

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA**  
**UNAN – LEÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**



**TÍTULO:**

**“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA DESDE EL IMPACTO ORGANIZACIONAL DE ACUERDO A LA PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UNAN-LEÓN, EN EL PERÍODO COMPRENDIDO DE FEBRERO A SEPTIEMBRE DE 2010”**

*TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

**AUTORES:**

- ☞ Br. Karla Jeanett Bárcenas Sánchez
- ☞ Br. Harlingston Gabriel Chacón Gutiérrez
- ☞ Br. Minelia Nohemy Lovo Rodríguez

**TUTOR:**

- ☞ M.Sc. Fabiola Lissette Somarriba Sandoval

León, Nicaragua  
Octubre, 2010

*“A la Libertad por la Universidad”*

## **DEDICATORIA**

*Con todo mi corazón y amor dedico este éxito logrado a:*

- ☪ A Dios y a la Virgen María, por permitirme estudiar la Licenciatura y darme la sabiduría necesaria para la realización de este trabajo.*
- ☪ A mi Madre que a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, y que ha depositado su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.*
- ☪ A mi abuelita y hermanos que de alguna manera contribuyeron en la realización de esta tesis, por sus oraciones y sus buenos deseos.*
- ☪ A Josías Solano, Gilberto Solano y Esther Lara, por el amor que siempre me brindan y cada palabra de aliento, así como su apoyo y comprensión de mis ideales profesionales.*
- ☪ A mis amigos y compañeros de tesis, Minelia y Harlingston, que juntos recorrimos este camino, aprendiendo y dando cada uno algo de sí mismo para lograr nuestro objetivo.*

*Br. Karla Jeanett Bárcenas Sánchez*

## **DEDICATORIA**

- ☞ *A mi Señor Jesús por enseñarme el camino correcto de la vida, guiándome y fortaleciendo cada día con su Santo Espíritu.*
  
- ☞ *A mi Padre, que a pesar de no estar conmigo, se la dedico con todo mi amor.*
  
- ☞ *A mi Madre y a mi hermana Anayanci, que me han dado todo lo que soy como persona en valores, principios, perseverancia y mi empeño, y todo ello con una dosis de amor y sin pedir nada cambio.*
  
- ☞ *A mis amigas y compañeras de tesis, por el apoyo y motivación que de ellas he recibido.*

*Br. Harlington Gabriel Chacón Gutiérrez*

## **DEDICATORIA**

*Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño:*

- ☪ A ti Dios, por darme la fuerza necesaria en los momentos que más necesite y bendecirme con la posibilidad de caminar a tu lado toda mi vida.*
  
- ☪ A mis Padres, por darme una carrera para mi futuro y creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor.*
  
- ☪ A mis hermanos, por el cariño y apoyo que me brindan.*
  
- ☪ A mis amigos y compañeros de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado.*

*Br. Minelia Nohemy Lovo Rodríguez*

## **AGRADECIMIENTO**

*Comenzamos así una nueva etapa, atrás quedaron los hermosos años de Universidad, donde además de los conocimientos académicos uno aprende sobre la vida, el cariño de tu familia y los amigos que con su inmenso e incondicional apoyo nos ayudaron a comenzar esta nueva etapa.*

*De esta manera, quisiéramos primero que todo agradecer a Dios y a la Virgen María, por habernos entregado toda la fuerza y la salud necesaria para llegar a esta instancia de nuestras vidas.*

*También, quisiéramos dar las gracias a nuestros padres quienes nos han acompañado y apoyado en todo momento de nuestra formación académica, y por su gran confianza depositada en cada reto.*

*Además reiteramos nuestra gratitud a todos nuestros profesores por entregarnos las herramientas necesarias para desempeñarnos en el campo laboral y a su vez realizar esta memoria de título, pero de manera muy especial a nuestra tutora de tesis M.Sc. Fabiola Somarriba, que gracias a su dedicación, conocimientos, orientaciones, motivación y apoyo incondicional, logramos terminar esta etapa tan importante de nuestras vidas.*

*No podemos finalizar, sin antes agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hacemos extensivo nuestro más sincero agradecimiento.*

*Esta experiencia es una contribución a nuestro crecimiento como persona y como profesional. Esperamos que nuestro trabajo deje una huella en las futuras generaciones que integren a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.*

*Br. Karla Jeanett Bárcenas Sánchez*

*Br. Harlington Gabriel Chacón Gutiérrez*

*Br. Minelia Nohemy Lovo Rodríguez*

## ÍNDICE

I.	ÍNDICE DE FIGURAS .....	4
II.	LISTADO DE SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	5
III.	INTRODUCCIÓN .....	7
IV.	ANTECEDENTES.....	9
V.	JUSTIFICACIÓN.....	12
VI.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
VII.	OBJETIVOS .....	15
VIII.	MARCO REFERENCIAL.....	16
	Capítulo I: Marco conceptual.....	16
1.	Responsabilidad Social Empresarial .....	16
1.1.	Historia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	16
1.2.	¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? .....	23
1.3.	Objetivos e importancia de la RSE .....	27
1.4.	Beneficios de incorporar prácticas de RSE.....	30
1.5.	Características de la RSE.....	32
1.6.	Categorías de la Responsabilidad Social .....	34
1.7.	Enfoques de la Responsabilidad Social .....	35
1.8.	Instrumentos de medición de la RSE .....	37
1.9.	Transición de la RSE a la RSU.....	40
2.	Responsabilidad Social Universitaria.....	41
2.1.	Universidad socialmente responsable .....	41
2.2.	Definiciones de Responsabilidad Social Universitaria.....	43
2.3.	Importancia de la RSU .....	45
2.4.	Actores con que interactúa la universidad .....	46
2.5.	Impactos en la Responsabilidad Social Universitaria.....	49
2.6.	Herramientas de medición de la RSU .....	51
3.	Impacto Organizacional.....	53
3.1.	Definición de Impacto.....	53

3.2.	Definición de Organización .....	53
3.3.	¿Qué es Impacto Organizacional?.....	54
4.	Indicadores de medición de impacto organizacional.....	55
	Capítulo II: Marco Contextual.....	59
1.	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León).....	59
1.1.	Planeamiento Estratégico .....	59
1.2.	Funciones .....	61
2.	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCC.EE.yEE.).....	63
2.1.	Breve Reseña Histórica.....	63
2.2.	Pensamiento Estratégico.....	64
IX.	DISEÑO METODOLÓGICO .....	67
	Capítulo III: Aspectos Metodológicos .....	67
1.	Tipo de Investigación.....	67
2.	Población y muestra .....	68
2.1.	Población.....	68
2.2.	Diseño de la muestra.....	70
3.	Operacionalización de las variables .....	74
4.	Procedimiento para la recolección de datos.....	77
4.1.	Datos primarios .....	77
4.2.	Datos secundarios .....	79
5.	Manejo y procesamiento de datos.....	81
5.1.	Software .....	81
5.2.	Control de sesgos .....	81
X.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	82
1.	Situación actual de la FCC.EE.yEE. en función de los cinco ejes del Impacto Organizacional.....	82
1.1.	Análisis de factores internos .....	82
1.2.	Herramienta de resultado de desempeño.....	84
2.	Resultados de Indicadores de medición del Impacto Organizacional en la FCC.EE.yEE.....	87

2.1.	Caracterización de las muestras/poblaciones. ....	87
2.2.	Percepción de los Grupos de Interés .....	90
2.3.	Análisis de confiabilidad (Alfa de Cronbach).....	95
3.	Propuesta de Plan de Acción (Impacto Organizacional) .....	96
XI.	CONCLUSIONES.....	100
XII.	RECOMENDACIONES .....	102
XIII.	FUENTES BIBLIOHEMEROGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS .....	103
XIV.	ANEXOS.....	106



## I. ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pp.</b>
<b>Fig. 1:</b> Historia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	18
<b>Fig. 2:</b> Grupos de interés de las empresas.....	27
<b>Fig. 3:</b> Beneficios de la Responsabilidad Social y sus características.....	30
<b>Fig. 4:</b> Beneficios a nivel interno de la empresa.....	31
<b>Fig. 5:</b> Beneficios a nivel externo de la empresa.....	31
<b>Fig. 6:</b> Pirámide de la RSE.....	35
<b>Fig. 7:</b> Enfoques de la Responsabilidad Social.....	36
<b>Fig. 8:</b> Clasificación de los instrumentos de RSE.....	39
<b>Fig. 9:</b> Principios y valores de la Universidad socialmente responsable.....	43
<b>Fig. 10:</b> Actores que interactúan en la Universidad.....	49
<b>Fig. 11:</b> Tipos de Impactos universitarios.....	50
<b>Fig. 12:</b> Población de Estudiantes.....	69
<b>Fig. 13:</b> Población de Docentes.....	69
<b>Fig. 14:</b> Conformación de Encuestados.....	70
<b>Fig. 15:</b> Cálculo de la muestra de estudiantes con la aplicación del muestreo estratificado.....	72
<b>Fig. 16:</b> Criterios de inclusión y exclusión para selección de Estudiantes.....	72
<b>Fig. 17:</b> Criterios de inclusión y exclusión para selección de Docentes.....	73
<b>Fig. 18:</b> Criterios de inclusión y exclusión para selección de Personal Administrativo.....	73
<b>Fig. 19:</b> Herramienta de resultado de desempeño.....	80
<b>Fig. 20:</b> Posibles sesgos y sus soluciones.....	81
<b>Fig. 21:</b> Análisis de factores internos de la FCC.EE.yEE.....	82
<b>Fig. 22:</b> Herramienta de resultado de desempeño de la FCC.EE.yEE.....	84
<b>Fig. 23:</b> Caracterización de la muestra de Estudiantes.....	87
<b>Fig. 24:</b> Caracterización de la población de Docentes.....	88
<b>Fig. 25:</b> Caracterización de la población del Personal Administrativo.....	89
<b>Fig. 26:</b> Estadístico de Fiabilidad: Alfa de Cronbach.....	95



## II. LISTADO DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

- ABI:** Association of British Insurers (Asociación de Aseguradores Británicos)
- ADCE:** Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil
- ASCUN:** Asociación Colombiana de Universidades
- AUSJAL:** Asociación de Universidades Confiadas a la compañía de Jesús en América Latina
- BID:** Banco Interamericano de Desarrollo
- CARL:** Consejo Andaluz de Relaciones Laborales
- CCRE:** Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial
- CentraRSE:** Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala
- CIOSL:** Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres
- CNU:** Consejo Nacional de Universidades
- DD.HH:** Derechos Humanos
- DJGSI:** Dow Jones Sustainability Group Index
- EMAS:** Eco-Management and Audit Scheme (Sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales)
- EMN:** Empresas Multinacionales
- FCC.EE.yEE.:** Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
- Fig.:** Figura
- FIUC:** Federación Internacional de Universidades Católicas
- FUNDEMÁS:** Fundación Empresarial para la Acción Social
- GPTW:** Great Place to Work (Gran Lugar para Trabajar)
- GRI:** Global Reporting Initiative (Iniciativa de Reporte Global)
- IES:** Instituciones de Educación Superior
- IESALC:** Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe
- INCAE:** Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
- ISO:** International Organization for Standardization (Organización Internacional para la Estandarización)



- OCDE:** Organization for Economic Co-operation and Development (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)
- OEA:** Organización de Estados Americanos
- OHSAS:** Occupational Health and Safety Assessment Series (Series de Evaluación de la Seguridad y Salud Ocupacional)
- OIT:** Organización Internacional del Trabajo
- ONG's:** Organizaciones No Gubernamentales
- ONU:** Organización de las Naciones Unidas
- PUCP:** Pontificia Universidad Católica de Perú
- RED:** Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social
- RS:** Responsabilidad Social
- RSC:** Responsabilidad Social Corporativa
- RSE:** Responsabilidad Social Empresarial
- RSU:** Responsabilidad Social Universitaria
- SA:** Social Accountability (Responsabilidad Social)
- SPSS:** Statistical Package for the Social Sciences (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales)
- UCA:** Universidad Centroamericana
- UE:** Unión Europea
- UN Global Compact:** United Global Compact (Pacto Mundial)
- UNAN:** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
- UNESCO:** United Nations Education al Scientific and Cultural Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)
- UNIAPAC:** Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas
- UNICEF:** United Nations International Children's Emergency Fund. (Fondo de Naciones Unidas para la Infancia)
- WEF:** World Economic Forum (Foro Económico Mundial)
- WHO:** World Health Organization (Organización de Salud Mundial)



### III. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Universitaria se presenta como un nuevo desafío en las universidades, ya que los centros de educación superior deben comprometerse, no sólo con formar buenos profesionales, sino también personas implicadas socialmente.

La presente investigación se considera de suma importancia ya que los resultados obtenidos darán a conocer el nivel de Responsabilidad Social que tiene la Facultad en cuanto al impacto organizacional. Esto a su vez, influirá y creará conciencia en los entes que la conforman (docentes, estudiantes y personal administrativo) estableciendo actividades encaminadas a su Responsabilidad Social y tomando medidas correctivas en todas aquellas en las que su ejecución sea la menos apropiada.

La problemática por la cual se decidió llevar a cabo este estudio se basa en que las actividades realizadas por la Facultad reflejan su compromiso con la sociedad pero no pertenecen a un plan de acción bien establecido, y por lo tanto dentro de los objetivos planteados está evaluar el nivel de RS desde el impacto organizacional para posteriormente proponer un plan de acción que les permita incrementar acciones socialmente responsables en la Facultad.

El estudio está enmarcado como una investigación de tipo descriptivo ya que detalla la situación actual de la Facultad y define a los grupos de interés, además es de carácter mixto puesto que la recopilación de la información se hizo a través de datos primarios y secundarios.

El contenido de la tesis que se presenta se ha organizado de la manera siguiente:

En el **Capítulo I** (Marco Conceptual), se presenta una breve reseña del surgimiento del término Responsabilidad Social Empresarial así como también las



distintas concepciones, objetivos, características, categorías, enfoques y beneficios de incorporar prácticas en este ámbito. Además se presentan un sin número de instrumentos útiles en la medición de la RSE. Esta parte permitirá al lector comprender de una mejor manera cuáles son los distintos aspectos que abarca la RSE para luego poder introducirse y comprender los aspectos que cubre la Responsabilidad Social Universitaria, que además abarcamos en este capítulo como son: el análisis de la transición del término, definiciones, importancias, actores en que interactúa, así como también los impactos que las universidades producen en la sociedad. Cabe destacar que nuestro estudio se enfoca específicamente en el Impacto Organizacional.

En el **Capítulo II** (Marco Contextual), se abordan las generalidades de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León) y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCC.EE.yEE.), generalidades como la reseña histórica, sus funciones y estructura organizacional.

Y por último en el **Capítulo III** (Aspectos Metodológicos) se describe el tipo de investigación que se realizó en el estudio, la aplicación de encuestas, el método estadístico utilizado, población y muestra. Al finalizar este capítulo se obtendrá los conocimientos necesarios derivados de toda la información entregada por los encuestados, elemento esencial para el estudio, sus conclusiones y recomendaciones, y para la propuesta del plan de acción de RSU en la FCC.EE.yEE.



#### IV. ANTECEDENTES

Las universidades tienen por misión crear conocimiento y formar científicos y profesionales orientados a satisfacer las necesidades de desarrollo del país; los valores como la fraternidad, la solidaridad, la Responsabilidad Social deberían orientar la labor académica y no sólo la competencia, la eficiencia y el éxito personal, como ha primado en los últimos años. Sin embargo, algunas universidades a nivel internacional han tomado muy en cuenta el término Universidad-Sociedad, creando e implementando proyectos en función de Responsabilidad Social.

El Proyecto “Universidad Construye País”, impulsado por la Corporación Participa, fue ejecutado en el año 2001, con el propósito de expandir la Responsabilidad Social Universitaria, y uno de los resultados de dicho proyecto fue la construcción del concepto de RSU.

Así mismo en el año 2005 la Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social (RED) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) hizo una convocatoria para brindar apoyo a iniciativas de RSU, ya que la consideran como la clave para lograr un verdadero cambio en la enseñanza superior en América Latina, a fin de que los futuros líderes y profesionales de la región tengan siempre en mente la ética y el desarrollo participativo como brújula en su vida laboral.

En el 2007, en la XV Asamblea Ordinaria de Rectores de AUSJAL, tuvo lugar la aprobación del Proyecto de Fortalecimiento Institucional de la Responsabilidad Social de las Universidades Jesuitas en América Latina. El mismo se dirigía a promover el desarrollo conceptual y metodológico de indicadores de gestión de la RSU, que permitieran evaluar y mejorar lo que las universidades de AUSJAL hacen en relación a dicha temática.



Con el propósito de potenciar y fortalecer la reflexión, el intercambio y la gestión de la Responsabilidad Social en las universidades se crea la Red de Homólogos de RSU – AUSJAL en el año 2007. Se define entonces el documento de políticas y sistemas de autoevaluación y gestión de la RSU en AUSJAL a fin de fortalecer e institucionalizar efectivamente la perspectiva de RSU en las universidades que integran la Red, favoreciendo el seguimiento, evaluación y mejora continua de los resultados alcanzados y fomentando el intercambio de metodologías, experiencias y aprendizajes.

Es importante rescatar el aporte de programas desarrollados por otras instituciones y redes no pertenecientes a AUSJAL que buscan profundizar el sentido de la Responsabilidad Social en el ámbito específicamente universitario, como por ejemplo los proyectos de RSU premiados por el BID: Pontificia Universidad Javeriana Cali la cual generó una Red Universitaria en RSU en la ciudad de Santiago de Cali; Proyecto RSU Universidad de Antioquía/Banco Interamericano de Desarrollo, el cual fortaleció la capacidad de la universidad para incorporar en el desarrollo de su misión la práctica sistemática y sostenida de la Responsabilidad Social; la RSU en la Universidad Cooperativa de Colombia que construyó un modelo educativo para el desarrollo de la responsabilidad ética y social universitaria e implementar el currículo del área institucional con un enfoque de RSU-ética y desarrollo; Modelo Estructural y Dinámico de RS, Ética y Desarrollo en la Universidad de Ibagué – Coruniversitaria, quienes crearon un modelo estructural y dinámico de RS para el desarrollo interno y externo de dicha universidad y unos indicadores para medir el impacto de las actividades, construcción del Ethos universitario de la Universidad Industrial de Santander como principio de autorregulación para la definición y apropiación de su protocolo ético.

Por otro lado, actualmente se encuentra que por iniciativa de la Universidad Católica de Colombia, en asocio con la Pontificia Universidad Javeriana, en febrero de 2007, se instauró el observatorio sobre la RS de la educación superior,



en donde participaron la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), la Embajada de Cuba y la Federación Internacional de Universidades Católicas (FIUC). La iniciativa cuenta con el aval de la Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina, el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

La Organización de Estados Americanos (OEA) promovió el curso virtual “Como enseñar ética, capital social y desarrollo en la universidad”. El curso estaba dirigido a docentes universitarios, con la finalidad de promover la enseñanza de la ética y el capital social en los centros educativos. El programa inició en el año 2004 y durante el 2008 se desarrolló la sexta versión del curso virtual.

Podemos concluir que existen diversas universidades en Latinoamérica que realizan proyectos o programas de RSU con el objetivo de fortalecer las funciones tradicionales de las mismas. Sin embargo, muchos de ellos no se han puesto en práctica debido a que los estudios en torno a ello han sido poco desarrollados.

En Nicaragua es evidente que son muy pocos los estudios que se han realizado sobre el tema, puesto que es una filosofía y un término relativamente nuevo. A pesar de ello la Universidad Centroamericana (UCA) en Managua, posee programas de RSU pero no han sido difundidos en su totalidad. A nivel local en la UNAN- León y sobre todo la FCC.EE.y.EE. no existen estudios de este tipo, ya que es poco el conocimiento que se tiene del término como tal y por lo tanto no es aplicado. De igual manera no se identificaron estudios que midan el impacto organizacional en el marco de las universidades, sobre todo porque es una variable que forma parte de la RSU y la que hasta el momento no se ha estudiado de forma individual.



## V. JUSTIFICACIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-León, se involucra de modo muy activo en la aplicación de su responsabilidad, capacitando tanto a su personal docente como administrativo y formando una comunidad de alumnos ejemplares para la sociedad. La Facultad se refleja como un modelo de prácticas democráticas, civismo y de desarrollo sostenible, en la cual sus alumnos replicarán en sus hogares y sus empresas, y esto a la vez servirá como un factor multiplicador que tendrá sus efectos en la sociedad en general.

Las autoridades tienen conocimientos acerca de las acciones que ejecutan dentro y fuera de la Facultad, pero no poseen un modelo de medición que indique el nivel de impacto que generan dichas acciones. Es por ello que nace la necesidad de realizar este estudio, con la finalidad de mejorar o dar seguimiento a una cultura organizacional bien establecida que ayude al buen funcionamiento de esta institución.

Cabe mencionar que el principal beneficiado de esta investigación es la Facultad en su conjunto ya que los resultados obtenidos tendrán incidencia en la aptitud, desempeño, desarrollo sostenible y cumplimiento de las funciones básicas de la misma. Nuestro trabajo investigativo también se justifica desde tres puntos de vista: desde el *punto de vista teórico*, la utilidad de la investigación se ubica en servir de apoyo para orientar a los aspectos teóricos dirigidos en este mismo tema; desde el *punto de vista metodológico*, esta investigación está generando la aplicación de un instrumento de medición de la RSU dirigido específicamente a la parte organizacional de la Facultad, el cual fue construido y adaptado de aquellos modelos que ya han sido creados por organismos internacionales, los cuales son válidos y confiables en las ciencias empresariales; y desde la *perspectiva práctica*, este trabajo propone al problema planteado un plan de acción estratégico que al implementarlo contribuirá a resolverlo.



