la participación de sus representantes en el diseño de la estrategia empresarial, las cuales han obtenido buenos resultados.

7. Se subestima la importancia de la comunicación como un medio de gestión responsable. No se toma en cuenta que la RSE sostenible concibe los comportamientos responsables como beneficiosos tanto para la sociedad como para la propia empresa.

8. Los puentes entre las empresas y las organizaciones de la sociedad civil son todavía débiles y difusos en este campo, lo que constituye una debilidad del proceso de implementación de la RSE en el país, e impide lograr mayores impactos.

9. Los resultados de este estudio son similares a otros realizados en Latinoamérica. La RSE es todavía incipiente en el continente, pero esto implica una gran oportunidad para las empresas que apuestan por la RSE, pues encontrarán que les será mucho más fácil diferenciarse y posicionar un nombre de alto cumplimiento en RSE que en los países del primer mundo.

Este informe pretende ser una herramienta que ofrezca la oportunidad a las universidades de verse reflejadas en las cuestiones planteadas y que éstas sirvan para interrogarse sobre sus resultados y logros en su propio ámbito interno, y los cambios, transformaciones e impactos que logran en el contexto en el que están situadas.

La universidad boliviana debe visionar el futuro y adelantarse a las necesidades que el país requiere y no sólo ayudar a los procesos de transformación; también es necesario que se convierta en protagonista y líder de los profundos cambios que demanda este nuevo siglo. Por lo tanto, en una sociedad globalizada, conectada, la universidad tiene que responder a los requerimientos del país y del mundo.

Respecto a las competencias a fomentar en los programas formativos de Educación Social, destacan competencias como la creatividad, reflexión, pensamiento crítico, la automotivación o la responsabilidad: reconociendo la importancia de su rol en el proceso emprendedor; sus fortalezas y debilidades; atendiendo a la realidad social; y poniendo en práctica valores, actitudes y comportamientos propios de una persona emprendedora. Asimismo, el trabajo en equipo, participando en equipos multidisciplinares, conformando redes y sinergias en grupo, el liderazgo, la gestión de proyectos y la comunicación de manera efectiva, con disposición y compromiso al diálogo permanente adquieren una vital importancia en programas que fomenten el Emprendimiento Social. Por último, también se enfatizan competencias como la identificación de oportunidades, viendo oportunidades donde otras personas ven problemas; la innovación; la planificación estratégica; la tolerancia a la ambigüedad e incertidumbre, siendo capaz de relacionarse en entornos cambiantes; y tomando decisiones correctas con sentido ético. No se deben olvidar competencias orientadas a convertir una idea emprendedora en un plan de negocio como son la gestión del Marketing; gestión de recursos humanos; y planificación financiera. En cuanto a la metodología, destaca el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje experimental y el aprendizaje colaborativo, requiriendo a través del empleo de métodos de trabajo grupal caracterizado por la interacción y el aporte de todos en la construcción del conocimiento. Como técnicas, destacan el análisis de casos, donde se proponen soluciones a los conflictos reales de la contingencia local y nacional, las prácticas en empresas, y el seguimiento a través de tutorías. En lo que a la evaluación se refiere, la importancia de la evaluación recae en la autoevaluación y en la co-evaluación del grupo, junto con la realización de informes de evaluación y actividades. La elaboración de un trabajo científico o proyecto y el proceso de tutorías juegan también un papel importante a la hora de seleccionar técnicas de evaluación para programas de formación en Emprendimiento Social.

La empresa socialmente responsable es un factor de primer orden para el desarrollo económico y social, por lo que se deben ampliar sus alcances, profundizar sus orientaciones, afinar sus principios e integrar el compromiso con la sociedad a la estrategia de negocios. En otras palabras, se trata de hacer de la RSE el pedestal de la

gestión de la compañía, actividad que se tiene que conocer e implementar dentro de la organización.

Más allá de reconocimientos, distintivos o certificaciones que más de las veces son premios a la autocomplacencia, el núcleo central de la Responsabilidad Social Empresarial tiene que ser la conceptualización de la empresa privada como cosa pública, es decir, se debe integrar la firma al ágora (plaza). Para decirlo, en otros términos: la empresa privada tiene que ser cosa pública.

Además la importancia de la RSE en la sociedad contemporánea consiste no solo en la producción de bienes y servicios, sino también formar una institución proveedora de valores. Ya que al formar parte de una empresa en donde esta e juego los destinos y la vida de varias personas, y aun mas, el medio ambiente, que equivale a decir, la vida del planeta.

