

## **Necesidad de Indicadores de Medición de la Responsabilidad Social en las Universidades**

### *Need of Indicators for Measuring Social Responsibility in Universities*

**Lucía Yfarraguerra Villarreal\***

**Resumen.** El presente artículo presenta una aproximación al concepto de la competitividad de las organizaciones en las que se está incluyendo a las instituciones de educación superior, a pesar de no ser estas empresas como tales, pero que buscan diferenciarse de otras y en su área cubrir los parámetros de competitividad que la sociedad requiere.

**Palabras claves.** Competitividad, indicadores, certificación, acreditación, responsabilidad social, responsabilidad social universitaria.

**Abstract.** This paper presents an approach to the concept of the competitiveness of the organizations being including institutions of higher education, although not these companies as such, but looking to differentiate from others and in your area cover parameters competitiveness that society requires.

**Keywords.** Competitiveness indicators, certification, accreditation, social responsibility, social responsibility university.

### **Introducción**

En las organizaciones, debido a la agresiva competencia que existe entre ellas, la lucha por obtener una mayor participación en el mercado, y las altas exigencias y demandas de los consumidores han buscado estrategias para diferenciarse y lograr índices de mayor competitividad.

Dentro de la sociedad, en la que los grupos de interés específicos y sobre todo los consumidores, han adquirido una mayor conciencia sobre la procedencia de los productos y servicios que utilizan, exigen que éstos provengan de organizaciones que se preocupen por mantener prácticas laborales adecuadas y que los efectos derivados de sus procesos de producción o prestación de servicio sean socialmente responsables.

Las universidades no se han quedado atrás en la búsqueda de la competitividad, al contrario, ya que es en ellas dónde se genera al recurso humano que hará frente a las exigencias de las organizaciones en cuanto a su planta laboral, y éstas requieren que se garantice que estos cuenten ya no sólo con conocimientos de vanguardia, sino que su comportamiento y desempeño sea ético y socialmente responsable.

Es por ello que las instituciones de educación superior han venido trabajando con programas de apoyo a la sociedad en la relación a temas de desigualdad, pobreza, inclusión, discriminación y otros y dentro de sus acciones han incluido materias de ética y responsabilidad social para acercar aún más a los estudiantes a la realidad social.

Después de años de que éstas han trabajado en la promoción de la responsabilidad social, surge la pregunta si sus esfuerzos han permeado mediante los estudiantes hacia la sociedad, es por ello que de algunas asociaciones e investigadores académicos, ha despertado la inquietud

de poder medir el alcance de estos esfuerzos, por lo que se han elaborado algunos instrumentos que miden las acciones de responsabilidad social de la universidad.

### **Antecedentes**

En aras de alcanzar los índices de competitividad empresarial tanto a nivel nacional como internacional, las organizaciones están viviendo una transformación en las formas de administrar y dirigir sus procesos y procedimientos, tanto operativos, administrativos y de dirección estratégica.

La escuela de negocios de la Universidad de Harvard nos dice que la competitividad consiste en “la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos”.

Una definición similar ha sido adoptada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (1996), en la cual exponen que “la competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su pueblo a largo plazo”.

Según el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C., “es una forma de medir la economía en relación a los demás, es como una carrera donde importa que tan bien le va a uno respecto a los otros, en otras palabras la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión”.

Tras la búsqueda de los niveles de competitividad deseados, las empresas han alineado sus estrategias hacia el logro de una alta producción con calidad insuperable a través de programas “cero errores”, a nivel administrativo, el objetivo es llevar a cabo los procesos y procedimientos pertinentes de manera eficaz para ofrecer el producto o servicio propio de la empresa a la sociedad ya no solo en tiempo y forma sino con un valor agregado, o servicios complementarios. Con lo que respecta a la dirección de la empresa, su objetivo está en tener una presencia sólida y reconocida en la sociedad a través del planteamiento de sus estrategias organizacionales en las que además de incluir las de crecimiento, innovación, servicios e imagen, busca tener un mayor impacto en sus clientes a través de un reconocimiento por parte de la sociedad y principalmente de sus consumidores como empresa preocupada por su entorno, por sus clientes y proveedores. Para el cumplimiento de esta meta, la organización ha incluido, dentro de su plan estratégico, estrategias dirigidas hacia la responsabilidad social las cuales logren un impacto positivo en la sociedad, en la economía y en el medio ambiente.

Una empresa que opta por incluir en sus planes estratégicos el trabajar en pro de una sociedad más justa y equitativa, comprende que sus acciones van más allá de los cumplimientos que marcan las leyes y la ética empresarial, el impacto que ésta debe causar en la sociedad, trasciende a sus empleados y clientes, se percibe en las familias, en la economía de la comunidad, no se limita a la generación de empleos, sino que el bien o servicio que ofrece lo hace de manera diferenciada y competitiva ante otros, en relación al medio ambiente, además

de cuidar su estatus interno sobre el manejo de residuos, utilización de materiales, cuidado de energía y de agua, busca regresar a la naturaleza algo de los recursos que ha tomado de ella, invierte en investigación y desarrollo para que la producción de sus materiales, procesos y procedimientos productivos sean más amigables con el medio ambiente.