## VI. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social es ahora el nuevo concepto de gestión integral de las empresas, su “nueva manera de hacer y de comportarse”, dicho criterio se concreta en la posición y la función de cada organización con respecto a la sociedad. Este nuevo concepto se ha extendido a todo tipo de organizaciones y, entre ellas, se plantea ahora su proyección en las universidades. La RSU exige, desde una visión general, articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables.

Todas las universidades tienen sus propias actividades, las cuales generan impactos en las personas y elementos tanto a lo interno como a lo externo de ellas. Pero no todas las universidades son socialmente responsables con la simple realización de sus actividades tradicionales, ya que no evalúan ni miden el impacto de su misión de formación, investigación y participación en la sociedad. Estos impactos pueden resultar positivos o negativos, siendo los negativos los que particularmente le interesan a la RSU para gestionarlos de una manera diversa que permita revertir el signo de sus consecuencias.

Además de que la mayoría de las universidades no evalúan ni miden, tampoco poseen un plan de acción detallado que les permita a las partes interesadas conocer los compromisos y objetivos a conseguir, así como también la evaluación de los resultados de su ejecución. Es aquí donde se establece la problemática que afronta la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León) con su FCC.EE.yEE., ya que a pesar de que existen indicios de sus actividades, proyectos y programas no se conoce algún diagnóstico que refleje de qué manera responden a la sociedad mediante el desarrollo de su misión y de esta forma cómo pueden incorporar medidas que permitan mejorar y hacer significativa su contribución para una sociedad más justa y sostenible.



Es desde el ámbito Organizacional de la FCC.EE.yEE. que se debe promover un comportamiento responsable de todos sus integrantes, para esto es necesario que ellos conozcan las actividades ejecutadas por la Facultad y el fin con que se realizan, y de esta manera conocer sus percepciones. Todo lo anterior permitirá a la Facultad ser socialmente ejemplar frente a sus demás ámbitos y principalmente a la sociedad, es por lo anterior que surge la siguiente pregunta de investigación:

*¿Cuál es el nivel de aplicación de RSU desde el ámbito organizacional, según la percepción de los grupos de interés internos de la FCC.EE.yEE. de la UNAN-León para la propuesta de un plan de acción que permita incrementar sus acciones socialmente responsables, en el período comprendido de Febrero a Septiembre de 2010?*



## VII. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL:

- ✧ Evaluar el nivel de RSU desde el impacto organizacional de acuerdo a la percepción de los grupos de interés internos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-León, en el período comprendido de Febrero a Septiembre de 2010.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Determinar la situación actual de la FCC.EE.yEE. en cuanto al impacto organizacional.
2. Seleccionar una herramienta para medir el impacto organizacional de la FCC.EE.yEE. en la promoción de la RSU.
3. Proponer un plan de acción en la mejora del impacto organizacional de la FCC.EE.yEE. para promover la RSU.



## VIII. MARCO REFERENCIAL

### **Capítulo I: Marco conceptual**

#### **1. Responsabilidad Social Empresarial**

El objetivo de este capítulo es establecer una delimitación para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de introducirse en el tema de la Responsabilidad Social Universitaria. Por esta razón, a continuación presentaremos las bases conceptuales necesarias para comenzar a comprender el tema.

Actualmente el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se discute a nivel internacional y son muchas las iniciativas que se han desarrollado para promover una conducta empresarial que vaya más allá de la simple generación de utilidades, y que incorpore aspectos sociales y ambientales dentro de la estrategia del negocio. La mayoría de estas iniciativas han surgido en países desarrollados, con el fin de promover determinados comportamientos por parte de empresas multinacionales, que aunque pueden tener operaciones en países en desarrollo, sus políticas corporativas se diseñan en sus casas matrices en función a las necesidades y exigencias de los públicos de interés de estos mercados. Sin embargo, *responsabilidad, social y empresa* son tres conceptos que no tienen significado abstraídos de un contexto específico (Prado *et al*, 2004).

#### **1.1. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial**

##### ***1.1.1. Evolución de la Responsabilidad Social en el mundo***

La Responsabilidad Social es un concepto que aparece de forma explícita a mediados del siglo XX. Sin embargo, se puede afirmar que en términos éticos y



morales ésta ha estado presente desde los inicios de la historia de la humanidad a través de normativas para garantizar correctas prácticas comerciales.

En la cultura griega y romana las actividades comerciales fueron consideradas como un “mal necesario” apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. Posteriormente, en la edad media continúan las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica que consideraba como despreciables a las actividades comerciales y de negocios.

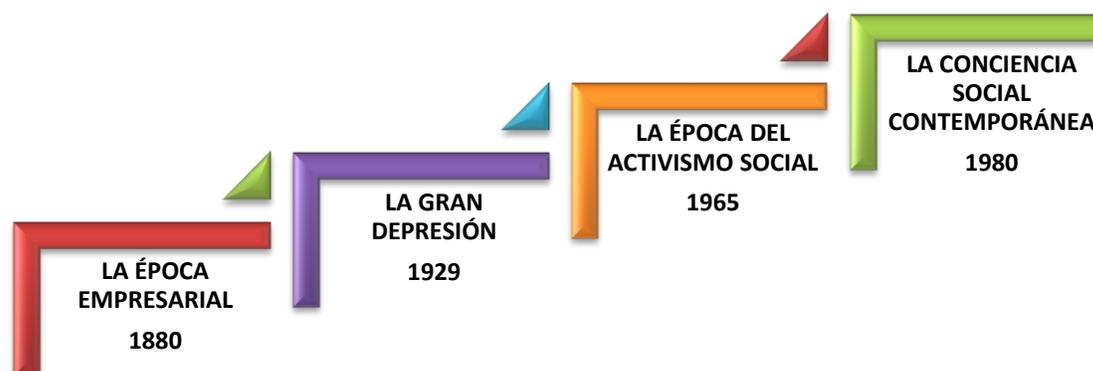
Hacia el siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del precio justo determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio. La ideología judía favorable al capitalismo, la reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen que el comercio ya no sea visto como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad.

Luego de la revolución industrial de fines del siglo XIX, las empresas cobran un rol mucho más protagónico en el sistema. Sin embargo, a raíz de la crisis de 1929, la labor empresarial es cuestionada, optándose por estados con mayores atribuciones, lo que se mantuvo hasta pasada la segunda guerra mundial. Es a partir de la década de los cincuenta que las compañías empiezan a consolidarse. Así, las grandes corporaciones empiezan poco a poco, a manejar los hilos de la economía mundial hasta llegar a la situación actual en la que las grandes empresas son más poderosas, en términos económicos, que la mayoría de los países. En esta consolidación, se han sugerido una serie de obligaciones a la labor empresarial, las cuales toman cuerpo en lo que se conoce como Responsabilidad Social Empresarial y que se fundamentan en la importancia de las mismas en el sistema.



A continuación, se plantea de manera esquemática un breve recorrido por la historia de la Responsabilidad Social Empresarial centrándose fundamentalmente en el siglo pasado. Este recorrido ha sido organizado en cuatro etapas: la época empresarial, la gran depresión, la época del activismo social y la de conciencia social contemporánea, la cual se extiende hasta la actualidad.

**Figura 1:** Historia de la Responsabilidad Social Empresarial



**La época empresarial**

Durante esta época de conflictos laborales y prácticas depredatorias de los negocios, tanto los ciudadanos como el gobierno empezaron a mostrar cierta preocupación por la actividad empresarial que se tornaba cada vez más desenfrenada.

**La Gran depresión**

El concepto de RS hacia los grupos de interés surgió en la década de 1930, junto con el desarrollo de responsabilidades gubernamentales más amplias para combatir los estragos de la Gran Depresión.

**La época del activismo social**

En esta época aparecen los movimientos sociales (1968–1969), cambios en las exigencias de los consumidores, aparición de la RS en Latinoamérica, el modelo social empresarial y el Balance Social.

**La conciencia social contemporánea**

En la década de los ochenta, la RSE se ve complementada con el desarrollo del concepto de Desarrollo Sostenible. Así mismo, se produce la consolidación del Balance Social como el instrumento de medición por excelencia de la RS y aparecen una serie de herramientas para el reporte y medición de la misma.

*Fuente:* Canessa y García (2005) “El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el mundo”, Perú.

*Nota:* Esquema diseñado por los autores del trabajo.



### **1.1.2. Evolución de la Responsabilidad Social en Latinoamérica**

En lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones del movimiento de Responsabilidad Social se presentaron en la década de los sesenta así, en 1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC<sup>1</sup> Brasil, que es una institución que se preocupa por difundir el concepto de la Responsabilidad Social no sólo en el Brasil, sino en toda la región. En la década de los ochentas el tema empieza a tener un mayor protagonismo en América Latina, desarrollándose seminarios y eventos. Así mismo, algunas empresas brasileñas empiezan a utilizar de manera incipiente el Balance Social.

En los noventas, comienzan a aparecer una serie de instituciones promotoras del tema como Perú 2021 (ingresa en el tema 1996), el Instituto Ethos de Brasil (1998), Acción RSE (2000), Fundemás de El Salvador (2000), entre otras. En el año 1997 un grupo de 150 empresarios y líderes civiles representantes de diferentes regiones de las Américas se reunieron en un congreso pionero en Miami donde se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE y otras (ONG's, Universidades e Instituciones Públicas) consiguiendo así la creación de Forum Empresa. Actualmente, la red cuenta con 16 miembros y su sede se ubica en Santiago de Chile.

### **1.1.3. Consolidación de la Responsabilidad Social**

En la evolución e historia de la RS en el mundo, se pueden apreciar una serie de hechos que han determinado su consolidación para inicios del presente siglo: creación de organizaciones específicamente de RS, iniciativas de gobierno e instituciones mundiales. Así, en el año 2000 el Reino Unido creó el Ministerio de RSC y en el año 2002, en Francia se decide la formación del Ministerio de

---

<sup>1</sup> Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas. ADCE Brasil es una asociación de ésta.



Desarrollo Sustentable. Cabe mencionar que en estos dos países es obligatoria la presentación de reportes sociales que acompañen a los informes financieros de las empresas.

En este sentido, se puede afirmar que existen tres hitos fundamentales en la consolidación de la RS, estos son: el Global Compact, las Metas del Milenio y la Declaración de la Ciudadanía Corporativa en el marco del World Economic Forum.

a. Global Compact o Pacto Mundial<sup>2</sup>

El Pacto Mundial está concebido como un instrumento de la Organización de Naciones Unidas (ONU), que promueve el bienestar de la población y la dignidad humana, por medio del compromiso de lograr un cambio en la sociedad. La participación debe ser de manera espontánea y abierta a todas las partes interesadas (empresas, sindicatos, ONG's, universidades, instituciones públicas, entre otras). Es considerada como la iniciativa más grande del mundo.

Los que se adhieran al pacto, asumen el compromiso de implementar los principios, desarrollar estrategias y acciones que promuevan cambios. De manera periódica, deben rendir cuentas a la sociedad, elaborar una memoria anual de la gestión desarrollada, contribuir a la divulgación del programa a través de educación continua, foros, encuentros, conferencias de prensa, entre otros.

De acuerdo a la Red Latinoamericana del Pacto Mundial, se busca “construir un entorno económico, social y ambientalmente más responsable que al mismo tiempo asegure un crecimiento de la competitividad de las empresas y de los países”. Con esta expresión lo que se concluye es que el Pacto Mundial representa un reto, que debido al compromiso que se adquiere exige de una

---

<sup>2</sup> Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio la implantación de los 10 principios.



amplia participación, donde se establezcan todas las disposiciones y reglamentaciones pertinentes. A continuación se detallan los 10 principios sobre los que se fundamenta el Pacto Mundial:

Derechos Humanos:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucrado en abusos de los derechos humanos.

Normas laborales:

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho de negociación colectiva.
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición del trabajo infantil.
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medio Ambiente:

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo de la difusión de las tecnologías inocuas para el medioambiente.

Anti Corrupción:

10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo extorsión y soborno.

#### b. Las Metas del Milenio

También conocidas como los “objetivos de desarrollo del milenio”. Se trata de una serie de objetivos y metas respectivas medibles y con plazos definidos para



combatir la pobreza, el hambre, las enfermedades, el analfabetismo, el daño al medio ambiente y la discriminación en contra de la mujer. Estos objetivos fueron convenidos en la Cumbre del Milenio desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas en septiembre del año 2000. A continuación se citan estos objetivos que para el año 2015 los 192 estados miembros de las Naciones Unidas se han comprometido a cumplir:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

c. La Declaración de la Ciudadanía Corporativa del World Economic Forum

La relevancia e interés mundial de la RSE quedó demostrado en febrero del 2002, cuando un grupo de presidentes y directores generales de empresas del Foro Económico Mundial (WEF) presentó una declaración conjunta en la que se recomienda un marco para la acción en el ámbito de la Ciudadanía Corporativa Global, dicho documento enfatiza 4 acciones necesarias para impulsar la Ciudadanía Corporativa Global:

1. Establezca el liderazgo.
2. Defina el significado de la RSE para su empresa.
3. Haga que las cosas sucedan.
4. Hágalo totalmente transparente.



## 1.2. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

### 1.2.1. Definición del término

Es difícil definir la RS de manera sustantiva y definitiva, tal es el movimiento que se ha generado en torno a ella, y son tantas y tan diversas sus iniciativas y aproximaciones que no existe una definición única.

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad. La Comisión Europea, en su Libro Verde de 2001 “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa”, define dicho concepto como “La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”.



No existe una definición única del concepto. Por el contrario, muchas de estas definiciones abordan aspectos diversos y que tienen distintos alcances. A continuación se presentan algunas de las definiciones que a nuestro juicio son las más conocidas y aceptadas:

*“Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”.*

**Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social  
Brasil**

*“Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.*

**Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas**

*“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 RSE 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”.*

**Fundación Prehumana  
Chile**



*“La RSE no es filantropía, no son acciones sociales independientes, y no son obligaciones ni imposiciones a las empresas. La RSE, más bien, es una estrategia o una forma de actuar de la empresa en su interrelación con todos los actores que la rodean y que se convierte en una ventaja competitiva”.*

**CentraRSE  
Guatemala**

Aunque no existe una definición única cada vez más se observa la importancia de este componente como un aspecto importante dentro de la estrategia de una organización. Con base a diferentes estudios sobre prácticas de RSE se propone la siguiente definición para nuestra región:

*“Es la voluntad de una empresa productiva por jugar de manera completa su papel de ser motor de desarrollo en la comunidad a la que pertenece aportando visión, valores, capacidades especiales, recursos humanos y recursos financieros para un desarrollo económico, social y ambiental más equitativo y sostenible.” (INCAE, 2006)*

### **1.2.2. Grupos de interés**

La idea de que las empresas no solamente son responsables ante sus accionistas (propietarios) sino también ante toda una serie de partes implicadas en su funcionamiento es una de las ideas esenciales comprendidas en el concepto de RS.

En ese marco, gran parte de los modelos de RS se refieren a la manera en que la dirección debería designar y hacer participar a las partes implicadas y a la forma en que los gerentes deberían determinar, medir e informar sobre la repercusión de las actividades empresariales en dichas partes.



Los grupos de interés, partes interesadas o *stakeholders*, son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden también identificarse como grupo de interés las generaciones venideras. Tras su identificación y definición se podrán determinar sus necesidades. Los grupos de interés varían según la empresa, pero los generales son:

1. Accionistas/Inversionistas: son las personas que han realizado un aporte de capital monetario o no monetario a una empresa para su funcionamiento.
2. Colaboradores y sus familias: son todas las personas naturales que realizan una labor de cualquier clase en pos del beneficio de la empresa y del suyo propio. Se incluyen en este grupo a todas las personas que mantienen una relación de subordinación (dependencia) con el empleador.
3. Clientes y sus consumidores: es la persona u organización que adquiere (compra o alquila) un producto o servicio a cambio de una cantidad determinada de dinero.
4. Proveedores: es una entidad de negocios que suministra a la empresa bienes y/o servicios necesarios para, y utilizarlos en, la producción de los bienes y/o servicios de la compañía.
5. Gobierno: es el conjunto de instituciones que representan al Estado de un país.
6. Comunidad: es un grupo o conjunto de personas (o agentes) que comparten elementos en común, elementos tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, entre otros.
7. Medio Ambiente: es el entorno en el cual una organización opera, incluidos el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones.



Fig.2: Grupos de interés de las empresas



Fuente: Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE). Disponible en: <http://www.ccre.org.co/cgi-bin/showproduct.asp?ISBN=2art03> Consultado: 15/07/10

### 1.3. Objetivos e importancia de la RSE

#### a. Objetivos

La RSE debe encaminarse al cumplimiento de determinados objetivos, establecidos en función de las necesidades de los distintos grupos de interés, en relación con los que se mide su utilidad.

Los objetivos de la RSE vienen determinados, en consecuencia, por las características del entorno en el que se desenvuelve, debiendo mantener el adecuado nivel de congruencia con el mismo. Tal entorno determina y configura las necesidades de los grupos de interés que, a su vez, constituyen un punto de partida básico para el establecimiento de objetivos de la RSE.

La RSE debe ser útil para atender las necesidades de los distintos grupos de interés desde un comportamiento eficiente y adecuado en la triple dimensión



económica, social y medioambiental de la empresa. Por ello, el objetivo básico de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para:

- ✧ Dotar a la empresa de una base conceptual sólida sobre la que desarrolla el modelo de empresa ciudadana y de su contribución para un desarrollo sostenible.
- ✧ Innovar y mejorar los procesos de dirección, gestión, medición e información de las empresas, con el fin de que éstas tengan en cuenta la citada triple dimensión de su actividad y la satisfacción de necesidades de los grupos de interés.
- ✧ Lograr que las empresas generen externalidades socialmente responsables.

#### b. Importancia de la RSE

La RSE es en pocas palabras una herramienta de gestión empresarial, es una nueva visión de negocios que involucra la preocupación y el desempeño de las empresas con el entorno en el que se involucran. Es responder con buena parte de lo que la empresa está produciendo, a la comunidad o sociedad que le permitió llegar hasta donde se encuentra. Es de notar que la RSE se ha trabajado a lo largo de la historia como un patrón de comportamiento social a cargo de una empresa. Ahora, por qué es tan importante, ya que ha dejado de ser una moda, para convertirse en una necesidad y seguramente más adelante, parte de una exigencia a un protocolo de cumplimiento empresarial. Ese compromiso social es importante porque si una empresa actúa con RS, puede contribuir al aumento de la productividad y rentabilidad, la fidelidad y aprecio de sus clientes, la confianza y transparencia con los proveedores, compromiso y adhesión de sus empleados, respaldo de las instancias gubernamentales, y a la imagen corporativa positiva y estima de la sociedad.



Queda claro entonces que la RSE es una respuesta esencial y lógica a los grandes problemas de la sostenibilidad que los ciudadanos, tanto individuales como corporativos, están enfrentando en el mundo globalizado y que gracias a esta práctica, se pueden solventar de cierta manera. Un punto importante y es por eso que a veces algunas compañías son resistentes a esta filosofía y por eso hay detractores e ideas en contra de la RSE, es no pensar que, para la compañía este tema también es valioso.

Podemos pensar que la RSE hace parte de la competitividad, que si la circunscribimos en ese marco, una compañía que la aplique será más competitiva que otra que no lo haga. La RSE será una parte estratégica para competir, ya que será un punto diferenciador con beneficios directos para la compañía.

Algo a resaltar, es tener en cuenta que la RSE está muy relacionada con la ética, ya que ésta es la base de sus principios. Así como la ética tiene que ver con el efecto de las decisiones en los otros, de manera análoga la RSE guarda correspondencia con el impacto de las decisiones organizacionales en sus grupos de interés. En este sentido, no puede omitirse que la ética responde a una esencia eminentemente social.

Aplicar la RSE como un proyecto viable y factible en la compañía, hará que se retribuya todo el bien que ha hecho la comunidad, la naturaleza, en fin, los diferentes agentes que intervinieron para que todas las empresas sean exitosas; las materias primas, los insumos, las locaciones, en fin, todo se hizo con base en el préstamo que hace la sociedad o la naturaleza para que una empresa crezca, qué más que devolver esos favores por medio de todo un programa de RSE. Hoy es imposible pensar en empresas que no trabajen la RSE cuando es tan necesaria. Tal como decía uno de los padres del management moderno: "No hay empresas exitosas en comunidades deterioradas" (Drucker P.).