En estas circunstancias, no podemos dejar que ejecutivos de familia corporativa, ambición excesiva y ociosa sensibilidad social determinen los orígenes, las formas, los parámetros y en general la política de responsabilidad social de las firmas.

En Bolivia la Responsabilidad Social Empresarial es una materia pendiente; como se ha observado en este trabajo, las empresas que ostentan algún distintivo que las signifique como socialmente responsables son muy pocas y casi siempre son filiales de transnacionales o firmas de gran tamaño. La empresa micro, pequeña y mediana, que constituyen la mayoría e nuestro país, aun no participa de esta tendencia cuyos alcances y perspectivas hay que estimarlos a escala internacional.

En Bolivia pareciera que la responsabilidad social es una moda, pero cada vez en más importante el valor que tiene esta tanto para las empresas como para las comunidades en que se encuentre inserta. Pues es una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta sus objetivos económicos y compatibilizándolos con los impactos sociales y medioambientales. Se trata de integrar a la gestión empresarial el respeto por los valores

y principios éticos, trabajadores, comunidad y medio ambiente; crear un interés propio e inteligente que produzca beneficios a la misma empresa y quienes la rodean.

Algunos de los beneficios que se obtienen al ser socialmente responsable y en conjunto son tareas correspondientes a la empresa son las siguientes:

A partir de una buena gestión de la RSE, se puede percibir aumento en la productividad de las empresas, así como también una mayor competitividad y la posibilidad de ingresar a nuevos mercados.

La RSE permite mejorar la imagen corporativa de las empresas, de esta forma sus productos, servicios y marca logran un mayor fortalecimiento ante el mercado y la comunidad.

La Responsabilidad Social Empresarial no se agota en la filantropía, si bien puede ser ella su canalización inicial; en algunos casos está incorporada a la misión y visión de una organización, o de su líder fundador, pero en otras ocasiones, no pocas y numerosas, responde a necesidades, reclamos y presiones directas de actores y factores del medio, que sencillamente la imponen como acción.

Está claro, en todo caso, que debe insertarse el análisis de la RSE en la reconfiguración del mapa de relaciones, límites y ámbitos de lo público, lo privado y lo no estatal, y en las interacciones entre el Estado, el mercado y la sociedad, interacciones cuya complejidad y dinamismo prescriben un estudio minucioso, abierto y desprejuiciado, y por supuesto, responsable

Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. La RSE se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general, es decir, a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte

de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas. De ahí la importancia de que tanto los órganos de gobierno como la dirección de las empresas asuman la perspectiva de la RSE.

RECOMENDACIONES

En los últimos 10 años se han producido grandes cambios en el ámbito de la educación a nivel mundial, pero particularmente para América Latina ha implicado un período de intensa reflexión, promoviendo el fortalecimiento de lazos existentes entre las naciones y comenzando a pensarse como un espacio cada vez más cercano.

Se induce la inclusión de la asignatura de Responsabilidad Social Empresarial al sexto semestre de la Carrera de Administración de Empresas. Se recomienda realizar un proyecto de investigación y desarrollo, como una segunda etapa al presente estudio, para promover la conformación de una red latinoamericana de estudiantes y profesores de Facultades de Negocios que facilite el desarrollo de nuevos currículos y de nuevas comunidades académicas con intereses alineados hacia la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sustentable. Un sitio que este abierto a los estudiantes y egresados, profesores y especialistas interesados en aprender más sobre temas sociales y ambientales en las empresas y organizaciones en general, para que puedan conectarse entre sí y compartir los mismos intereses dentro de la mencionada área.

BIBLIOGRAFIA

VALDEZ VILLA, Rubén Enrique (2010). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial en México. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad veracruzana, facultad de contaduría y administración

GONZALEZ RODRIGUEZ, Consuelo (2011). Empresas Socialmente Responsables Y Mercado Verde Internacional. Economía Informa núm. 366 enero-febrero 2011

DERES. Manual de Auto evaluación - Responsabilidad Social Empresarial.

DRUCKER, Peter (2002). Escritos fundamentales. Editorial Suramericana, Buenos Aires.

MATURANA, Humberto, (2007). Formación Humana y Capacitación. UNICEF Y Dolma Editores, Santiago de Chile.