### 1.4. Beneficios de incorporar prácticas de RSE

Los beneficios más importantes de la Responsabilidad Social se muestran en el siguiente cuadro:

**Fig.3:** Beneficios de la Responsabilidad Social y sus características

Beneficio	Características
<p><b>Mejora la imagen corporativa y la reputación empresarial</b></p>	<p>Muchos clientes no comprarían un producto si saben que proviene de una empresa que no paga impuestos, que afecta el medioambiente, viola derechos de sus trabajadores y que no labore bajo parámetros éticos. Las empresas socialmente responsables tienen mayores desempeños financieros que las que no lo son.</p>
<p><b>Reducción de costos de operación</b></p>	<p>Algunas prácticas de RSE, pueden generar ingresos no esperados para la empresa, por ejemplo, la venta de los residuos reciclados.</p>
<p><b>Favorece la capacidad de reclutar y retener mejores empleados</b></p>	<p>Cuando una empresa posee planes de trabajo que mejoran las condiciones de vida del personal, permiten su capacitación y desarrollo, estará entonces invirtiendo en capital humano.</p>
<p><b>Fortalece la relación con la comunidad y lealtad de los consumidores</b></p>	<p>Uno de los aspectos más relevantes de la RS es el rol del consumidor. De hecho muchas de las iniciativas mundiales han sido producto de presiones de los consumidores y ONG's. Muchos consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios que provienen de empresas responsables y comprometidas con la comunidad y el medioambiente.</p>

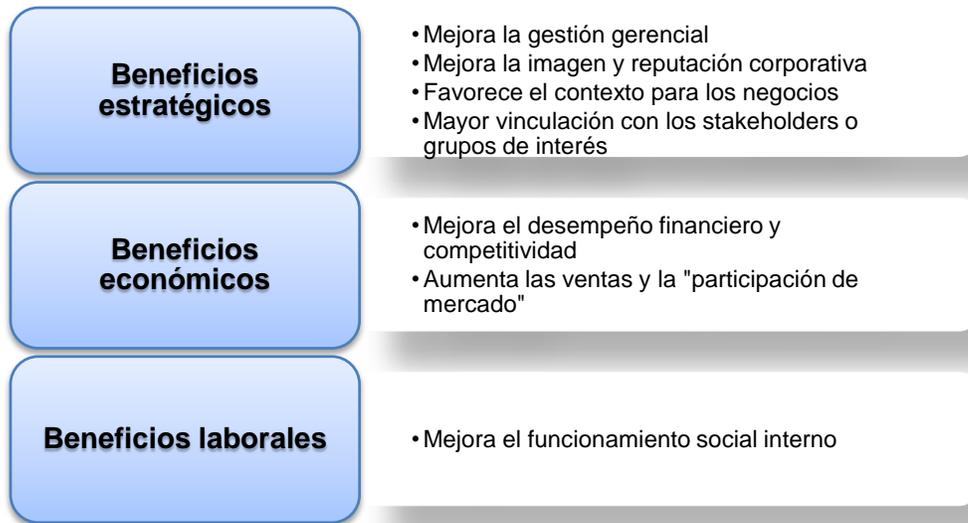
Fuente: Diez (2007) "La cultura y la Responsabilidad Social: binomio estratégico en las organizaciones".

Pero existen otros beneficios que genera la RSE siendo los anteriores los más importantes.



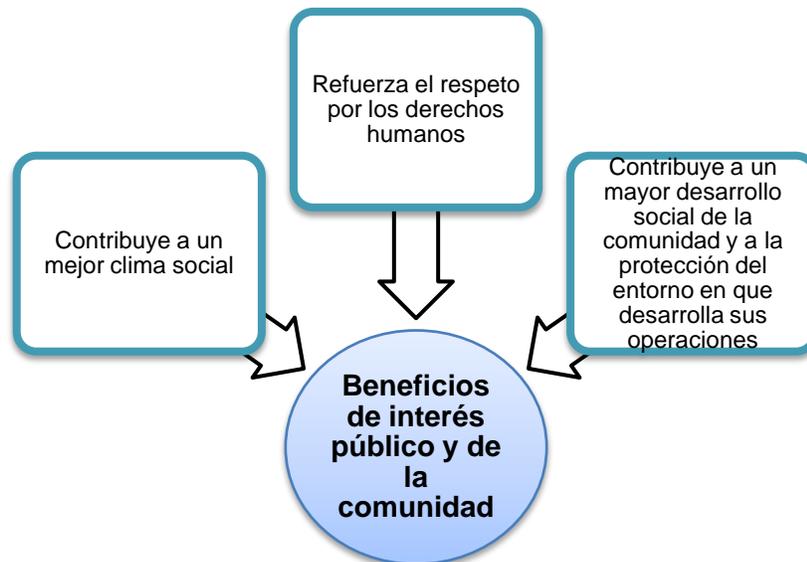
Según SumaRSE<sup>3</sup>, la RSE trae consigo una amplia gama de beneficios, tanto para la empresa que la ejerce, como para todos sus públicos de interés:

**Fig. 4:** Beneficios a nivel interno de la empresa



Fuente: SumaRSE. [En red] Disponible en: [www.sumarse.org.pa](http://www.sumarse.org.pa) Consultado: 01/10/10

**Fig. 5:** Beneficios a nivel externo de la empresa



Fuente: SumaRSE. [En red] Disponible en: [www.sumarse.org.pa](http://www.sumarse.org.pa) Consultado: 01/10/10

<sup>3</sup> Fusión de IntegraRSE y la Red del Pacto Global. Asociación sin fines de lucro que promueve la incorporación de la RSE como forma de hacer negocios y estrategia competitiva.



## 1.5. Características de la RSE

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente como filantropía (amor al género humano). Hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

A su vez, la búsqueda de los objetivos corporativos ha llevado a definir un campo de acción de las prácticas sociales, enfocando estas iniciativas dentro de cinco áreas temáticas de Responsabilidad Social Empresarial, las cuales corresponden a “*Ética Empresarial*”, “*Marketing Responsable*”, “*Calidad de Vida Laboral*”, “*Medioambiente*” y “*Compromiso con la Comunidad*”.

### 1.5.1. *Ética empresarial:*

La ética empresarial se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisión en todos los niveles de la empresa. Adicionalmente, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas; la cual se ha convertido en un campo mucho más sofisticado en el cual las empresas deben lograr balancear las responsabilidades económicas con las éticas.

### 1.5.2. *Marketing responsable:*

El marketing responsable cruza un amplio rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores. Estas actividades pueden ser agrupadas en seis categorías:



- ✧ Manufactura e integridad del producto.
- ✧ Divulgación, embalaje y etiquetado.
- ✧ Marketing y publicidad.
- ✧ Prácticas de venta.
- ✧ Precios.
- ✧ Distribución.

En cada una de estas áreas, las empresas en el mundo están rearmando sus estrategias de negocios para dirigir las hacia nuevos temas. En general, se ha dado un cambio desde "el comprador precavido" hacia una ética en la cual las empresas se encuentran a la expectativa de soportar una gran responsabilidad derivada de la integridad, uso y consecuencias de sus productos y servicios.

La globalización del comercio y de la competencia ha puesto el mayor valor de las empresas y de las marcas no sólo como un asunto de confianza sino también relacionado con el sentido de lealtad y compromiso de los consumidores.

### **1.5.3. Calidad de vida laboral**

La calidad de vida laboral generalmente se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, horarios flexibles de trabajo, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado a sus dependientes y beneficios domésticos.

### **1.5.4. Medio Ambiente**

En los últimos años, la responsabilidad medioambiental se ha expandido hacia un compromiso substancialmente mayor que seguir al pie de la letra la aplicación de todas las regulaciones gubernamentales existentes o llevar a cabo algunas iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de la energía. Muchos ciudadanos,



organizaciones medioambientales y compañías líderes hoy se encuentran definiendo sus responsabilidades medioambientales como un involucramiento desde una aproximación comprensiva de las operaciones de la compañía, sus productos y facilidades.

#### **1.5.5. Compromiso con la comunidad**

Esta área se refiere al amplio rango de acciones tomadas por la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, apoyando iniciativas o causas sociales. Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan estratégica y programadamente, no tan sólo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas y sus marcas, productos y valores en las comunidades locales donde ellas tienen intereses comerciales significativos, así como en el resto del mundo.

#### **1.6. Categorías de la Responsabilidad Social**

La teoría de la pirámide fue desarrollada por Carroll (1991) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Hay responsabilidades que se encuentran en el fondo de la pirámide y que son, por tanto, la base sobre la que se apoya otro tipo de responsabilidades. Las cuatro clases o categorías de responsabilidades son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.



**Fig.6:** Pirámide de la RSE



Fuente: Clínica Dr. Calatayud. [En red] Disponible en:  
<http://www.clinicadrcalatayud.com/> Consultado: 10/07/10

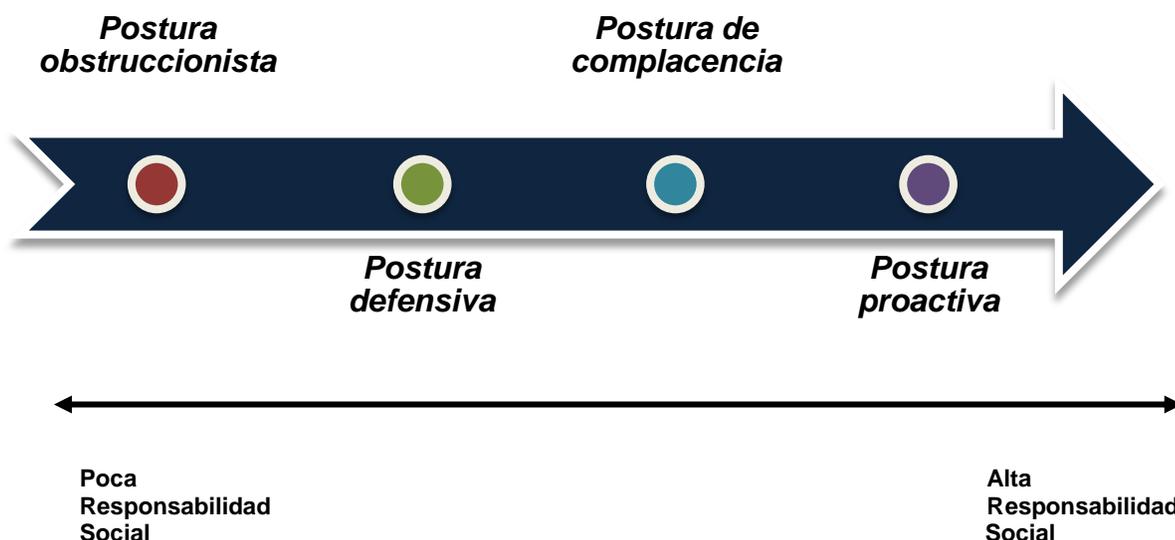
En resumen, de acuerdo con la teoría de la pirámide, la RSE implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica. En otras palabras, la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo.

### **1.7. Enfoques de la Responsabilidad Social**

Las cuatro posturas que una organización puede tomar acerca de sus obligaciones para con la sociedad caen en un rango continuo desde el grado más bajo hasta el más alto de prácticas sociales responsables. Estas posturas son los enfoques de RSE que las empresas u organizaciones adoptan.



**Fig.7:** Enfoques de la Responsabilidad Social



Fuente: Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J. (2005), “Negocios”, México.

Nota: Esquema diseñado por los autores del trabajo.

- a. Postura obstruccionista: las organizaciones que adoptan esta postura usualmente hacen lo menos posible por resolver los problemas sociales o ambientales, y tienen en poca estima la conducta ética. Además niegan o encubren sus acciones equivocadas.
- b. Postura defensiva: por medio de esta postura una organización hará lo que sea posible por estar dentro del margen legal, pero nada más. Este enfoque es más consistente con los argumentos que están en contra de la RSE. Las empresas que adoptan esta posición encubren sus actividades equivocadas, pero generalmente admiten sus errores y realizan las acciones correctivas apropiadas.
- c. Postura de complacencia: las empresas que adoptan esta posición cubren sus requisitos legales y éticos pero también van más allá en algunos casos. Tales empresas participan voluntariamente en programas sociales, pero no necesariamente contribuyen de manera proactiva.
- d. Postura proactiva: este es el nivel más alto que las empresas pueden mostrar, las cuales llegan al corazón de los argumentos a favor de la RS.



Se ven a sí mismas como ciudadanos dentro de la sociedad y buscan de manera proactiva las oportunidades para contribuir.

Sin embargo, estas posturas no son drásticamente distintas, son únicamente etapas etiquetadas a lo largo de una serie de enfoques. Las organizaciones no siempre pertenecen puramente a una u otra categoría.

### **1.8. Instrumentos de medición de la RSE**

El impulso de la RSE se viene canalizando a través de multitud de iniciativas que persiguen inculcar de forma práctica y efectiva este nuevo valor de conciencia empresarial en los procesos productivos de las empresas y demás actividades de las mismas. Para ello las muy diversas iniciativas recurren a lo que se ha dado en llamar de forma genérica “Instrumentos de RSE”, tales como las declaraciones de principios, los códigos de conducta y buenas prácticas, las etiquetas sociales, los índices bursátiles éticos, las guías de elaboración de memorias de sostenibilidad, modelos de triple balance, modelos o estándares de gestión, acreditaciones de los mismos, entre otros. Ello ofrece un panorama, por un lado, entusiasta y expectante en torno a la RSE; pero cercano a lo caótico, por otro.

Así, son varias las fuentes de las que emanan estos instrumentos: organizaciones internacionales, gobiernos nacionales, organizaciones del tercer sector (ONG's, grupos de interés, entre otras), asociaciones y fundaciones diversas, entre otras. Diversa también es su finalidad, pues mientras unos sólo promocionan, impulsan o promueven, otros instrumentan principios o recomendaciones a tener en cuenta por las empresas que pretendan ser socialmente responsables; y algunos, además, establecen mecanismos de información, evaluación y seguimiento de las medidas concretas adoptadas por las empresas en materia de RS, obteniendo así un compromiso más serio de las empresas. Tampoco hay coincidencia en lo que respecta al ámbito de la RSE al que estos instrumentos van dirigidos, abarcando algunos los aspectos económicos, sociales y medioambientales en conjunto; y



ciñéndose otros a sólo alguno de ellos. Igualmente, no todos los instrumentos de RSE alcanzan a los mismos destinatarios; los hay generales, aplicables a cualquier empresa, pero también dirigidos a sectores industriales y de actividad específicos.

En efecto, la cantidad y variedad de instrumentos de RSE es difícilmente manejable de forma que resulte operativa. Es por ello que corresponde llevar a cabo una primera tarea de clasificación y clarificación del panorama que el movimiento de la RSE ofrece en estos momentos. Desde el punto de vista jurídico-laboral el interés reside en distinguir aquellos instrumentos sensibles con las cuestiones sociolaborales de la RSE, de los que se centran en los aspectos económicos o medioambientales; así como identificarlos en función de su naturaleza, alcance, ámbito, finalidad, entre otros. Sólo de esta forma se podrán valorar los resultados de la puesta en práctica de estos instrumentos de RSE y hacer comparaciones entre los mismos sin riesgo de confrontar instrumentos de naturaleza y esencia diversas. En el sentido expuesto, se recogen a continuación tres posibles criterios clasificatorios de los instrumentos de RSE:



Fig.8: Clasificación de los instrumentos de RSE

A. Según la perspectiva de la Organización y Gestión de empresas	<b>1. Instrumentos de promoción, comunicación y transparencia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Libro Verde UE</li> <li>◇ UN Global Compact</li> <li>◇ OCDE Líneas directrices para empresas multinacionales</li> <li>◇ GRI</li> </ul>
	<b>2. Instrumentos de gestión, normas de proceso y acreditación</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ SA8000</li> <li>◇ OHSAS18001</li> <li>◇ ISO14001</li> <li>◇ ISO9001</li> </ul>
	<b>3. Instrumentos de autoevaluación o desempeño</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Premio Malcom Baldrige (EE.UU.)</li> <li>◇ Premio Deming</li> </ul>
B. Desde el punto de vista del ámbito de la RSE en el que incidan	1. Gestión socialmente responsable	a. Códigos de conducta, declaraciones de principios y marcos promocionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ OIT. Declaración Tripartita de principios sobre EMN</li> <li>◇ OIT. Declaración de principios y derechos fundamentales en el trabajo</li> <li>◇ ONU. Normas sobre responsabilidad de EMN sobre los DD. HH.</li> <li>◇ ONU. Pacto Mundial</li> <li>◇ UE. Libro Verde</li> <li>◇ CIOSL. Código básico de prácticas laborales</li> </ul>
		b. Modelos o estándares de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Sistemas de gestión de la calidad y otros marcos:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ISO9000</li> <li>▪ ISO 26000 Social Responsibility Standard (en proceso de elaboración)</li> </ul> </li> <li>◇ Sistemas de gestión medioambiental:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ EMAS (Eco-management and audit scheme)</li> <li>▪ ISO14001</li> </ul> </li> </ul>
		c. Informes de autosostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Iniciativas de los grupos de interés (stakeholders):                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Global Reporting Initiative</li> </ul> </li> </ul>
	<b>2. Consumo socialmente responsable</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Etiquetas medioambientales</li> </ul>
	<b>3. Inversión socialmente responsable</b>		
C. Según su dinámica y puesta en práctica	<b>1. Declaraciones de principios, códigos de conducta o buenas prácticas</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ ONU. Pacto Mundial</li> <li>◇ OCDE. Líneas directrices para empresas multinacionales</li> <li>◇ WHO/UNICEF International Code on Marketing of Breastmilk Substitutes</li> </ul>
	<b>2. Directrices sobre sistemas de gestión e instrumentos de certificación</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ SA 8000</li> <li>◇ ISO 9000/14001</li> <li>◇ EMAS. Eco-management and audit scheme</li> </ul>
	<b>3. Índices de valor</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ DJGSI. Dow Jones Sustainability Group Index</li> </ul>
	<b>4. Marcos o estructuras de información sobre RSE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ GRI</li> </ul>

Fuente: Pérez, F. "Instrumentos de la RSE: Criterios de clasificación" Observatorio Laboral online del Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL).



## 1.9. Transición de la RSE a la RSU

Como se puede observar el denominador común de las definiciones de RSE es la contribución a crear mejores condiciones, ambientales, sociales y económicas a los grupos de interés que se relacionan con ellas.

Empezamos definiendo la RSE, porque algunos autores sostienen que la Responsabilidad Social Universitaria se desprende de la Responsabilidad Social Empresarial, al menos es posterior al boom de la RSE, y constituye actualmente un referente obligado en la agenda institucional de las Instituciones de Educación Superior (IES).

En la época actual de crisis económica muchas voces se alzan cuestionando el papel que las universidades han desempeñado por acción o por omisión en la prevención y en la solución de problemas “globales” tan complejos como el desempleo, la marginalidad y la injusticia social, por citar solo algunos. Existe, hoy en día, la conciencia social de que la universidad debe involucrarse aun más con la sociedad civil y con el desarrollo humano sostenible. Por eso vemos en estos últimos años un auge inusitado de propuestas para consolidar la RSU en el centro de un proyecto universal de construcción de un nuevo mundo, o como dice el profesor Edgar Morin en su diplomado de transformación educativa es necesario e imperativo “replantear el papel de la educación para poder dar respuesta a los problemas globales y fundamentales actuales, y en ese sentido la RSU está llamada a jugar un papel determinante en la intersolidaridad de las personas y los pueblos”.



## **2. Responsabilidad Social Universitaria**

### **2.1. Universidad socialmente responsable**

La Universidad de la Serena, 2007 menciona que una universidad socialmente responsable debe tener una estructura Gestión, Docencia, Investigación y Extensión, con una misión y estrategia explícitamente encaminada en esa dirección.

Dado el papel fundamental que ocupa en la sociedad, y la capacidad de difundir y poner en práctica principios y valores, generales y específicos, la universidad es responsable de hacerlo para el beneficio de la sociedad que la acoge, y debe asumir esta responsabilidad consciente de que no le es posible ser neutral, es decir, que la omisión de los temas sociales en su gestión, repercute en la calidad de vida de su comunidad.

De este modo, la universidad debe incentivar la participación y construir ciudadanía respetando las decisiones que democráticamente han sido tomadas en ella y posibilitando las organizaciones en su interior. La universidad debe ser un ejemplo de justicia social, pagando sueldos justos a sus funcionarios, actuando con respeto a la diversidad y asegurando a quienes sufren discapacidad de cualquier tipo puedan estudiar y trabajar en ella. La confianza en estas instituciones debe ser un reflejo de la honestidad de éstas por entregar información con apego a la verdad. Además, cada universidad está llamada a abrirse al medio nacional, a trascender su aporte más allá de sus límites geográficos y hacerse cargo de su contexto local. Los recursos investigativos de cada universidad deben estar enfocados a resolver problemas de relevancia nacional o local, así mismo, la universidad debe encontrar la manera de relacionarse con la comuna que acoge sus campus, o incluso ir más allá. En este sentido, resulta urgente que las universidades sean ecológicamente sustentables, haciéndose cargo de los desechos que cada área de su funcionar provoca.



Por otra parte, visualizamos una universidad socialmente responsable aquella que forma a profesionales altamente calificados, comprometidos con los valores y principios que defienden y difunden activamente; que ven su profesión como una posibilidad de servicio a los demás y que son capaces de aportar como ciudadanos a la construcción de la sociedad. Así mismo que esté abierta al cambio incorporando nuevos métodos de enseñanza que tengan conexión a la situación actual de la sociedad, creando más vínculos entre docentes, alumnos y personal administrativo y además creando oportunidades de crecimiento para las personas que laboran en ella así como condiciones de trabajo de calidad que permiten un mejor desempeño en sus funciones.

#### ❖ Principios y valores de la universidad socialmente responsable

La universidad se realiza a través de tres funciones tradicionales (docencia, investigación y extensión) y de una actividad indispensable en toda organización la cual es su gestión. En el centro de estos cuatro procesos claves se encuentran los principios y valores, como el eje central del sistema. A su vez, en el quehacer universitario, relativo a estos cuatro procesos debe verificarse la práctica de estos principios y valores.

#### Principios y valores del plano personal

- ❖ Dignidad de la persona
- ❖ Libertad
- ❖ Integridad

#### Principios y valores del plano social

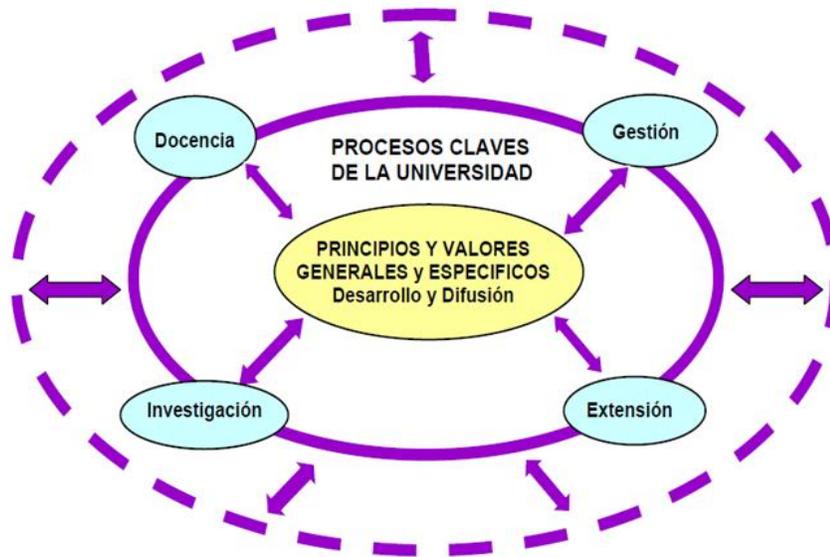
- ❖ Bien Común y Equidad Social
- ❖ Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente
- ❖ Sociabilidad y Solidaridad para la Convivencia
- ❖ Aceptación y Aprecio de la Diversidad
- ❖ Ciudadanía, Democracia y Participación



### Principios y valores del plano universitario

- ❖ Compromiso con la Verdad
- ❖ Excelencia
- ❖ Interdependencia y transdisciplinariedad

**Fig.9:** Principios y valores de la universidad socialmente responsable



*Fuente:* Universidad Construye País, “Responsabilidad Social Universitaria aproximación al concepto y a su práctica”; Extraído del libro: “Responsabilidad Social Universitaria, una manera de ser universidad. Teoría y práctica en la experiencia chilena”. Ed. Universidad Construye País, Santiago de Chile, Mayo 2006, p. 43-57. (En [www.construyepais.cl](http://www.construyepais.cl))

## **2.2. Definiciones de Responsabilidad Social Universitaria**

Antes de definir el concepto es importante recordar lo que pronuncian Jiménez (2004), “en la universidad se ha depositado tradicionalmente la responsabilidad de formar al más alto nivel a las futuras generaciones, además de realizar la investigación necesaria para crear y difundir la cultura. Todo ello bajo el supuesto de que la universidad es un componente esencial en el desarrollo social que debe contribuir al incremento de la producción, la satisfacción de las necesidades sociales y la elevación de los niveles de vida de la población, así como participar en la transformación de la sociedad”.



“Entendemos por RSU la capacidad que tiene la universidad, de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos considerados claves en la universidad, como son la gestión, la docencia, la investigación y la extensión universitaria. Respondiendo Socialmente así, ante la propia comunidad universitaria y el país donde está inserta”. (Universidad Construye País, 2006).

Para Vallaey (2007) “La Responsabilidad Social Universitaria es una política de gestión de la calidad ética de la universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia, investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia, y la participación dialógica de toda la comunidad universitaria (autoridades, estudiantes, docentes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario y necesitados de él, para la transformación efectiva de la sociedad hacia la solución de sus problemas de exclusión, inequidad, y sostenibilidad”.

El Doctor Roberto Criado Alzamora del Consejo Universitario de la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP) describe el concepto: “La universidad, sin ser una empresa, es una organización que funciona en su sociedad y genera impactos tanto sobre las personas que laboran en ella (administrativos, docentes, estudiantes) como sobre su entorno social y natural”.

Por otro lado, Universidad Construye País sugiere que cada universidad que acoja la RSU debe tratar de definir: ¿De qué se es responsable?, ¿Ante quién se responde? y ¿Cómo se es responsable? Y, para dar respuesta, se entiende:

¿“De qué” se es responsable? Las universidades socialmente responsables ponen en práctica los principios generales de la vida universitaria que provienen de la calidad del entorno en que ella se desenvuelve y los valores específicos que



debían orientarla. Todos ellos deberían atravesar la gestión y las funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión.

*¿“Ante quién” se responde?* Primero se responde ante la propia comunidad universitaria, ante los académicos, funcionarios y alumnos, ante cada uno en particular y ante todos como comunidad. Luego se responde al país, la universidad tiene que visionar el futuro y adelantarse a la demanda que el país le hará por nuevos servicios. Además en una sociedad globalizada, la universidad tiene que responder a los requerimientos de América Latina y del mundo.

*¿Cómo se es responsable?* Por medio del desarrollo de los procesos claves de gestión, docencia, investigación y extensión universitaria, atravesados por instancias de reflexión que le otorguen la profundidad y la contingencia social que requieren las respuestas universitarias.

### **2.3. Importancia de la RSU**

Según el Profesor de Filosofía de la Universidad Ruiz de Montoya, François Vallaëys, sostiene que la responsabilidad social es un tema que adquiere mayor relevancia, la cual exige de una acción ética y la definición de estrategias en las organizaciones.

En este sentido, las universidades están obligadas a integrarse en el proceso por razones evidentes, la primera por la razón de ser una actividad empresarial y la segunda lo representa el objetivo de la razón de ser universidad, es decir, la formación de profesionales que serán los responsables en un futuro inmediato de la gestión administrativa, ya sea de sus propios negocios o que desempeñen una función en una empresa determinada.



En consecuencia, la inclusión de la RSU se convierte en uno de los puntos de mayor relevancia en las universidades por la proyección social y participativa que se brinda al ser socialmente responsable.

Para poder alinearse en el marco de la RSU, los centros de enseñanza superior deben desarrollar acciones sociales de manera responsables, las cuales podemos resumir de la siguiente manera:

1. Encaminar los planes de estudios, en base a la realidad del entorno social.
2. Desarrollar la formación profesional sobre principios éticos y morales.
3. La universidad debe ser consecuente con la política laboral del personal administrativo y docente, con la finalidad de promover una mejor calidad de vida.
4. Crear para beneficio de los estudiantes acciones de bienestar social.
5. Convocar actividades que contribuyan a eliminar la contaminación del medioambiente.

#### **2.4. Actores con que interactúa la universidad**

A partir de las definiciones de RSU mencionadas anteriormente, es posible dar una mirada aplicada desde la actuación que debe tener la universidad frente a cada uno de los actores con los que interactúa.

- a. Con sus estudiantes: más allá de una formación que cumpla con los estándares mínimos de calidad exigidos por la ley, las universidades buscan formarlos como ciudadanos socialmente responsables y como profesionales con estándares de alta calidad, de tal forma que logren llegar a ser “profesionales responsables, técnicamente competitivos, éticamente orientados y socialmente comprometidos”.



- b. Con sus egresados: la universidad ofrece diversos medios para que logre las metas que se ha propuesto con su proyecto de vida personal y profesional, de tal forma que sigan un compromiso con su país.
- c. Con sus profesores y su personal directivo y administrativo: la idea principal, es ofrecer a sus profesores un buen clima laboral, con una remuneración adecuada a la realidad de la institución y las capacidades integrales de la persona, y oportunidades de desarrollo personal y profesional. Construye con todos una comunidad académica solidaria que ofrece apoyo mutuo y da testimonio fraternal. Les facilita la participación en cursos específicos en temas de ética, desarrollo y RS.
- d. Con sus proveedores: las universidades buscan trabajar con proveedores que aseguren que sus productos han sido realizados en condiciones de trabajo dignas, con sueldos justos, sin discriminación de las mujeres ni trabajo infantil, con un precio adecuado para todos, en forma cumplida, asegurándoles una relación comercial transparente para el beneficio mutuo.
- e. Con su entorno inmediato: en aquellos lugares en donde las universidades tienen presencia física, el fin es minimizar y compensar los impactos negativos que puedan tener sus actividades operativas, específicamente con los habitantes de los barrios en los que se localizan sus instalaciones.
- f. Con el Medio Ambiente: las universidades deben preocuparse no sólo con el entorno interno, sino también con el entorno externo. De esta manera, las prácticas académicas y administrativas no deben ser contaminantes, orientándose bajo criterios de consumo responsable y menor consumo de energía. Se debe proveer el desarrollo de campañas de sensibilización al interior de la comunidad académica para facilitar el reciclaje de sus desechos.



- g. Con las comunidades: las universidades deben proponer el desarrollo integral de las personas, las comunidades y las organizaciones, fomentando en ellas sus potencialidades, en términos de actitudes humanas, cristianas, ciudadanas y de servicio a la sociedad. La RS hacia las comunidades la desarrolla específicamente por medio de su proyección social y de su investigación aplicada.
- h. Con otras entidades públicas y privadas: las universidades ante todo deben trabajar con transparencia, ofreciendo servicios de calidad, entregados oportunamente y a un costo apropiado.
- i. Con la Nación y las Regiones en las cuales está presente: las universidades deben de forma indirecta contribuir en la construcción de una nación más justa, democrática, participativa y solidaria, que respete los valores culturales propios y ajenos, como a su vez, ofrecer diversos ciclos, grados, modalidades y niveles de formación, con cobertura y fácil acceso y permanencia.

De lo anterior se desprende lo que se conoce con el nombre de stakeholders (grupos de interés) de la universidad, que se define como “Aquellos grupos y/o personas que son afectados por las decisiones de la organización y que a la vez sus decisiones afectan a la organización” (Pérez, J. 2007).

De esta manera, es posible reconocer e identificar cuáles son los distintos grupos de interés de las universidades, pero cabe señalar que esta lista no es posible hacerla de una vez y para siempre ya que la relación organización-entorno cambia con el tiempo. En definitiva, se logran distinguir dos grupos de interés: *internos* (estudiantes, académicos, funcionarios y sus familias, administración de apoyo, y gobierno central universitario) y *externos* (proveedores, subcontratistas, comunidad donde se encuentran los campus, municipalidades respectivas, ONG's, otras universidades, empresas privadas, Estado, y Ministerio de Educación).



Fig.10: Actores que interactúan en la Universidad



Fuente: Vallaeys, F. (2007), "Responsabilidad Social Universitaria, Propuesta para una definición madura y eficiente", México.

## 2.5. Impactos en la Responsabilidad Social Universitaria.

Según el profesor Fernando Pérez (2009), los impactos específicos que las actividades propias de la universidad producen en su entorno son el criterio que permite identificar la RSU como un modelo de gestión particular. Por impacto se entiende el efecto que la acción normal de la organización provoca en determinadas personas y elementos del entorno interno y externo, próximo y lejano de ésta. En la siguiente figura se presentan los principales impactos que la institución universitaria genera en su entorno:



Fig. 11: Tipos de Impactos universitarios



Fuente: Vallaey, F. (2007), "Responsabilidad Social Universitaria, Propuesta para una definición madura y eficiente", México.

- a. Impactos de funcionamiento organizacional: como toda organización, la universidad genera impactos en la vida de las personas que en ella trabajan (personal de administración y servicios y personal docente e investigador); así como efectos contaminantes del medioambiente, de forma que su actividad produce una huella tanto humana como ecológica a gestionar conforme a criterios socialmente responsables. *Este impacto es de gran importancia para este estudio, ya que representa el objetivo de este trabajo para medir sus implicaciones en la FCC.EE.yEE.*
  
- b. Impactos educativos: es evidente que la universidad produce un impacto directo sobre la formación de los jóvenes y profesionales, les aporta una determinada manera de mirar y entender el mundo, y transmite una serie de valores de ciudadanía. Igualmente, la universidad presenta a sus estudiantes la deontología profesional de cada disciplina, orientando y



contribuyendo a definir en cada caso la ética de la profesión correspondiente y su rol social.

- c. Impactos cognitivos y epistemológicos: la universidad es ante todo un centro de investigación, difusión y creación de conocimientos, de forma que tiene la facultad de orientar o dirigir la producción del saber, el desarrollo de las tecnologías, la selección de los temas de estudio, entre otros. En definitiva, tiene un poder cierto en la determinación de la agenda científica de la sociedad y, en ese sentido, juega el papel de puente entre los mundos de la ciencia y la sociedad, circunstancia que la hace responsable de promover una comunicación fluida entre ambas, así como un acceso universal a la ciencia y el conocimiento.
- d. Impactos sociales: el impacto que produce la universidad sobre la sociedad y su desarrollo económico, político, social y cultural es claro. Por una parte, el futuro del entorno depende directamente de los profesionales y actores que ésta forma en sus aulas; por otra parte, la universidad está llamada a ser un referente para la sociedad, un actor social llamado a promover el crecimiento y el desarrollo de su entorno, a crear capital social, a vincular sus estudios y la formación de sus estudiantes con la realidad social y profesional del exterior, y a hacer el conocimiento accesible a todos.

## 2.6. Herramientas de medición de la RSU

François Vallaey (2008), menciona que “si queremos realmente tomar en serio la Responsabilidad Social Universitaria como una política de gestión universitaria global y eficaz, y no sólo como un conjunto de actividades marginales de filantropía y declaraciones de buenas intenciones, es imprescindible empezar a producir herramientas de gestión de la Responsabilidad Social en el sector de la educación superior. Estas herramientas deben de permitir:



- ✧ La medición de las actuaciones en RS de las universidades.
- ✧ El autodiagnóstico institucional y la planificación de procesos de mejora continua.
- ✧ La elaboración de reportes que cumplan con requisitos estandarizados.
- ✧ La divulgación de estos resultados para la evaluación y comparación del desempeño de las universidades entre sí.
- ✧ La participación de las partes interesadas internas y externas a la universidad en la gestión y estrategias de mejoramiento de las IES.

Por otra parte “Los indicadores son mecanismos de autoevaluación de la gestión sobre Responsabilidad Social Universitaria por lo que pueden constituirse en una herramienta fundamental para evaluar logros y deficiencias”. En concreto, son mecanismos para orientar y hacer seguimiento de la gestión (Universidad Autónoma de Jalisco, 2008).

Pérez (2008), hace referencia a los muchos y variados instrumentos de RSC que han proliferado, sin embargo de cara a la puesta en práctica de la RSU, ello implica que las universidades deberán adaptarse a algunos de tales instrumentos a sus particularidades. Dentro de las más destacadas a nivel de las universidades latinoamericanas están las de AUSJAL, Construye País, Universidad Pontificia Javeriana de Calí (Colombia), y Pontificia Universidad Católica del Perú.

Cabe destacar que para este estudio se utilizará las herramientas de medición del impacto organizacional propuestas por el Manual elaborado por el BID a través de las aportaciones de Vallaeys F., De la Cruz C., y Sasia P. (2006).



### **3. Impacto Organizacional**

#### **3.1. Definición de Impacto.**

El término impacto, de acuerdo con el diccionario de uso del español proviene de la voz "*impactus*", del latín tardío y significa, en su tercera acepción, "impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso".

El uso del término se amplió con otras acepciones y usos, un ejemplo de los cuales es el siguiente concepto de impacto en el terreno de una organización, donde se plantea que: "El impacto organizacional puede definirse como el cambio generado en la organización como consecuencia de una innovación..."

El profesor Fernando Pérez (2009) menciona "Por impacto se entiende el efecto que la acción normal de la organización provoca en determinadas personas y elementos del entorno interno y externo, próximo y lejano de ésta. Tales impactos pueden resultar positivos o negativos".

#### **3.2. Definición de Organización**

Isaac Guzmán V. (1992) "Organización es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue"

Velasco E. (1996) "Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir".



Según Agustín Reyes Ponce "Organización es la estructura de las relaciones que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos en un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados".

Según Koontz & O'donnell "Organizar es agrupar las actividades para alcanzar ciertos objetivos, asignar a cada grupo un administrador con autoridad necesaria para supervisarlos y coordinar tanto en sentido vertical como horizontal toda la estructura de la empresa".

### **3.3. ¿Qué es Impacto Organizacional?**

"Como toda organización, la universidad genera impactos en la vida de las personas que en ella trabajan (personal de administración y servicios y personal docente e investigador); así como efectos contaminantes del medioambiente, de forma que su actividad produce una huella tanto humana como ecológica a gestionar conforme a criterios socialmente responsables" (Pérez, 2009).

"Como cualquier organización laboral, la universidad genera impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil (que su política de bienestar social debe de gestionar) y también contaminación en su medioambiente (desechos, deforestación, polución atmosférica por transporte vehicular, entre otras). La universidad deja "huellas" en las personas que viven en ella y tiene también su "huella ecológica". (¿Cuáles son los valores que vivimos a diario? ¿Cómo debemos vivir en nuestra universidad en forma responsable, en atención a la naturaleza, la dignidad y el bienestar de los miembros de la comunidad universitaria?)" (Vallaey, 2007).



#### 4. Indicadores de medición de impacto organizacional

Según François no existen indicadores específicos a los que las universidades deban apearse, pero ellos deben ser practicados en forma democrática, dialógica y consensuada, entre múltiples actores universitarios y sociales. Al referirnos al impacto organizacional podemos mencionar ciertos indicadores ya existentes en otros documentos que nos permitan evaluar dicho impacto, tales como:

##### a. Indicadores de Gestión ética y Calidad de vida institucional

- ✧ *Gestión ética* significa gestión justa, que rehúsa la explotación y las inequidades injustificadas, no acepta las discriminaciones, entre otras.
- ✧ *Gestión ética* significa gestión de una organización placentera en el día a día, con un buen ambiente relacional entre las personas, una calidad de vida laboral (incluyendo beneficios, bienestar y seguridad).
- ✧ *Gestión ética* significa gestión de procesos participativos y democráticos con transparencia y afán de mejoramiento continuo.

##### b. Indicadores de desempeño económico y remuneración

Estos indicadores dependen mucho de una información contable transparente y confiable, se refieren:

- ✧ Al valor económico generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, compensaciones a empleados, donaciones y otras inversiones comunitarias.
- ✧ A la ayuda financiera recibida del gobierno.
- ✧ Al salario inicial comparado con el salario mínimo local, que debe ser adaptado a nuestra situación latinoamericana.



- ✧ Los procedimientos para la contratación, estos deben ser adaptados y señalados, así como la política salarial y de ascenso de la universidad, entre otros.

c. Indicadores de adopción de principios éticos

- ✧ Indicadores de “Autorregulación de la conducta”.
- ✧ Con relación a la adopción y alcance de valores y principios éticos.
- ✧ Los valores de la universidad existen de manera informal, estando poco incorporados a los procesos de trabajo.
- ✧ Los valores de la universidad están documentados y diseminados, pero no hay nexo entre la formación curricular y estos valores.
- ✧ La universidad posee un código de ética y orienta y entrena con regularidad a sus empleados de todos los niveles jerárquicos, así como los estudiantes y docentes, para su adopción.

d. Indicadores de buenas prácticas laborales

Existen numerosos indicadores ya recopilados por organismos internacionales como la OIT o bien por normas de RS como la norma SA 8000.

El primer tema es obviamente aquél de la erradicación del trabajo infantil en toda la cadena de proveedores de la universidad. Se puede adaptar el indicador referente a los criterios de “selección y evaluación de proveedores”.

Después de la relación con proveedores viene los temas laborales de la libertad de asociación y relación con los sindicatos, los beneficios y prestaciones sociales, la línea de carrera, la salud, seguridad y condiciones de trabajo, el tratamiento de los despidos y los planes de jubilación, el trato con los empleados tercerizados, entre otros.



e. Indicadores de capacitación del personal

Se podrá utilizar los siguientes indicadores:

- ✧ Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
- ✧ Porcentaje de los empleados que reciben revisiones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.

f. Indicadores de marketing responsable

Para esta variable, que tiene un alto impacto sobre la representación que la sociedad se hace de la universidad, se puede reinterpretar el indicador sobre la “política de comunicación comercial”.

g. Indicadores de gestión medioambiental responsable

Está claro que la universidad, sin ser una industria de gran contaminación, tiene un impacto ambiental negativo que no se puede subestimar: uso de papel (riesgo de deforestación si no se usa papel reciclado e insumos extraídos de bosques renovables), transporte a diario de muchas personas hacia el campus, uso de productos contaminantes en artefactos electrónicos, entre otros.

A continuación se presentan indicadores de gestión medio ambiental:

*A. Indicadores de gestión medio ambiental*

Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades y educar a su comunidad, la universidad debe:



- ✧ Cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, establecer programas internos de mejoramiento ambiental.
- ✧ Priorizar políticas preventivas y poseer una oficina responsable de los asuntos medioambientales en articulación con la administración central. Disponer de académicos investigadores que se especialicen en el tema y sugieran cambios institucionales.
- ✧ Tratar la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizacional e incluirla en la planificación estratégica, así como en el currículum de diversas carreras académicas. Poseer líneas de investigación dedicadas al estudio de su impacto ambiental y publicar un balance anual sobre su desempeño medioambiental.
- ✧ Considerar el tema ambiental como un eje de su administración, seleccionar y capacitar a sus proveedores en el tema.