ARGANDOÑA, Antonio (1999). La Enseñanza de la Ética por el Método del Caso. Publicaciones Universidad Pontificia. Salamanca.

BRICKLEY, James et al. (2003). Diseño de organizaciones para crear valor. Mc Graw Hill, México DF.

CHACÓN, Carmen (2001). La empresa social: la responsabilidad y la acción social de la empresa”.

DRUCKER, Peter (1999). Los desafíos de la Gerencia para el siglo XXI. Editorial Norma. Colombia.

ETKIN, Jorge. (1993). La doble moral de las organizaciones. Mc Graw Hill, España.

GRANELL, Elena (1994). Recursos Humanos y Competitividad en Organizaciones Venezolanas. Ediciones IESA, Caracas.

GÓMEZ, Emeterio (2005). La Responsabilidad Moral de la empresa capitalista. Econoinvest. 1era Edición. Caracas, Venezuela.

HERNÁNDEZ, Rene (2002). Determinación del Perfil del Gerente de Recursos Humanos. Revista Formación Gerencial, Núcleo LUZ-COL, Año 1 No. 1.

LLANO, Carlos (1997). Empleo, Educación y Formación Permanente. Lo mejor de Executive Excellence. Panorama Editorial, México.

MORENO, Jorge; Borgucci, Emmanuel y Olivar, Consuelo (2002). Las incubadoras. Instrumentos de vinculación universidad-sector productivo-sector público. Revista de Ciencias Sociales, FACES-LUZ, Nueva Época, Vol. VIII, N° 2.

SAVATER, Fernando (2000). El valor de Educar. Editorial Ariel, Colombia.

VILLEGAS, José. (1991). Desarrollo Gerencial. Enfoque Conceptual y Metodológico. Ediciones VEGA, Caracas.

AUSUBEL, D. Novak, J. Hanesian, H. (1997). Psicología educacional. Trillas: México.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD BANCO DE CREDITO BCP (2015)

EL ABC DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – IBCE (2013)

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN BOLIVIA – COBORCE (2008)

WEBGRAFIA

<http://www.expoknews.com>

<http://www.alicorp.com.pe>

<http://www.gerencie.com>

<http://www.deres.org>

<http://boliviaemprende.com>

<http://www.inforse.com.bo>

www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research

<https://smj.strategicmanagement.net>

ANEXO I

El instrumento utilizado para el proceso de desarrollo de la tesis fue la entrevista, que a continuación se detalla el contenido de cada una de ellas de acuerdo al campo de operacionalización en que se desenvuelve cada empresa.

Entrevista estructurada para Soboce

- 1- ¿Por qué SOBOCE adopta la RSE como una línea de trabajo de la empresa?*
- 2- ¿Qué tan lejos cree que puede llegar la RSE?*
- 3- ¿Cuánto cree usted que la sociedad boliviana reconoce y acepta el esfuerzo que hace SOBOCE en materia de RSE?*
- 4- ¿Cuáles son los factores que posibilitarían un mayor desarrollo de la responsabilidad social empresarial en el sector privado boliviano y qué factores por el contrario lo obstaculizarían?*

Entrevista estructurada para Banco de Crédito BCP

- 1- ¿Por qué Banco De Crédito BCP adopta la Responsabilidad Social Empresarial como una línea de trabajo de la empresa y cuáles son las actividades que desarrolla en este ámbito?*
- 2- ¿Cuál es la composición de ABC de la Banca y como se beneficia la sociedad?*
- 3- ¿En qué consiste el proyecto Operación Sonrisa?*
- 4- ¿Es necesario contar con personal comprometido con la RSE para llevar a cabo proyectos de esta magnitud?*
- 5- ¿Realizan prácticas responsables de protección al medio ambiente?*
- 6- ¿La importancia de formar profesionales que lideran políticas de RSE cree usted que es relevante?*

Entrevista estructurada para **Minera San Cristóbal**

- 1- *¿Cuál es el propósito que tiene la Minera San Cristóbal para con la Responsabilidad Social Empresarial?*
- 2- *¿Cuáles son los aportes más relevantes que hizo la Minera San Cristóbal en estas tres instancias mencionadas?*
- 3- *¿Minera San Cristóbal tiene políticas para mitigar el desamparo al medio ambiente?*
- 4- *¿Considera importante la educación sobre RSE para su personal?*