#### *B. Indicadores de educación ambiental*

- ✧ Desarrollar acciones de educación ambiental y entrenamiento sobre esta temática para sus empleados administrativos.
- ✧ Desarrollar sistemáticamente actividades de educación ambiental focalizadas en el público interno, administrativos, docentes y estudiantes, brindando información, fomentando la sensibilidad ecológica y promoviendo discusiones.
- ✧ Además de campañas internas, desarrollar campañas de concienciación y de educación ambiental dirigidas a familiares de empleados y a ciertas comunidades del entorno, brindando investigaciones ambientales y soluciones técnicas a problemas ecológicos. Introducir el tema ambiental en todas las carreras como curso de cultura general ciudadana.
- ✧ Además de desarrollar campañas, la universidad debe participar o apoyar proyectos educativos nacionales en asociación con organizaciones ambientalistas y entidades escolares.



## **Capítulo II: Marco Contextual**

### **1. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León)**

Según como la define el Estatuto 2007, “la UNAN-León es una institución estatal de derecho público que goza de autonomía académica, financiera, orgánica y administrativa. Tiene capacidad jurídica plena para adquirir, administrar, poseer y disponer de bienes y derechos de toda clase, así como para contraer obligaciones en relación con sus fines, debiéndose regir por la Constitución Política, la Ley No. 89<sup>4</sup>, demás Leyes, el propio Estatuto y Reglamentos”

#### **1.1. Planeamiento Estratégico**

Para 1992 se había aprobado un Estatuto, el cual quedó obsoleto ya que desde el año 1997 se inició un profundo proceso de Reforma Universitaria, orientado a la modernización del quehacer de la institución de cara al cumplimiento de sus fines y metas. Es por ello que la actividad más importante del año 2002, fue la realización de los talleres con la participación de la comunidad universitaria que permitieron a sus miembros expresar sus opiniones sobre los aciertos y errores de la gestión dentro del Plan de Fortalecimiento Institucional, siendo el producto principal de todo este proceso de revisión y reafirmación de compromisos, lo que dio lugar a un documento denominado “Pensamiento Estratégico de la Institución” (aprobado en 2003); tras ese proceso de reforma universitaria experimentado durante los últimos años es que se aprueba finalmente el Estatuto 2007, el cual representa el basamento de los principios, valores, misión y visión de la UNAN-León, las cuales se destacan a continuación para expresar el marco general en cual se ve inmerso el sujeto de estudio, cuyo contexto depende principalmente de esta universidad.

---

<sup>4</sup> Ley No. 89: Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior, y su Reforma Ley No. 103



### **1.1.1. Principios**

- ✧ Legalidad
- ✧ Autonomía
- ✧ Libertad de Cátedra
- ✧ Democracia
- ✧ Rendición de Cuenta
- ✧ Humanismo Científico
- ✧ Vocación de Servicio
- ✧ Libre acceso a la Educación Superior
- ✧ Preservación del Medio Ambiente
- ✧ Pertinencia
- ✧ Diversidad Étnica y Cultural

### **1.1.2. Valores**

- ✧ Calidad
- ✧ Responsabilidad
- ✧ Liderazgo
- ✧ Integridad
- ✧ Equidad
- ✧ Respeto
- ✧ Creatividad e Innovación
- ✧ Trabajo en equipo
- ✧ Evaluación

### **1.1.3. Misión**

“Contribuir a la transformación y desarrollo de la sociedad, mediante la generación y transferencia de conocimientos y la formación integral de profesionales de



calidad en un contexto de procesos de integración y unidad regional a nivel Centroamericano, en particular, Latinoamericano y del Caribe, en general”.

#### **1.1.4. Visión**

“La UNAN-León se caracterizará por el pleno liderazgo en todos sus ámbitos de trabajo en la región centroamericana, por promover el progreso científico, la conservación y difusión de las mejores tradiciones culturales y humanísticas, y por ser una institución orientada a contribuir al desarrollo humano sostenible del país y la región”.

### **1.2. Funciones**

La UNAN-León en el título IV, capítulo I del Estatuto 2007, establece claramente sus funciones, cuyas labores de docencia, investigación y de proyección social de cada facultad serán realizadas por medio de los departamentos docentes y de las escuelas en su caso.

#### **1.2.1. Docencia**

En el arto. 42 de la Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior y otras Leyes relacionadas, se define la función del departamento docente; el cual es la unidad académica que integra asignaturas afines, es responsable de garantizar la calidad del proceso educativo, mediante el trabajo docente metodológico, la investigación científica y agrupa a todos los docentes dedicados a la enseñanza de dichas asignaturas.

Para llevar a cabo esta función la UNAN-León tiene establecido la dependencia de Vice-rectoría Académica, cuya misión es asegurar que en todas las carreras y programas se desarrolle un currículum integral que contribuya a la excelencia académica.



### **1.2.2. Investigación**

De acuerdo a Dirección de Proyección Social (2007), la UNAN-León ocupa un lugar preponderante dentro de las instituciones científicas del país y la región. Esta función se lleva a cabo a través de sus investigadores que participan en foros nacionales e internacionales en calidad de ponentes, y con frecuencia, son consultados para la formulación de proyectos importantes para la nación.

La UNAN-León tiene establecido para la aplicación efectiva de las investigaciones una Vice-rectoría de Investigación y Postgrado, que es una dependencia de apoyo a la gestión de Rectoría, cuya misión es facilitar la generación del conocimiento y la búsqueda de solución de los problemas locales, nacionales y regionales para contribuir a la excelencia en la formación integral de las personas y a la transformación de la sociedad.

Hay que señalar que la investigación es parte del quehacer de algunos de sus académicos y se ha desarrollado alrededor de los principales desafíos que enfrenta el país, en salud, producción, medio ambiente y el área jurídica. Esta función de investigación constituye un área del currículum integral y es un eje longitudinal en algunas carreras de pregrado. Anualmente se realizan trabajos de investigación en el marco de las Jornadas Universitarias de Desarrollo Científico a lo interno y participa a nivel nacional en la expo-ciencia que organiza el Consejo Nacional de Universidades (CNU).

### **1.2.3. Proyección Social**

Se refiere a la relación Universidad-Sociedad mutuamente beneficiosa. Establece relaciones estrechas con la comunidad y sus principales necesidades, es el vehículo de la comunicación y la relación mutua entre la universidad y la sociedad civil, la inserción de la industria y empresas de servicio en la universidad y la creación de nuevas formas de cooperación con el entorno. Es también la



cooperación con otras universidades nacionales y diversas formas de asociación para divulgar la UNAN-León en todas sus facetas.

Desde la proyección social de la UNAN-león se articula y facilita la implantación de las prácticas profesionales, programas y proyectos comunitarios, y otras modalidades de trabajo que permitan la vinculación con la comunidad, sobre la base de las necesidades demandadas del entorno y de acuerdo a las prioridades establecidas en el Plan de Acción Institucional y en los Planes operativos de las Facultades, en la búsqueda de un mayor impacto en los territorios.

La UNAN-León para el cumplimiento de esta función tiene establecido una Dirección de Proyección Social, cuya instancia es la responsable del seguimiento y evaluación de programas y proyectos de desarrollo, establecidos entre la universidad y los organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales; presentes en un territorio que conlleve el establecimiento de una comunicación e interrelación efectiva entre la Universidad y su entorno.

## **2. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCC.EE.yEE.)**

La demanda de formar profesionales del mundo empresarial en la región de occidente, la necesidad de modernización y diversificación de la oferta académica de la UNAN-León, y la experiencia de cooperación con otras universidades coadyuvó en la decisión de crear los estudios de Ciencias Económicas y Empresariales.

### **2.1. Breve Reseña Histórica**

Fue en el año 2000 donde la UNAN-León amplía su oferta académica tras la apertura del Programa de Ciencias Económicas y Empresariales, adscrito a la Vice-rectoría Académica, para formar profesionales, primeramente en las disciplinas de Administración de Empresas y Economía. En el año 2004, se



culminó exitosamente con los planes de estudios de dichas licenciaturas, siendo éstas la primera generación de profesionales. En el 2001, se agrega una nueva licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas, cuya primera generación fue en el 2005.

De acuerdo con el Marco legal, la tradición universitaria, el constante crecimiento de la demanda y los logros alcanzados en el desarrollo del Programa de Ciencias Económicas y Empresariales, se hizo necesario que este programa diera un salto cualitativo a Facultad, y es así como el Honorable Consejo Universitario a partir del mes de Agosto del 2005, de conformidad con lo establecido en el Arto. 8 de los Estatutos de la Universidad, dio aprobación a esta solicitud, siendo éste el umbral de la FCC.EE.yEE.

En el 2006 se da la apertura de la carrera de Mercadotecnia, y para ese mismo año se adjunta la carrera de Gestión de Empresas Turísticas a la oferta académica de esta Facultad.

Inicialmente, desde su fundación como Facultad tuvo una matrícula de 1,969 estudiantes para las dos modalidades educativas, divididas en 851 en el turno regular y 1,118 en el turno sabatino. Para este año 2010, este cupo de matriculados ha aumentado a 3,170 estudiantes (1323 del curso regular y 1847 para el curso sabatino).

## **2.2. Pensamiento Estratégico**

La FCC.EE.yEE. pretende consolidar el Proyecto Educativo de la Universidad con su filosofía y estrategias organizacionales y las reformas estructurales de los perfiles curriculares; para el desarrollo y puesta en práctica de los principios y valores de nuestra Institución.



La Facultad se establece con las carreras de Administración de Empresas, Economía, Mercadotecnia, Contaduría Pública y Finanzas, y Gestión de Empresas Turísticas. Bajo las circunstancias que imperan en el medio globalizado y que requiere de cambios rápidos, la FCC.EE.yEE. deberá estar preparada, por cuanto es sensible al cambio y a las exigencias que demanda la sociedad en su conjunto.

### **2.2.1. Misión**

“Contribuir a la transformación y desarrollo de la sociedad con vocación centroamericana, a través de la formación integral de las personas con capacidad científico técnico, humanista, altos valores éticos y morales que puedan contribuir a la prevención y solución de problemas socioeconómicos y medio ambiental.”

### **2.2.2. Visión**

“Convertirse en una facultad de la Universidad, reconocida por su liderazgo, que promueva el desarrollo del país y de la Institución, comprometida en la búsqueda de soluciones de los principales problemas que limitan el bienestar socio-económico de la nación y de la región centroamericana. Caracterizada por la calidad humanística, liderazgo y capacidad de emprender de los recursos humanos que forma, y de los principios que rigen su accionar.”

### **2.2.3. Objetivos**

- ✧ Formar profesionales de las Ciencias Económicas y Empresariales con conocimientos científicos-técnicos, con actitud investigativa, principios morales, valores éticos, con visión humanística e integral que le permita adelantar acciones definidas en el área.
- ✧ Contribuir al incremento del desarrollo de las diferentes actividades económicas y empresariales del país, facilitando con ello un mejor bienestar socio económico, desde la perspectiva del nuevo modelo



curricular Constructivista de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

- ✧ Promover la formación continua de profesionales de las Ciencias Económicas y Empresariales, mediante la creación y apertura de programas de postgrados y maestría, para que estos se conviertan en líderes del desarrollo económico y empresarial, en cualquier desempeño capaces de trabajar en equipos multidisciplinarios e interdisciplinarios, comprometidos con los principios éticos en los que se han formado.
- ✧ Vincular la formación de los profesionales de las Ciencias Económicas y Empresariales con el Plan de Desarrollo del país y de la región centroamericana.
- ✧ Fomentar la investigación científica, y la extensión universitaria para contribuir al desarrollo de la sociedad, mejorando su bienestar socioeconómico con la adaptación de nuevas tecnologías.
- ✧ Formar profesionales en las Ciencias Económicas y Empresariales que mediante la adquisición de conocimiento, aptitudes y destrezas, puedan crear y dirigir organizaciones empresariales que generen desarrollo y crecimiento económico a nivel local, regional, nacional y mundial, proporcionando al ser humano su autorrealización en el campo profesional, elevando con ello su calidad de vida.
- ✧ Familiarizar a los estudiantes con las principales técnicas de análisis de los problemas y datos económicos, además desarrollar en ellos una capacidad de análisis y razonamiento crítico, que conlleve al bienestar socioeconómico.
- ✧ Impulsar la superación científica-técnica, cultural y pedagógica del personal docente y administrativo mediante la capacitación.



## IX. DISEÑO METODOLÓGICO

### **Capítulo III: Aspectos Metodológicos**

#### **1. Tipo de Investigación**

Un paso importante de la metodología es la escogencia de los tipos de investigación ya que nos ayudará a determinar todo el enfoque de nuestro estudio. Con la clasificación de la investigación definiremos los pasos a seguir, sus técnicas y métodos que se puedan emplear en la misma, y además la manera de cómo se analizarán los datos recaudados.

Se utilizó el método deductivo para esta investigación porque se parte de un marco general referencial hasta llegar a lo más concreto. Este permitió retomar características claves para el estudio, y una vez obtenidos los detalles poder elaborar un diagnóstico que permita dar conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

Es una investigación aplicada ya que está encaminada a generar cambios positivos al problema que enfrenta la FCC.EE.yEE. en la falta de autoevaluación en su impacto organizacional y de indicadores para la misma. Para esto se trabajó directamente donde el fenómeno se da de manera natural, ya que el fin de este estudio de campo es buscar la situación e información lo más real posible.

Según la naturaleza de los datos la investigación es mixta ya que demarca la coyuntura de ésta desde dos ángulos, un enfoque cualitativo y cuantitativo. En su combinación ambas nos llevan a la solución de un problema específico, en la parte cualitativa vemos la parte inicial (situación, hechos, estructura) y la parte cuantitativa nos refleja la situación de manera objetiva (opiniones, realidad, confirmaciones).



Por falta de estudios de la RSU en la FCC.EE.yEE. la investigación se considera exploratoria, al ser un primer acercamiento al fenómeno en estudio.

Además, el estudio fue realizado bajo las características de una investigación descriptiva por la calidad de conocimientos estudiados, analizados y obtenidos, cuya finalidad es detallar la situación vigente de la FCC.EE.yEE. y delimitar cada parte de interés o aquellos que son incluidos en la indagación.

Según el diseño es no experimental porque no se incidió en el objeto de estudio, no se prueba nada. Al ser un estudio de orden descriptivo la intención es trazar el estado de la FCC.EE.yEE. desde el tema, pero no manipular ninguna variable para provocar algún fenómeno.

Según el tipo de fuente la investigación es de carácter mixto ya que se utilizaron datos primarios como secundarios. La recopilación de información (fuente primaria) y la documentación realizada en diferentes partes (fuente secundaria) forman una investigación reforzada en datos actuales o reales que se adaptan a los conocimientos científicos de los diferentes textos y aportes utilizados en dicha averiguación.

El estudio fue elaborado durante los meses de Febrero a Septiembre del año 2010, por lo tanto se dice que es un método transversal ya que el lapso es considerado un tiempo corto.

## **2. Población y muestra**

### **2.1. Población**

Los grupos de interés internos de la FCC.EE.yEE. como son sus estudiantes, docentes y personal administrativo, conforman la población de este estudio. Las siguientes tablas muestran detalladamente la población de cada grupo de interés.



**Fig. 12:** Población de estudiantes

<b>Carreras</b>	<b>II año</b>	<b>III año</b>	<b>IV año</b>	<b>V año</b>	<b>Total</b>
Administración de Empresas	92	93	74	54	313
Economía	72	89	61	57	279
Contaduría Pública y Finanzas	90	84	71	54	299
Mercadotecnia	70	60	65	40	235
Gestión de Empresas Turísticas	61	48	52	36	197
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>374</b>	<b>323</b>	<b>241</b>	<b>1323</b>

**Fig.13:** Población de docentes

<b>Tipo de contratación</b>	<b>Departamentos</b>			<b>Total</b>
	<i>Ciencia Empresariales (Contaduría Pública y Finanzas, Administración de empresas y Mercadotecnia)</i>	<i>Economía</i>	<i>Gestión de Empresas Turísticas</i>	
Tiempo completo	10	4	9	23
Medio tiempo	2	0	0	2
Horarios	21	5	5	31
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>56</b>
<b>Observaciones</b>	1 subsidio, 1 fuera del país	—	1 subsidio, 1 falleció (todos de tiempo completo)	Por lo tanto los encuestados serán <b>52 docentes</b>

Para la población de personal administrativo ver Anexo 2 (Tabla 1).



## 2.2. Diseño de la muestra

Fig.14: Conformación de Encuestados

Unidad de análisis	N° de Encuestados
Docentes	52
Administrativos	17
Estudiantes	298
<b>Total</b>	<b>367</b>

### 2.2.1. Unidad de análisis: Estudiantes.

Para la población de estudiantes se utilizó el muestreo por conglomerado ya que los elementos de la población se dividen en unidades de individuos en donde los cúmulos son las diferentes licenciaturas (Administración de Empresas, Contaduría Pública, Mercadotecnia, Economía y Gestión de Empresas Turísticas) de la Facultad. Luego de consideradas estas divisiones, dentro de ellas también se utilizó el mismo tipo de muestreo siendo los cúmulos cada uno de los años (I, II, III, IV y V año) de las diferentes licenciaturas.

De acuerdo el tipo de muestreo y mediante la aplicación de la fórmula estadística de Fisher y Navarro, se obtiene una muestra total de 298 estudiantes.

*Fórmula Estadística de Fisher y Navarro:*

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1) + Z^2pq}$$

Donde:

$n$  = tamaño de la muestra

$Z$  = nivel de confianza

$p$  = probabilidad de éxito



$q$  = probabilidad de fracaso

$e$  = límite de error

$N$  = tamaño de la población

$Z = 95\% = 1.96$  (encontrado en la Tabla de la distribución normal para probabilidad acumulada inferior)

$p = 50\%$

$q = 50\%$

$e = 5\%$

$N = 1,323$

$$n = \frac{(1323)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(1323 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 298$  estudiantes

Debido a que esta muestra es representativa de la población, se utilizó el porcentaje que cada carrera representa en la población para la distribución de dicha muestra.

Este porcentaje se calcula dividiendo el total de estudiantes por año de cada licenciatura, por el total de la población a estudiar.

$$\text{Fórmula 1} = \left[ \frac{\text{N}^\circ \text{ de estudiantes por año de cada licenciatura}}{\text{Población en estudio}} \right] (100\%)$$

Luego de calculado cada porcentaje con la Fórmula 1, se obtiene el número de estudiantes que representa dicho porcentaje en la muestra, resultando de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Fórmula 2} = (\text{Total de la muestra})(\% \text{ de estudiantes por año de cada lic.})/100$$



En la siguiente tabla se muestran los resultados de la aplicación de cada una de las fórmulas para cada año de cada licenciatura en la FCC.EE.yEE.

**Fig. 15:** Cálculo de la muestra de estudiantes con la aplicación del muestreo estratificado.

LICENCIATURAS	II AÑO		III AÑO		IV AÑO		V AÑO		TOTAL	
	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
Administración de empresas	7.0	21	7.0	21	5.6	17	4.1	12	23.7	71
Contaduría Pública y Finanzas	5.4	16	6.7	20	4.6	14	4.3	13	21.1	63
Mercadotecnia	6.8	20	6.3	19	5.4	16	4.1	12	22.6	67
Economía	5.3	16	4.5	14	4.9	15	3.0	9	17.8	53
Gestión de Empresas Turísticas	4.6	14	3.6	11	3.9	12	2.7	8	14.9	44
<b>TOTAL</b>	<b>29.1</b>	<b>87</b>	<b>28.3</b>	<b>84</b>	<b>24.4</b>	<b>73</b>	<b>18.2</b>	<b>54</b>	<b>100</b>	<b>298</b>

Una vez finalizado la obtención de los datos de esta unidad de análisis, se procede a la aplicación del muestreo aleatorio simple, eligiendo a los estudiantes de cada año de las distintas licenciaturas según el listado ya establecido por la Facultad. De esta manera todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser seleccionado.

Para llevar a cabo esta investigación se diseñaron criterios de inclusión y exclusión para cada una de las unidades de análisis. Para la selección de los estudiantes los criterios son los siguientes:

**Fig. 16:** Criterios de inclusión y exclusión para selección de estudiantes.

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudiantes de la FCC.EE.yEE.</li> <li>2. Estudiantes de II a V año del curso regular</li> <li>3. Estudiantes inscritos en el primer y segundo semestre del año lectivo 2010, del curso regular.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudiantes que no pertenezcan a la FCC.EE.yEE.</li> <li>2. Estudiantes que no pertenezcan a las distintas licenciaturas del curso regular de la Facultad.</li> <li>3. Estudiantes que no estén inscritos y registrados en el curso regular en el primer y segundo semestre del año académico 2010.</li> </ol>



### 2.2.2. Unidad de análisis: Docentes

En el caso de la selección de los Docentes se realizó un censo, es decir que estudiamos a los 56 que conforman la población, pero de acuerdo a las limitantes anteriormente expresadas (Fig. 13) se logró encuestar a 52 docentes.

**Fig. 17:** Criterios de inclusión y exclusión para selección de docentes.

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
1. Docentes de la FCC.EE.yEE.	1. Docentes que no pertenezcan a la FCC.EE.yEE., o que sean sólo de servicio a la misma.
2. Docentes permanentes y temporales según nómina, que imparten clases a cualquiera de las distintas licenciaturas de la Facultad, del curso regular, en el primer y segundo semestre del 2010.	2. Docentes del curso sabatino, con contratación trimestral y que no imparten clases al curso regular.
3. Docentes activos en sus labores, sin permiso ni subsidio, u otro asunto laboral.	3. Docentes inactivos en sus labores, ya sea por subsidio o por permiso.

### 2.2.3. Unidad de análisis: Personal administrativo

De igual manera que a los docentes, se estudiará al personal administrativo. En este caso se realizó censo por los 17 trabajadores administrativos.

**Fig. 18:** Criterios de inclusión y exclusión para selección de personal administrativo.

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
1. Trabajadores administrativos que aparecen en nómina general de la FCC.EE.yEE.	1. Personal administrativo que estando o no trabajando en la Facultad no forme parte de la nómina general de ésta.



### 3. Operacionalización de las variables

Variable	Tipo de variable	Definición conceptual	Definición operacional	Nivel de medición	Unidad de medida	Recolección de datos
Sexo	Cualitativa dicotómica	Características anatómicas, biológicas y fisiológicas que diferencian al hombre y la mujer.	Género de la mujer y el hombre	Nominal	F M	Encuesta de percepción
Edad	Cuantitativa continua	Cantidad de años cumplidos a la fecha de aplicación del estudio.	Número de años cumplidos	Proporción	Años	Encuesta de percepción
Licenciatura	Cualitativa politómica	Grado recibido a terminar con estudios de nivel educacional universitario.	Las cinco carreras ofertadas en la Facultad	Nominal	1. Administración de Empresas 2. Contaduría Pública y Finanzas 3. Mercadotecnia 4. Economía 5. Gestión de Empresas Turísticas	Encuesta de percepción
Año de Licenciatura	Cualitativa politómica	Año de estudio que cursa en la Licenciatura de acuerdo a su carrera	Años del curso regular	Ordinal	1. II año 2. III año 3. IV año 4. V año	Encuesta de percepción
Año de Ingreso	Cuantitativa discreta	Momento en el que ingresa a la Facultad.	Años calendario	Ordinal	≤ 2010	Encuesta de percepción
Departamento	Cualitativa politómica	Unidad estructural universitaria que se ocupa de una determinada o disciplinas a fines.	Los tres departamentos de la Facultad	Nominal	1. Empresariales 2. Economía 3. Turismo	Encuesta de percepción
Antigüedad	Cuantitativa continua	Tiempo transcurrido desde el día en que se obtiene un empleo.	Número de años trabajados	Proporción	Años	Encuesta de percepción



<i>Contratación</i>	Cualitativa politómica	Realización de un contrato a una persona en el que se pacta un trabajo a cambio de dinero u otra compensación.	Los diferentes tipos de contratación que existen en la Facultad para personal docente y administrativo.	Nominal	Personal docente: 1. Exclusivo 2. Completo 3. Medio 4. Horario  Personal administrativo: 1. Permanente 2. Temporal	Encuesta de percepción	
<i>Cargo</i>	Cualitativa politómica	Conjunto de todas las tareas que debe realizar un trabajador.	De acuerdo al puesto asignado según nombramiento de la Facultad.	Nominal	Ver Anexo 2 (Tabla #2)	Encuesta de percepción	
<i>Impacto Organizacional</i>	Cualitativa politómica	Impacto en la vida del personal administrativo, docente y estudiantil, así como también en el medioambiente.  Aspectos laborales, ambientales, de hábitos de vida cotidiana en el campus, que derivan en valores vividos y promovidos intencionalmente o no, que afectan a las personas y sus familias.	Derechos humanos, equidad de género y no discriminación.	Intervalo	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. De acuerdo 4. Totalmente de acuerdo	<u>Encuesta de percepción</u>	<u>Herramienta de resultado de desempeño</u>
			Desarrollo personal y profesional, buen clima de trabajo y aplicación de los derechos laborales.			-Estudiantes: 1-4 -Personal docente y administrativo: 1-3	3 – 5
			Medios ambiente (campus sostenible).			- Estudiantes: 5 - 6 - Personal docente y administrativo: 4 - 9	6 - 8
						- Estudiantes: 7 -10 - Personal docente y administrativo: 10 - 13	9 – 12



			Transparencia y democracia (buen gobierno).			- Estudiantes: 11 -17 - Personal docente: 14 – 17 - Personal administrativo: 14 – 18	13 – 18
			Comunicación y marketing responsables.			- Estudiantes y Personal docente: 18 -20 - Personal administrativo: 19 - 20	19 – 20



## 4. Procedimiento para la recolección de datos

La información presentada en esta investigación fue obtenida de fuentes primarias, que es el contacto directo con el sujeto de estudio por medio de encuestas de percepción; y fuentes secundarias que son la información obtenida de documentos de la Facultad.

### 4.1. Datos primarios

De acuerdo a las herramientas del autodiagnóstico propuestas por François Vallaeys, en el Manual de primeros pasos de RSU, se utilizaron las herramientas de percepción de los actores internos en el eje o impacto estudiado (Impacto Organizacional).

Esta herramienta es una encuesta, la cual fue dirigida a los estudiantes, personal docente y administrativo de la FCC.EE.yEE., con el objetivo de recoger las percepciones que estos tienen acerca del desempeño de la Facultad en su campus responsable.

Cada una de las encuestas contiene 20 afirmaciones positivas y un formato de respuesta a escala tipo Likert con 4 opciones que indican cuánto se está de acuerdo o desacuerdo con la afirmación, las cuales están definidas del siguiente modo:

*1 = Totalmente en desacuerdo*

*2 = En desacuerdo*

*3 = De acuerdo*

*4 = Totalmente de acuerdo*

Se aplicaron encuestas distintas a cada uno de los grupos de interés y la diferencia radica en que no poseen las mismas aseveraciones, es decir, que van



de acuerdo a la relación que tienen con la Facultad, pero todas están construidas en base a los mismos temas.

Para la obtención de los resultados se realizará *recodificación* de variables originales para su correcto análisis. Esto permitirá transformar dichas variables donde se agruparán en rangos los valores de las existentes, esto con el fin de lograr los resultados, no para cada ítem, sino para cada dimensión del impacto organizacional que son la base del estudio investigativo.

Los ítems se agruparán por dimensión para cada instrumento y la escala de Likert se estructurará por rango de la siguiente manera:

Valores antiguos	Valores nuevos
Totalmente en desacuerdo	Insatisfactorio (1)
En desacuerdo	
De acuerdo	Satisfactorio (2)
Totalmente de acuerdo	

Para este procedimiento se utilizará la opción *Recodificar en distintas variables* del programa estadístico SPSS, ya que de este modo se pueden conservar los datos originales.

Proceso para la aplicación del cuestionario a los encuestados:

Estudiantes:

1. Reclutamiento de encuestados en aulas de clases.
2. En un salón se reunieron a los encuestados en grupos de 25 – 30 personas.
3. Entrega de la encuesta a cada uno de los participantes.



4. Breve explicación del instrumento.
5. Llenado de las encuestas de forma autoadministrada<sup>5</sup>.
6. Disponibilidad total para cualquier duda e inquietud de los participantes.
7. Verificación de que todos los encuestados hayan respondido al cuestionario.
8. Agradecimiento a todos los participantes por su colaboración.

Personal Docente y Administrativo:

1. Entrega de la encuesta al encuestado.
2. Explicación breve del instrumento.
3. Los participantes pueden acudir a un lugar para contestar la encuesta y la entregan dentro de un tiempo determinado o la contestan en sus hogares y se recolectan otro día acordado previamente.
4. Verificación de que el encuestado haya contestado al cuestionario.
5. Agradecimiento por la colaboración.

#### **4.2. Datos secundarios**

- ✧ Documentación brindada por la Facultad (informes, listado del personal y estudiantes).
- ✧ Planeamiento Estratégico, Estatutos 2007 y Rendición de Cuentas Social de la UNAN-León.
- ✧ Libros de texto.
- ✧ Información de internet.
- ✧ Revistas electrónicas.
- ✧ Tesis de RSE y RSU.

---

<sup>5</sup>Autoadministrada, significa que el cuestionario se proporciona directamente a los participantes, quienes los contestan. No hay intermediarios y las respuestas las marcan ellos (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).



Además de utilizar estos instrumentos, también se hizo uso de la herramienta de resultado de desempeño para el campus responsable, el cual es propuesto en el Manual de primeros pasos de RSU (2009). Esta herramienta permitió, obtener los datos secundarios, para medir el desempeño de la Facultad en el ámbito estudiado. Con la ayuda de estos datos, se logró conocer la existencia o inexistencia de cada uno de los indicadores, reflejándolo por medio de un Checklist en un esquema de control. A continuación se presenta la herramienta de resultado de desempeño diseñada para el campus responsable:

**Fig. 19:** Herramienta de resultado de desempeño

TEMAS	INDICADOR
<b>Difusión del concepto de RSU a la comunidad universitaria</b>	1. Campañas internas de promoción del enfoque RSU.
	2. Personas que conocen el enfoque y las políticas RSU (encuestas).
<b>Derechos humanos, equidad de género y no discriminación</b>	3. Código de ética institucional y un comité para asegurar su aplicación.
	4. Directivas explícitas para asegurar buenas prácticas institucionales en materia de equidad y no discriminación.
	5. Mujeres en puestos directivos.
<b>Desarrollo personal, profesional y buen clima laboral</b>	6. Encuestas periódicas de satisfacción laboral y clima laboral.
	7. Medidas correctivas tomadas en relación con los resultados de dichas encuestas.
	8. Participación sindical en la mejora continua del grado de satisfacción laboral.
<b>Gestión y educación ambiental (campus sostenible)</b>	9. Sistema de gestión y educación ambiental.
	10. Sistema de selección de proveedores según criterios de Responsabilidad Social y ambiental.
	11. Campañas de sensibilización ambiental en la Facultad.
	12. Alumnos, docentes, administrativos que: <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Conocen el sistema de gestión y educación ambiental.</li> <li>b. Saben que comportamientos ecológicos adoptar.</li> <li>c. Practican estos comportamientos (encuestas y mediciones de eficiencia).</li> </ul>
<b>Buen gobierno universitario</b>	13. Logro de una certificación ambiental (EMAS, ISO 14000, etc.)
	14. Presupuesto ejercido en programas universitarios para el desarrollo social y ambiental.
	15. Adecuación de la gestión universitaria a las exigencias de la norma de Responsabilidad Social SA 8000 (número de ítems con conformidad).



	16. Compras y adquisiciones que incorporan criterios de comercio justo, consumo responsable y seguridad ambiental.
	17. Elecciones democráticas en todas las instancias de gobierno.
	18. Transparencia en la gestión económica (reporte financiero asequible a la comunidad universitaria).
<b>Comunicación y Marketing responsable</b>	19. Comité encargado de garantizar la adecuación de todo el material de comunicación institucional interno y externo con los valores y principios de la universidad.
	20. Campaña de marketing que promueven temas sociales de utilidad pública.

## 5. Manejo y procesamiento de datos

### 5.1. Software

- ✧ Se utilizaron programas de Microsoft Office 2007 (Microsoft Word, Excel y PowerPoint) para la elaboración del trabajo de investigación.
- ✧ Para el procesamiento de los datos cuantitativos se utilizó el programa SPSS Statistics versión 17.0.

### 5.2. Control de sesgos

**Fig. 20:** Posibles sesgos y sus soluciones

Posibles Sesgos	Soluciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inasistencia de los estudiantes, docentes y administrativos el día de la recolección de datos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Invitación previa a los participantes.</li> <li>▪ Previa preparación de personas sustitutas para cada encuestado seleccionado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incomprensión de las preguntas expresadas en los instrumentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Explicación de los instrumentos y disponibilidad total para aclaración de duda.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de disponibilidad de aula para la reunión de los encuestados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aplicación de encuesta en aulas de clases de los encuestados.</li> </ul>



## X. ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 1. Situación actual de la FCC.EE.yEE. en función de los cinco ejes del Impacto Organizacional.

#### 1.1. Análisis de factores internos

Fig. 21: Análisis de factores internos de la FCC.EE.yEE.

EJES DE IMPACTO ORGANIZACIONAL	FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Derechos humanos, equidad de género y no discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ Mujeres en puestos directivos.</li> <li>✧ Políticas establecidas en los Estatutos 2007 y reglamentos internos para el respeto a los derechos humanos, igualdad y equidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ Falta de un Código de Ética que guíe el comportamiento tanto del personal como de los estudiantes para el buen funcionamiento de las actividades.</li> </ul>
2. Desarrollo personal y profesional, buen clima de trabajo y aplicación de los derechos laborales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ Capacitación de personal docente.</li> <li>✧ Participación sindical en la mejora continua del grado de satisfacción laboral.</li> <li>✧ La Facultad tiene convenio con empresas para que los estudiantes puedan ubicarse y realizar sus pasantías.</li> <li>✧ Existencia de convenios colectivos.</li> <li>✧ Existencia de un marco legal por medio del código laboral, el cual debe ser aplicado por la Facultad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ No se aplican encuestas periódicas de satisfacción laboral y clima laboral y por lo tanto no se toman medidas correctivas.</li> <li>✧ No se cumple efectivamente con las normativas establecidas en la ley de seguridad e higiene laboral.</li> </ul>
3. Medio ambiente (campus sostenible).	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ Se realizan marchas ecológicas.</li> <li>✧ Alumnos, docentes y administrativos tienen conocimiento de los hábitos ecológicos que se deben adoptar.</li> <li>✧ Docentes en sesiones de clases fomentan la sensibilización ambiental.</li> <li>✧ Componentes curriculares en relación con la materia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ No existe un sistema de gestión y educación ambiental en la Facultad.</li> <li>✧ El personal docente y administrativo no recibe capacitación en temas ambientales.</li> <li>✧ Alumnos, docentes y administrativos no practican estos hábitos ecológicos.</li> <li>✧ Inexistencia de programas de educación ambiental.</li> </ul>



<p>4. Transparencia y democracia (buen gobierno).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Presupuesto destinado en programas universitarios para el desarrollo social: exoneración de matrículas, becas externas.</li> <li>❖ Donación de granos básicos a las comunidades necesitadas.</li> <li>❖ Elecciones democráticas de las autoridades.</li> <li>❖ Reportes financieros asequibles a la comunidad facultativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Autocracia en la elección de estudiantes que optan por beca.</li> <li>❖ No participación de docentes horarios en actividades electorales.</li> </ul>
<p>5. Comunicación y marketing responsables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Existencia de un área de marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ No se realizan campañas de marketing que promuevan temas sociales de utilidad pública.</li> <li>❖ No existe un comité encargado de garantizar la adecuación de todo el material de comunicación institucional interno y externo con los valores y principios de la Facultad.</li> </ul>



## 1.2. Herramienta de resultado de desempeño

Fig. 22: Herramienta de resultado de desempeño de la FCC.EE.yEE.

TEMAS	INDICADOR	EXISTE	NO EXISTE	OBSERVACIÓN
<b>Difusión del concepto de RSU a la comunidad universitaria</b>	1. Campañas internas de promoción del enfoque RSU.		✓	—
	2. Personas que conocen el enfoque y las políticas RSU (encuestas).		✓	—
<b>Derechos humanos, equidad de género y no discriminación</b>	3. Código de ética institucional y un comité para asegurar su aplicación.		✓	A nivel Institucional (UNAN) se establecen principios y valores bajos los cuales se rige la Facultad pero no existe en sí un código de ética en la misma.
	4. Directivas explícitas para asegurar buenas prácticas institucionales en materia de equidad y no discriminación.	✓		Si existen, de acuerdo a los Estatutos 2007 sin embargo existe una filosofía política en la selección de personal.
	5. Mujeres en puestos directivos.	✓		Dentro de los puestos directivos ha sido tomada en cuenta la participación de las mujeres, distribuidas de la siguiente manera: 1.- Vice-decanatura 1.- Administración 1.- Jefe de departamento 2.- Secretarías. Cabe destacar que la mayor parte del personal administrativo son mujeres las cuales conforman el 29.4% de la totalidad del personal administrativo.
<b>Desarrollo personal, profesional y buen clima laboral</b>	6. Encuestas periódicas de satisfacción laboral y clima laboral.		✓	—
	7. Medidas correctivas tomadas en relación con los resultados de dichas encuestas.		✓	—
	8. Participación sindical en la mejora continua del grado de satisfacción laboral.	✓		Se involucran en la participación sindical el 80% del total del personal docente, y del personal administrativo el 100%.



<b>Gestión y educación ambiental (campus sostenible)</b>	9. Sistema de gestión y educación ambiental.		✓	Se realizan actividades de ornamentación y limpieza, pero no existe un sistema de gestión y educación ambiental o algún programa en el cual se establezcan las actividades a realizarse dentro de la Facultad en este ámbito.
	10. Sistema de selección de proveedores según criterios de Responsabilidad Social y ambiental.	✓		La Facultad selecciona únicamente a proveedores del estado con su respectivo registro.
	11. Campañas de sensibilización ambiental en la Facultad.	✓		Se realizan marchas y caminatas ecológicas. El 5% de estudiantes participan en grupos ecológicos.
	12. Alumnos, docentes, administrativos que: a. Conocen el sistema de gestión y educación ambiental. b. Saben que comportamientos ecológicos adoptar. c. Practican estos comportamientos (encuestas y mediciones de eficiencia).		✓	—
<b>Buen gobierno universitario</b>	13. Logro de una certificación ambiental (EMAS, ISO 14000, etc.)			—
	14. Presupuesto ejercido en programas universitarios para el desarrollo social y ambiental.	✓		Dentro del presupuesto se estipula la exoneración de matrículas a través de las cuales se pide al estudiante dar a cambio alguna contribución en especie. Sin embargo, no hay un informe detallado del destino de estas contribuciones sociales.
	15. Adecuación de la gestión universitaria a las exigencias de la norma de Responsabilidad Social SA 8000 (número de ítems con conformidad).		✓	—
	16. Compras y adquisiciones que incorporan criterios de comercio justo, consumo responsable y seguridad ambiental.	✓		Basadas en estos criterios bajo selección establecida a nivel de la UNAN-León y no propiamente de la Facultad.
	17. Elecciones democráticas en todas las instancias de gobierno.	✓		—
	18. Transparencia en la gestión económica (reporte financiero asequible a la comunidad universitaria).	✓		Si existen reportes financieros anuales sobre la situación y acciones emprendidas por la Facultad, sin embargo el principal problema radica en la no especificidad de los mismos; esto se comenzó a desarrollar a partir del año 2006.



<b>Comunicación y Marketing responsable</b>	19. Comité encargado de garantizar la adecuación de todo el material de comunicación institucional interno y externo con los valores y principios de la universidad.		✓	—
	20. Campaña de marketing que promueven temas sociales de utilidad pública.		✓	—



## 2. Resultados de Indicadores de medición del Impacto Organizacional en la FCC.EE.yEE.

### 2.1. Caracterización de las muestras/poblaciones.

Fig. 23: Caracterización de la muestra de estudiantes

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Sexo</b>	<i>Femenino</i>	193	64.8
	<i>Masculino</i>	105	35.2
<b>Edad</b>	<i>16 - 20</i>	201	67.4
	<i>21 - 25</i>	95	31.9
	<i>26 - 30</i>	2	0.7
<b>Especifica la Licenciatura que estudia</b>	<i>Administración de Empresas</i>	71	23.8
	<i>Contaduría Pública y Finanzas</i>	63	22.5
	<i>Mercadotecnia</i>	67	17.8
	<i>Economía</i>	53	21.1
	<i>Gestión de Empresas Turísticas</i>	44	14.8
<b>Año que cursa la Licenciatura</b>	<i>II año</i>	87	29.2
	<i>III año</i>	84	28.2
	<i>IV año</i>	73	24.5
	<i>V año</i>	54	18.1
<b>Especifica el año en que ingresó a esta Facultad</b>	<i>2005</i>	1	0.3
	<i>2006</i>	17	5.7
	<i>2007</i>	49	16.4
	<i>2008</i>	73	24.5
	<i>2009</i>	76	25.5
	<i>2010</i>	82	27.5



**Fig. 24:** Caracterización de la población de docentes

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sexo</b>	<i>Femenino</i>	27	52.9
	<i>Masculino</i>	24	47.1
<b>Edad</b>	<i>23 - 34</i>	30	58.8
	<i>35 - 46</i>	8	15.7
	<i>47 - 58</i>	12	23.5
	<i>59 - 70</i>	1	2
<b>Departamento para el que usted trabaja</b>	<i>Empresariales</i>	31	60.8
	<i>Economía</i>	9	17.6
	<i>Gestión de Empresas Turísticas</i>	11	21.6
<b>Año de antigüedad en esta Facultad</b>	<i>0 a 1</i>	2	3.9
	<i>2 a 5</i>	25	49
	<i>6 a 10</i>	21	41.2
	<i>Perdidos</i>	3	5.9
<b>Tiempo de contratación</b>	<i>Completo</i>	18	35.3
	<i>Medio</i>	3	5.9
	<i>Horario</i>	30	58.8
<b>¿Tiene cargo directivo en esta Facultad?</b>	<i>Sí</i>	7	13.7
	<i>No</i>	44	86.3

NOTA: Del total de docentes encuestados sólo una persona se abstuvo de contestar el cuestionario correspondiente. Es por eso que el nuevo total de esta unidad de análisis es de 51 docentes.



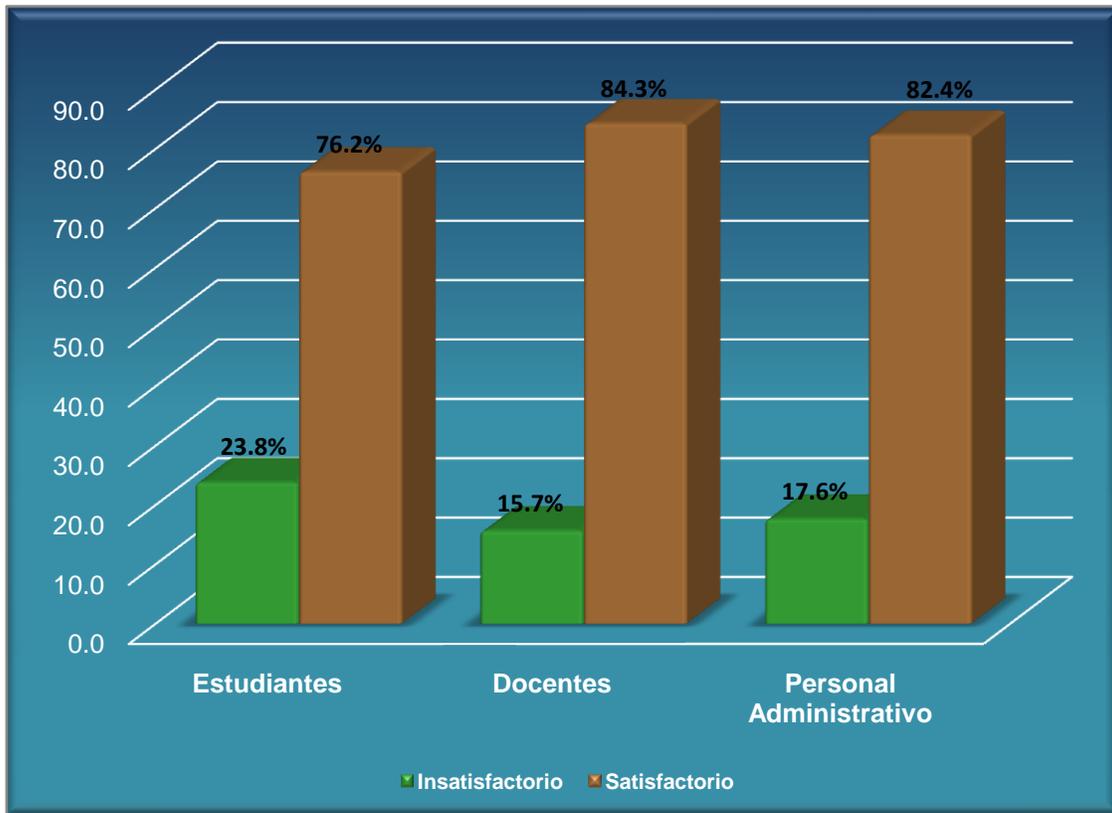
**Fig. 25:** Caracterización de la población del personal administrativo

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sexo</b>	<i>Femenino</i>	14	82.4
	<i>Masculino</i>	3	17.6
<b>Edad</b>	<i>25 - 34</i>	5	29.4
	<i>35 - 44</i>	5	29.4
	<i>45 - 54</i>	5	29.4
	<i>55 - 64</i>	1	5.9
	<i>65 - 75</i>	1	5.9
<b>Cargo Administrativo</b>	<i>Administrador</i>	1	5.9
	<i>Afanadora</i>	4	23.5
	<i>Asistente Administrativo</i>	1	5.9
	<i>Cajero</i>	1	5.9
	<i>Conductor</i>	1	5.9
	<i>Contador Institucional</i>	1	5.9
	<i>Jefe de Despacho</i>	2	11.8
	<i>Responsable de medios y fotocopiadora</i>	1	5.9
	<i>Responsable de Mensajería</i>	1	5.9
	<i>Secretario</i>	2	11.8
	<i>Seguridad Interna</i>	1	5.9
<i>Servicios de Información</i>	1	5.9	
<b>Años de antigüedad en esta Facultad</b>	<i>0 a 1</i>	1	5.9
	<i>2 a 5</i>	8	47.1
	<i>6 a 10</i>	5	29.4
	<i>11 a 15</i>	2	11.8
	<i>16+</i>	1	5.9
<b>Tiempo de Contratación</b>	<i>Permanente</i>	16	94.1
	<i>Temporal</i>	1	5.9



## 2.2. Percepción de los Grupos de Interés

### 2.2.1. En cuanto a los Derechos Humanos, equidad de género y no discriminación (Variable 1)

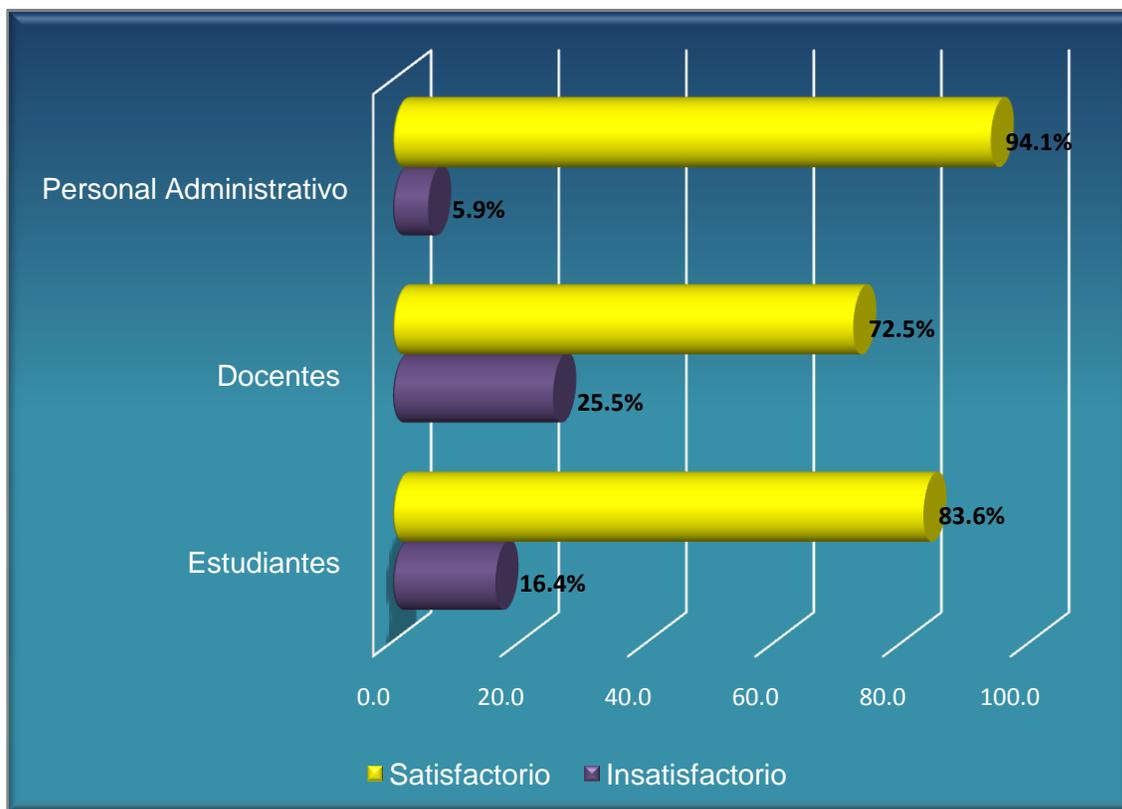


Al analizar la percepción de los encuestados en las afirmaciones destinadas a este eje, pudimos observar que la mayoría se encuentran satisfechos con las actividades realizadas por parte de la Facultad en función de “Derechos humanos, equidad de género y no discriminación” ya que los resultados obtenidos indican el 76.2% para estudiantes, 84.3% para el personal docente y el 82.4% para el personal administrativo.

Se puede notar mínimos porcentajes de insatisfacción por parte de estos grupos de interés. Esto indica que existe una aplicación y cumplimiento al respeto de los derechos humanos, igualdad y no discriminación.



**2.2.2. En cuanto al Desarrollo personal y profesional, buen clima laboral y aplicación de los derechos laborales (Variable 2)**

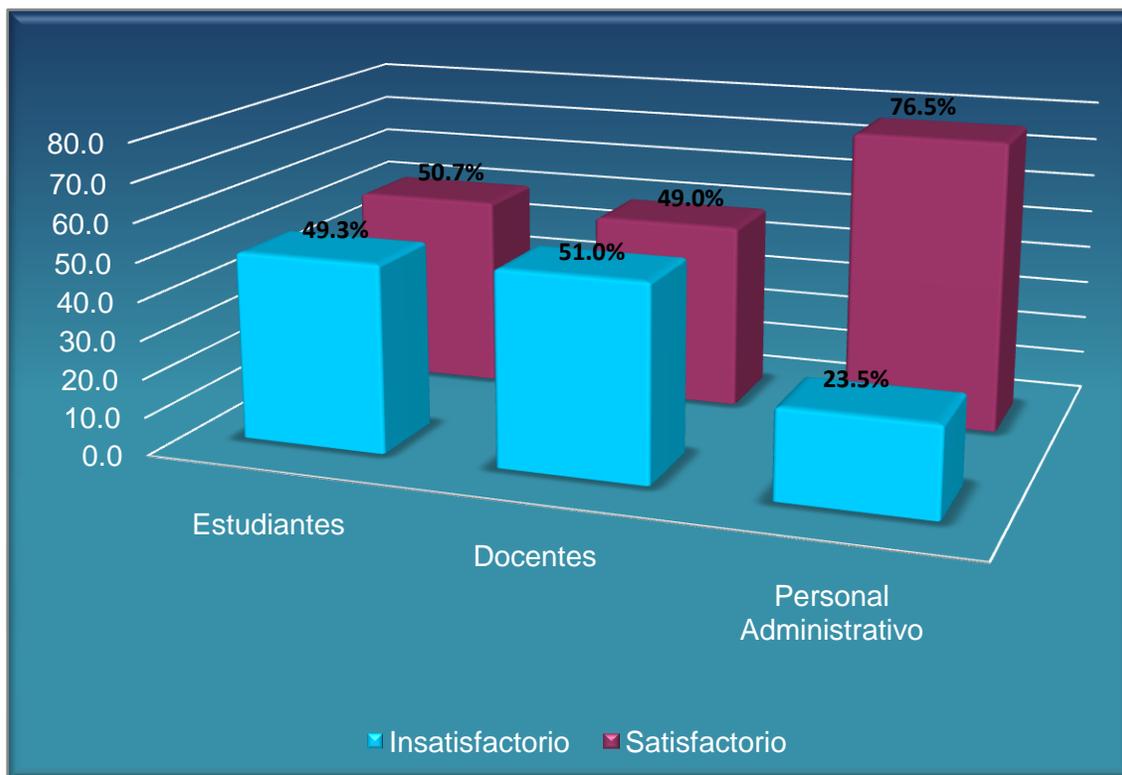


Los estudiantes, personal administrativo y docentes están satisfechos con las actividades que realiza la Facultad en función de “Desarrollo personal y profesional, buen clima laboral y aplicación de los derechos laborales” ya que la mayoría de los mismos optaron por respuestas positivas en las afirmaciones destinadas a este eje, con porcentajes distribuidos de la siguiente manera, 83.6% para estudiantes, 72.5% para el personal docente y 94.1% para el personal administrativo.

La satisfacción en cuanto a este indicador refleja las acciones a favor del bienestar de su personal y gestión del talento humano. Bajos porcentajes demuestran la insatisfacción en cuanto a este eje.



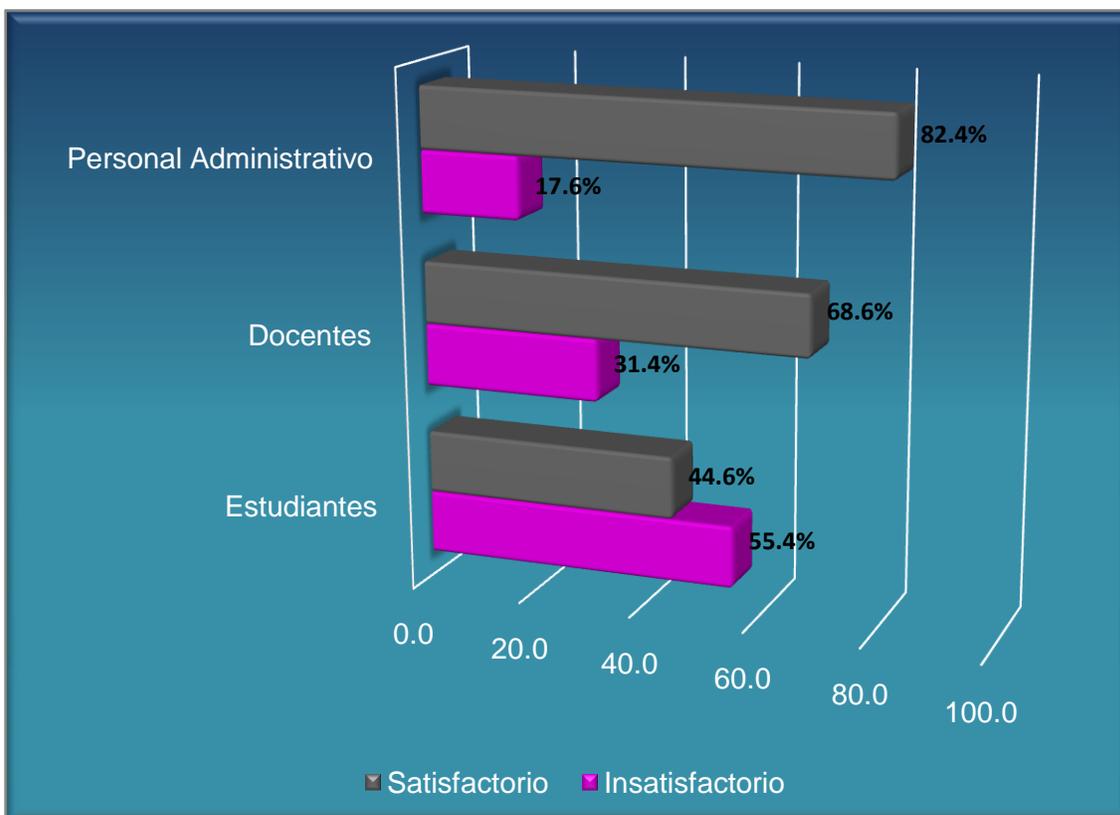
### 2.2.3. En cuanto al Medio ambiente (Variable 3)



De acuerdo a los datos obtenidos podemos observar que la mayoría del total de encuestados pertenecientes al personal administrativo optaron por respuestas positivas en las afirmaciones destinadas a este eje, lo que significa que están satisfechos con las actividades ejecutadas por los dirigentes de la Facultad en función al “Medio ambiente (campus responsable)” ya que el porcentaje obtenido fue de 76.5%. Cabe destacar que solo la mitad del total de estudiantes encuestados se encuentran satisfechos ya que el 50.7% optaron por respuestas positivas y sin embargo la otra mitad optó por respuestas negativas con un porcentaje de 49.3%, de igual manera sucede para los encuestados del personal docente pero en situaciones contrarias es decir un poco más de la mitad (51.0%) del total de encuestados optaron por respuestas negativas lo que nos indica que se encuentran insatisfechos con las actividades realizadas en este ámbito y el 49.0% se encuentran satisfechos. Ello indica que se tiene que potencializar las acciones desarrolladas por la facultad hacia el medio ambiente.



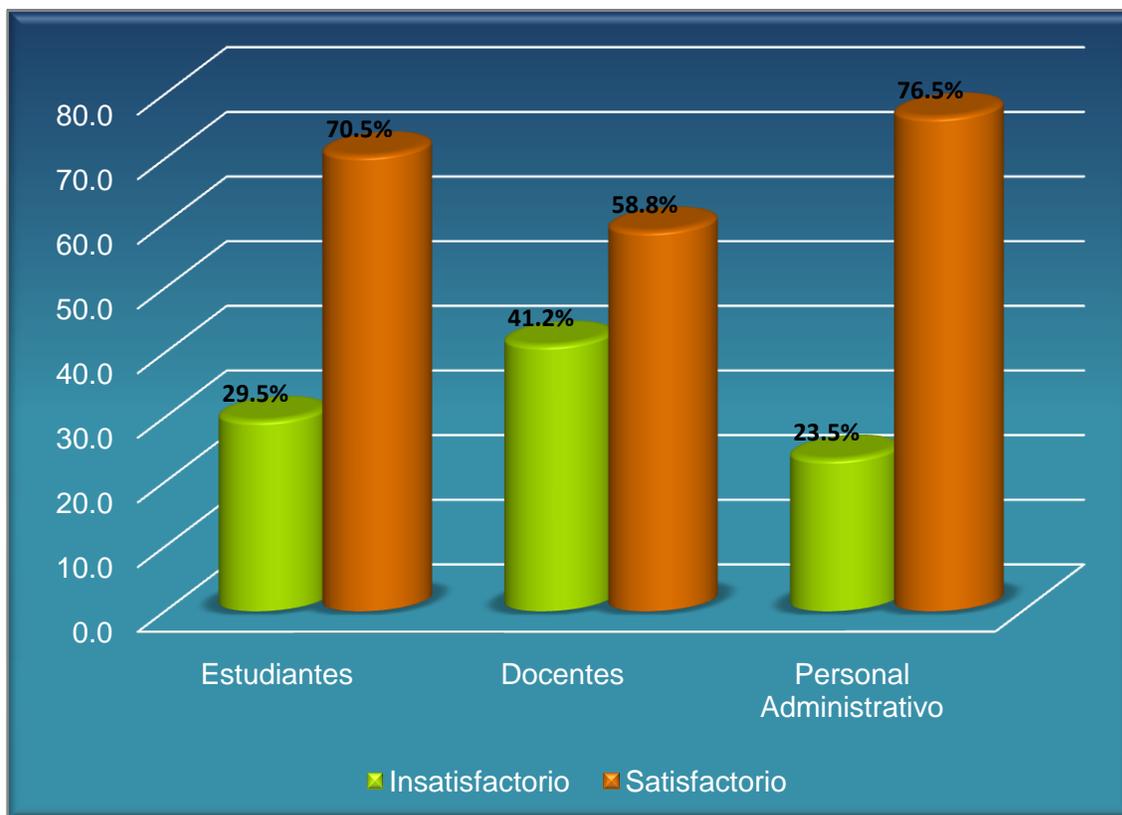
**2.2.4. En cuanto a la Transparencia y democracia (Variable 4)**



Una considerable parte del personal administrativo y docentes optaron por respuestas positivas en los ítems destinados a este eje, lo que nos indica que están satisfechos con las actividades realizadas por parte de los altos dirigentes de la Facultad en función de “Transparencia y democracia (buen gobierno)”, cada uno los cuales se representa porcentualmente de la siguiente manera, 68.6% para el personal docente y 82.4% para el personal administrativo. Sin embargo una contraparte considera lo contrario, ya que el 55.4% del total de estudiantes optaron por respuestas negativas en las aseveraciones y por ende esta considerable parte se encuentran insatisfechos. Ello refleja que la percepción difiere en sentido positivo y negativo, derivada de las buenas consideraciones realizadas por docentes y administrativos quienes consideran que existe buen gobierno, sin embargo, los estudiantes opinan lo contrario probablemente por las deficiencias encontradas en algunas acciones facultativas.



**2.2.5. En cuanto a la Comunicación y marketing responsables  
(Variable 5)**



Según los resultados obtenidos el 70.5% de estudiantes, el 58.8% del personal docente y el 76.5% del personal administrativo optaron por respuestas positivas a las afirmaciones destinadas a este eje, lo que nos indica que la mayoría de encuestados se encuentran satisfechos con las actividades realizadas por la Facultad en función de “Comunicación y marketing responsable”. Sin embargo, el 29,5% de los estudiantes, el 41,2% de los docentes y el 23,5% del personal administrativo, no están satisfechos en su percepción.

Una satisfacción en la percepción indica que la Facultad está utilizando medios de comunicación efectivos y estrategias de marketing responsable (Green Marketing, Marketing Político, Marketing Social).



### 2.3. Análisis de confiabilidad (Alfa de Cronbach)

Hernández, Fernández y Baptista (2006) mencionan que la *confiabilidad* de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales.

El análisis de confiabilidad se realizó con la aplicación de la medida de consistencia interna: Coeficiente Alfa de Cronbach, y se obtuvieron los siguientes resultados para cada instrumento aplicado:

**Fig. 26:** Estadístico de Fiabilidad: Alfa de Cronbach

<b>Estudiantes</b>	<b>Docentes</b>	<b>Personal Administrativo</b>
0.886	0.932	0.918

En la figura se observa los coeficientes obtenidos, los cuales indican según Hernández Sampieri (2006), una excelente fiabilidad para el instrumento de Docentes (93.2%) y Personal Administrativo (91.8%), y aceptable para el instrumento de Estudiantes con 88.6%.



### 3. Propuesta de Plan de Acción (Impacto Organizacional)

#### Plan de Acción en la mejora del Impacto Organizacional para promover la RSU en la FCC.EE.yEE.

La propuesta del siguiente Plan para la FCC.EE.yEE. es uno de los objetivos de esta investigación, en él se incluyen iniciativas en torno al Impacto Organizacional que permitirá y fomentará la aplicación de la RSU dentro la Facultad.

Analizadas las encuestas de percepción que se aplicaron a estudiantes, docentes y personal administrativo, se determinaron que es necesario implementar las siguientes iniciativas que van en ayuda a la Facultad, con el fin de que a través del tiempo éstas se encaminen en forma constante para mejorar el bienestar de la comunidad universitaria.

#### **INICIATIVA 1. UNA POLÍTICA INSTITUCIONAL**

##### *Objetivo:*

- Concebir la RSU como política institucional de la FCC.EE.yEE. que rijá el funcionamiento de las autoridades, personal docente y no docente, y estudiantes.

##### *Descripción:*

Se deberá incluir dentro de la normativa facultativa, con el objetivo de formalizar y llevar a cabo las acciones que conforman la RSU. De esta manera, la Facultad fomentará el desarrollo sostenible a nivel interno y externo.

##### *Beneficiarios y Participantes:*

Con la aplicación de esta iniciativa se beneficiarán los grupos de interés internos y externos de la Facultad, y la propiamente dicha.



## **INICIATIVA 2. EL MEDIO AMBIENTE: LA TAREA DIARIA DENTRO Y FUERA DE LA FACULTAD**

### *Objetivo:*

- Promover acciones concretas de cuidado y preservación de los recursos.
- Concientizar y formar a los stakeholders en relación al cuidado del medio ambiente.

### *Descripción:*

El propósito es incluir cursos obligatorios y electivos, contenidos y propuestas pedagógicas dentro del plan de estudio que posibiliten un conocimiento ambiental y ofrezca propuestas de cambio en estos temas. Igualmente se impulsará el uso y manejo responsable de los recursos: reciclaje y reutilización del papel, reducción del consumo de agua y electricidad, entre otros.

### *Beneficiarios y Participantes:*

Para la aplicación de esta propuesta podrán participar todos los grupos que tienen una relación directa con la Facultad, de tal manera los mismos serán beneficiados y la imagen de nuestro centro de estudios.

## **INICIATIVA 3. UN ENTORNO UNIVERSITARIO PARA PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES.**

### *Objetivo:*

- Propiciar los medios físicos y pedagógicos que permitan la incorporación de personas con capacidades diferentes de sus extremidades.

### *Descripción:*

Con esta iniciativa la Facultad dará la oportunidad de una formación profesional, a aquellas personas que por su condición física carecen del gozo de la educación superior, permitiéndoles el acceso a salones de clases, biblioteca, servicios



sanitarios, y oficinas. Además, la capacidad de los educandos les proveerá una atmósfera satisfactoria y esto les permitirá desenvolverse de forma natural sin algún prejuicio o daño a la integridad de cada uno. De la misma forma se les posibilitará la información y los mecanismos para recibir cursos y cualquier otro tipo de cátedra profesional especializada.

*Beneficiarios y Participantes:*

Los participantes serán los personajes que estén involucrados en el convivir de estos sujetos. Entre los beneficiados estarán incluidas todas aquellas personas con capacidades distintas que deseen ser profesionales en el área de las ciencias económicas y empresariales.

**INICIATIVA 4. REVISTA FACULTATIVA: DIVULGACIÓN, PARTICIPACIÓN Y MEJORA CONTINUA.**

*Objetivo:*

Integrar a los grupos de interés interno en la publicación de temas de formación, información y concientización que conllevará a la mejora de la imagen institucional ante la sociedad, el estudiantado y el personal docente y no docente.

*Descripción:*

Cada grupo de interés interno tendrá una responsabilidad en la presentación de la revista facultativa. Los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia se encargarán de la elaboración de dicha publicación, los alumnos de las demás carreras, personal docente y administrativo se encargarán del contenido de la misma. La exhibición será de tipo mensual.

*Beneficiarios y Participantes:*

El beneficio de este boletín informativo lo tendrá toda la comunidad facultativa. En la participación se verán incluidas todas las áreas que conforman la FCC.EE.yEE.



## **INICIATIVA 5: CAPACITACIÓN BÁSICA DE PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN**

### *Objetivo:*

Diseñar un espacio exclusivo para el desarrollo personal y profesional de los estudiantes, docentes y personal administrativo, que les disponga de los conocimientos y la experiencia suficiente para el uso de recursos tecnológicos que forman parte en su desempeño.

### *Descripción:*

El uso y aplicación de programas basados en el manejo de computadores es parte de las exigencias que la sociedad actual que impone al exponerse al mercado laboral, incluso en la parte académica es uno de los requerimientos básicos para entregar análisis, estudios e investigaciones de calidad. Por dicha razón es imprescindible que cada miembro que forma parte del cuerpo estudiantil, docente y administrativo tenga entre sus habilidades el correcto manejo en softwares computarizados. Cualquier estudiante de los segundos años podrá asistir a un curso de utilización de sistemas tecnológicos para que en años posteriores no sufra las consecuencias de no saber cómo realizar ciertas tareas encomendadas. Al igual que el estudiantado los maestros y trabajadores tendrán el favorecimiento de tener entre sus destrezas el manejo adecuado de las herramientas tecnológicas que faciliten su desempeño.

### *Beneficiarios y participantes:*

Entre los beneficiarios estarán involucrados los estudiantes de segundo año de cada carrera, profesores y personal administrativo. Participarán en este sistema de retroalimentación los profesores y alumnos ayudantes de la Facultad de ciencias puras (área de tecnología) y docentes con conocimientos sólidos en el área.



## XI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a nuestros objetivos planteados, al determinar la situación actual de la Facultad pudimos darnos cuenta que aunque el término de RSU no es conocido como tal, ésta ha sido responsable respecto al impacto organizacional con los miembros que forman parte de ella (estudiantes, docentes y personal administrativo) pero lo hace a través de actividades que no están planeadas o establecidas dentro de un programa de RS. Dentro de las actividades que desarrolla están, el fomentar el desarrollo personal y profesional mediante los diferentes convenios que tiene con otras instituciones, procura que su personal tenga las mejores condiciones de trabajo para la eficacia en el desempeño de sus funciones, remunera de manera justa a su personal apegándose a lo que la ley estipula, las decisiones que en ella se toman se hacen democráticamente de tal manera que todos salgan beneficiados; sin embargo, no se ha puesto mucho interés en el seguimiento que se le da a la preservación del medio ambiente ya que falta un programa de educación ambiental empezando con los docentes para que luego estos lo transmitan a los estudiantes y estos puedan seguir este comportamiento social; pero si estamos conscientes que se realizan actividades que promueven la participación de todos a través de marchas ecológicas.
2. Por otra parte, como la Facultad no mide sus acciones en términos de RSU, carece por lo tanto de herramientas que le permitan medir el nivel de impacto organizacional que sus actividades le generan, demostrando así la necesidad de estar mejor organizada a través de un plan que siga los lineamientos de la RS para el desarrollo de sus funciones.
3. Para efectos de nuestro estudio utilizamos dos herramientas que nos permitieron evaluar el nivel de impacto organizacional en función de la RSU que tenía la Facultad. La primera fue la “Encuesta de percepción de los



actores internos” y la segunda fue la herramienta de “Resultados de desempeño” que nos permitió profundizar y obtener la información adicional requerida.

4. Una vez que nos dimos cuenta cómo era la situación de la Facultad en cuanto a este tema, se sugiere a través de un plan, acciones que le permitirán actuar en un ambiente responsable, esto lo harán en un trabajo conjunto entre docentes, personal administrativo y estudiantes. Cabe señalar que este plan propuesto es alcanzable, sólo basta un poco de interés por parte de los dirigentes de esta facultad para llevarlo a cabo y de esta manera involucrar de una vez la Responsabilidad Social en la Institución.



## XII. RECOMENDACIONES

1. Que se promueva el término de Responsabilidad Social Universitaria con la finalidad de que la comunidad interfacultativa sepa ¿Cómo se es responsable?, ¿De qué se es responsable? y ¿Ante quién se responde? Y que de esta manera se tomen las medidas necesarias en la ejecución de las actividades académicas.
2. La Facultad debería incorporar dentro de sus estrategias la temática de la Responsabilidad Social, desarrollando más actividades en torno al tema e incorporándolas dentro de un programa bien establecido, en el cual se tome en cuenta la participación de los entes pertenecientes a la Facultad (personal docente, personal administrativo y estudiantes); creando así conciencia y una postura de preocupación social que logre, a corto o mediano plazo, mejorar la imagen corporativa de la Facultad, divulgando estas actividades de la manera correcta y teniendo el peso necesario para que sean reconocidas tanto por los alumnos como por la comunidad en la cual está inserta.
3. Realizar capacitaciones al personal docente que abarquen temáticas de RSU con la finalidad de que estos influyan en los estudiantes y los motiven a obtener una actitud responsable en las actividades que estos realicen, esto hará de la Facultad una institución comprometida socialmente, lo que facilitará el desarrollo de un programa de RSU dentro de la misma.
4. Crear y desarrollar un sistema de gestión y educación ambiental dentro de la Facultad, en donde se establezcan políticas de acción que regulen el buen manejo de los recursos y actividades encaminadas a la protección y preservación del medio ambiente.



### XIII. FUENTES BIBLIOHEMEROGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS

- AUSJAL (2009), "Políticas y Sistema de Autoevaluación y Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL", 1ª edición-Córdoba: Alejandría Editorial"
- Barra M. y Suazo M. (2007), "Programa de Responsabilidad Social Universitaria para la facultad de ciencias empresariales", Memoria para optar al título de ingeniero comercial. Universidad del Bio – Bio, campus Concepción. [En red]. Disponible en: [cybertesis.ubiobio.cl/tesis/2007/barra\\_m/doc/barra\\_m.pdf](http://cybertesis.ubiobio.cl/tesis/2007/barra_m/doc/barra_m.pdf)
- Canessa y García (2005) "El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el mundo" 1ª edición, Perú.
- Chiavenato I. (2000), "Introducción a la teoría general de la Administración", 5ª edición, McGraw-Hill, México.
- Diez E. (2007) "La cultura y la Responsabilidad Social: binomio estratégico en las organizaciones". 2ª edición, pp. 231-244. [En Red]. Disponible en: [www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25148/2/articulo5.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25148/2/articulo5.pdf)
- Dirección de Proyección Social (2007), "Potencialidades de la UNAN-León", UNAN-León. [En Red] Disponible en: [www.unanleon.edu.ni](http://www.unanleon.edu.ni). Consultado el 10 de Mayo del 2010.
- Estatuto (2007), Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León. [En Red] Disponible en: <http://www.unanleon.edu.ni>. Consultado el 10 de Mayo del 2010.
- Freeman E. (1984), "Strategic Management: A Stakeholder Approach". [En Red]. Disponible en: [www.xertatu.net/dokumentuak/.../Ponencia%20Sabin%20Linaza.pdf](http://www.xertatu.net/dokumentuak/.../Ponencia%20Sabin%20Linaza.pdf). Consultado el: 28 de Marzo de 2010.
- Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J. (2005), "Negocios", México.
- Hernández D. "La Responsabilidad Social, De los conceptos a la gestión en las organizaciones". [En Red]. Disponible en: [www.ascort.net/descargas/responsabilidadsocial-concepto.doc](http://www.ascort.net/descargas/responsabilidadsocial-concepto.doc)



- Hernández R. (2009), "Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria. Caso: Escuela de Ingeniería de Antioquía", *Dina*, Vd. 76, número 159, pp. 237-248. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/Src/Inicio/ArtpdfRed.jsp?jCve=49611945025>.
- Hernández Sampieri, Fernández C. y Baptista P. (2006), "Metodología de la Investigación", 4ª ed., McGraw-Hill, México.
- INCAE (2006), "Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial". Disponible en: [www.incae.com/.../Manual%20de%20Indicadores%20de%20RSE-Modelo%20Integral%20INCAE.pdf](http://www.incae.com/.../Manual%20de%20Indicadores%20de%20RSE-Modelo%20Integral%20INCAE.pdf). Consultado el 16 de Marzo de 2010.
- Koontz H. y Weihrich H. (1998), "Administración una perspectiva global", 11ª edición, McGraw-Hill, México, pp. 62.
- Pensamiento Estratégico de la UNAN-León (2003). [En Red] Disponible en: <http://www.unanleon.edu.ni> . Consultado el 10 de Mayo del 2010.
- Pérez, F. (2008) "Instrumentos de la RSE: Criterios de clasificación" Observatorio Laboral on line del Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL). [En Red]. Disponible en: [www.juntadeandalucia.es/.../INSTRUMENTOS%20DE%20%20LA%20RSE.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/.../INSTRUMENTOS%20DE%20%20LA%20RSE.pdf)
- Pérez, F. (2009), "La Responsabilidad Social Universitaria (RSU)", Consejo Social de la Universidad de Huelva. Enlace: [www.uhu.es/consejo.social](http://www.uhu.es/consejo.social). Consultado el 12 de Abril del 2010.
- Pérez J. (2007), "Evaluación de Proyectos Sociales para la Universidad de Santiago de Chile en base a la teoría de los Stakeholders" extraído de "Programa de Responsabilidad Social Universitaria para la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio – Bio, Campus Concepción".
- Prado et al (2004), "Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial". Disponible en: [www.spentamexico.org/revista/.../2\(1\)%2054-70\\_2007.pdf](http://www.spentamexico.org/revista/.../2(1)%2054-70_2007.pdf)
- SumaRSE. [En red] Disponible en: <http://www.sumarse.org.pa> Consultado: 01/10/10.



- Universidad Autónoma de Jalisco (2008), "Reglamento de políticas e indicadores de Responsabilidad Social Universitaria". [En red] 4 de Marzo del 2008. Disponible en: [www.uaj.com.mx/.../reglamento\\_polit\\_ind\\_resp\\_soc\\_uni\\_UAJ.pdf](http://www.uaj.com.mx/.../reglamento_polit_ind_resp_soc_uni_UAJ.pdf). Consultado el 5 de Junio del 2010.
- Universidad Construye País (2006), "Responsabilidad Social Universitaria, una manera de ser Universidad. Teoría y práctica en la experiencia chilena", Ed. Universidad Construye País, Santiago de Chile, pp. 43-57. Consulta electrónica en: [www.construyepais.cl](http://www.construyepais.cl).
- Vallaes F. (2007), "Responsabilidad Social Universitaria: Propuesta para una definición madura y eficiente", Citado del Programa para la Formación en Humanidades, Tecnológico de Monterrey, México.
- Vallaes F. (2008), "En torno a la necesidad de herramientas de gestión de la responsabilidad social universitaria" [En red], Disponible en: [www.udlap.mx/rsu/pdf/2/NecesidaddeHerramientasdeGestion.pdf](http://www.udlap.mx/rsu/pdf/2/NecesidaddeHerramientasdeGestion.pdf). Consultado el 18 de Mayo del 2010.
- Vallaes F. (2009) "Hacia la construcción de indicadores de responsabilidad social universitaria". [En red], Disponible en: [ww.udlap.mx/rsu/pdf/2/IndicadoresRSU.pdf](http://ww.udlap.mx/rsu/pdf/2/IndicadoresRSU.pdf).
- Vallaes F., De la Cruz C., y Sasía P. (2006). "Responsabilidad Social Universitaria, Manual de primeros pasos", primera edición, Ed. McGraw-Hill. BID-Banco Interamericano de Desarrollo. [En red], Disponible en: [www.ladb.org/pub](http://www.ladb.org/pub).



# **XIV. ANEXOS**

## **ANEXO 1: LISTADOS DE DOCENTES**

Listado del personal docente (tiempo de contratación: completo y medio)

<b>No.</b>	<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Contratación</b>
1	Francisco Javier Valladares Rivas	TC
2	Bismar Ronaldo Méndez Rojas	TC
3	Jessenia del Carmen Torres Trujillo	TC
4	Cesar Augusto Fletes Vanegas	TC
5	Noel Varela Quintana	TC
6	Carlos Anastasio Santovenia Pérez	TC
7	Fulber Munguía Altamirano*	TC
8	Fabiola Lissette Somarriba Sandoval	MT
9	Melvin José Gonzales Mora	TC
10	Rosa María Cisneros López*	TC
11	Alicia Margarita Moreno Avellán	TC
12	Roberto Arturo Berrios Zepeda**	TC
13	Maureen Benita Cortez Morales***	TC
14	Mario Alberto Talavera Flores	TC
15	Leda Gabriela León Ruiz	TC
16	Jairo Terencio Martínez Avendaño	TC
17	Marvin Rafael Jarquín Sáenz	TC
18	Vianney del Carmen Fornos García	TC
19	Oscar Felipe Martínez Salgado	TC
20	Idania Mercedes Bolaños Cerda	TC
21	Carlos Manuel Quintero Ortega	TC
22	Manlio Benito Reyes Díaz	TC
23	Alejandro López Lira	TC
24	Casilda Fuentes Centeno	TC
25	Carlos Octavio Espinoza Marín	MT

TC: tiempo completo

MT: medio tiempo

---

\* Subsidio

\*\* Fuera del país

\*\*\* QEPD

Listado de personal docente (tiempo de contratación: horario)

<b>No.</b>	<b>Nombres y apellidos</b>
1	Byron Pérez Sarria
2	Marcio Toruño Balladares
3	Ana Francisca Zapata López
4	Octavio José Loáisiga López
5	Bismark Flavio Altamirano
6	Leonardo Manuel Herrera Leytón
7	Lucia Gabriela Palma Vargas
8	Greetcheng Anielka Delgado Sirias
9	Irania Pastora Vílchez
10	Clarisa Membreño
11	Glenda del Carmen Ortiz
12	Leuvad Tercero Lola
13	Diego Fidel Saavedra
14	Xochil María Aguirre Bucardo
15	Luis Manuel Galo Aguilar
16	María José Espinoza Torres
17	Marinella Toruño Sampson
18	Gloria Elena Cáceres Urrutia
19	Dunieckse Berenice Mayorga
20	Celia Mercedes Chávez
21	María de los Ángeles Guido Altamirano
22	Ruth Paola Granera Arbizú
23	Heizel Guadalupe Díaz Rojas
24	Roberto Campusano Duarte
25	Yubelka Palma Vargas
26	Alvaro José González Fariñas
27	Dania Teresa Hernández Pinell
28	María Elena Rojas Berrios
29	Yader Alberto Avilés
30	María Paola Barrios Valle
31	Norman Chavarría

## **ANEXO 2: LISTADO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO**

***Tabla 1***

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>
<i>Administrador</i>	1
<i>Afanadora</i>	4
<i>Asistente Administrativo</i>	1
<i>Cajero</i>	1
<i>Conductor</i>	1
<i>Contador Institucional</i>	1
<i>Jefe de Despacho</i>	2
<i>Responsable de medios y fotocopiadora</i>	1
<i>Responsable de Mensajería</i>	1
<i>Secretario</i>	2
<i>Seguridad Interna</i>	1
<i>Servicios de Información</i>	1
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>

***Tabla 2***

<b>No.</b>	<b>Nombres y apellidos</b>
1	María Mercedes Benavides León
2	Ingrid Salvadora Baca Lezama
3	Marcia Lissette Bermúdez López
4	María Isabel Prado García
5	Jessy Enoe Ruiz Ortiz
6	Yamileth Inocencia López Loaisiga
7	Beverly Mercedes Narváez Arriaza
8	Nubia Zapata Quintero (reemplazo Guadalupe Altamirano)
9	Regina Lissette Flores Miranda
10	Martha Elena Flores Antón
11	Néstor Eustacio Gómez
12	Gilberto José Castillo Mejía
13	Jessenia del Socorro Bermúdez Alonso
14	Zulma Carolina Zapata Quintero
15	María del Socorro PARRALES Zapata
16	Andrea Felicita Ocampo Obregón
17	Carlos Alberto Zuniga González

## **ANEXO 6: TABLAS DE RESULTADOS**

**TABLA 1: Derechos humanos, equidad de género y no discriminación**

	<b>Estudiantes</b>		<b>Docentes</b>		<b>Personal Administrativo</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Insatisfactorio</b>	71	23.8	8	15.7	3	17.6
<b>Satisfactorio</b>	227	76.2	43	84.3	14	82.4
<b>TOTAL</b>	298	100.0	51	100.0	17	100.0

**TABLA 2: Desarrollo personal y profesional, buen clima laboral y aplicación de los derechos laborales**

	<b>Estudiantes</b>		<b>Docentes</b>		<b>Personal Administrativo</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Insatisfactorio</b>	49	16.4	13	25.5	1	5.9
<b>Satisfactorio</b>	249	83.6	37	72.5	16	94.1
<b>Total</b>	298	100.0	50	98.0	17	100.0
<b>Perdidos</b>	0	0.0	1	2.0	0	0.0
<b>TOTAL</b>	298	100.0	51	100.0	17	100.0

**TABLA 3: Medio ambiente (campus responsable)**

	<b>Estudiantes</b>		<b>Docentes</b>		<b>Personal Administrativo</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Insatisfactorio</b>	147	49.3	26	51.0	4	23.5
<b>Satisfactorio</b>	151	50.7	25	49.0	13	76.5
<b>TOTAL</b>	298	100.0	51	100.0	17	100.0

**TABLA 4: Transparencia y democracia (buen gobierno)**

	Estudiantes		Docentes		Personal Administrativo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Insatisfactorio</b>	165	55.4	16	31.4	3	17.6
<b>Satisfactorio</b>	133	44.6	35	68.6	14	82.4
<b>TOTAL</b>	298	100.0	51	100.0	17	100.0

**TABLA 5: Comunicación y marketing responsables**

	Estudiantes		Docentes		Personal Administrativo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Insatisfactorio</b>	88	29.5	21	41.2	4	23.5
<b>Satisfactorio</b>	210	70.5	30	58.8	13	76.5
<b>TOTAL</b>	298	100.0	51	100.0	17	100.0