Todo esto no ha sido tarea fácil, pero podemos constatar que gracias a la intervención de grupos específicos y de los mismos consumidores, las organizaciones se han visto presionadas a renovarse y seguir las tendencias mundiales de sustentabilidad para lograr una mayor competitividad, de otra manera, podrán en el futuro perecer. Podríamos decir que la competitividad organizacional ha ayudado a promover a responsabilidad social empresarial.

Dentro de lo que comunmente definimos como organización, encontramos también a las instituciones de educación superior, que al igual que las organizaciones empresariales, cumplen con los requisitos legales y éticos que la sociedad demanda, sin ser éstas empresas, y que a su vez buscan ser lo suficientemente competitivas para diferenciarse del resto, logrando los estándares de calidad que la sociedad exige de ellas, aunque ha diferencia de otras organizaciones, las instituciones de educación superior, tienen dos características muy particulares; en ellas se preparan hombres y mujeres que serán en un futuro próximo, los recursos humanos para las organizaciones privadas y públicas requieren para su operación y dirección y quienes son motores de la economía. En la universidad se produce mediante la investigación académica, conocimiento, el cual se difunde tanto en sus aulas como por diversos medios, otra característica es que dentro de ella, forman “comunidad”, esto es alumnos, maestros, empleados, directivos y personas “flotantes” como prestadores de servicios, proveedores, visitantes, etc. Esta comunidad en su conjunto, vive la universidad, aprende de ella, sigue su ejemplo y transmite lo aprendido y vivido en ella, motivo por el cual son un factor de gran influencia en la sociedad y del cual se espera cumpla con la misión encomendada a toda institución de educación superior de “formar profesionales e investigadores de proyección internacional, con calidad humana y académica, que se comprometan en el servicio a los demás; y desarrollar y difundir el conocimiento para el logro de una sociedad libre, justa, solidaria y productiva” (Ideario de la UIA 2012).

Para que cualquier tipo de organización acceda a los niveles de competitividad demandados, es necesaria la medición de ciertos parámetros, acciones, procesos y procedimientos, motivo por el cual se han creado indicadores de gestión para garantizar que esas acciones empresariales estén encaminadas al bien común. Es el caso de las certificaciones o acreditaciones. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), una certificación es el procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito, de que un producto, un proceso o un servicio está conforme a los requisitos especificados, y la acreditación es el reconocimiento de la conformidad de un organismo de certificación a los requisitos de una norma, que es una regla u ordenación del comportamiento dictada por una autoridad competente, cuyo incumplimiento trae como consecuencia una sanción.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) crea un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, que pueden aplicarse en cualquier tipo de organización orientada

a la producción de bienes o servicios. De igual manera, contamos con la Norma Oficial Mexicana (NOM) cuyo objetivo es asegurar valores, cantidades y características mínimas o máximas en el diseño, producción o servicio de los bienes de consumo entre personas morales y/o físicas, sobre todo los de uso extenso y fácil adquisición por el público en general, poniendo atención en especial en el público no especializado en la materia.

En lo relacionado a prácticas socialmente responsables, se cuenta con el distintivo Empresa Socialmente Responsable que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a las organizaciones que cumplen con ciertas normas establecidas. Así como Norma ISO26000 la cual aporta orientación sobre los principales elementos de la RSE y la participación con los grupos de interés. Así mismo, proporciona orientación sobre los asuntos principales de la responsabilidad social, como son el gobierno corporativo, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas de operación justa (fair operating practices), los intereses de los consumidores, la participación y el desarrollo de la comunidad.

Todos estos instrumentos de medición de calidad y prácticas responsables, agregan valor a la marca y rentabilidad a la organización, y acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida de manera voluntaria con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura organizacional y estrategia de empresarial.

Para la obtención de cualquier distintivo, certificación y o acreditación, es necesario contar con ciertos indicadores, los cuales son instrumentos para medir el logro de los objetivos de los proyectos y programas y un referente para el seguimiento de los avances y para la evaluación de los resultados alcanzados, los más comunes son los indicadores financieros, indicadores cualitativos y cuantitativos. Son éstos últimos los comúnmente utilizados para medir la responsabilidad social.

Los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

#### Fiabilidad

Una medida es fiable si ofrece la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. No obstante, al considerar medidas no financieras, esto puede ser difícil de lograr. Un método aplicado a menudo para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho, por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas.

#### Comparabilidad

Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo. Este requisito permite, por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa, y también identificar temas clave de la responsabilidad social.

## Validez

Otro elemento fundamental es la validez de un indicador. La validez se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental.

Respecto al tema de responsabilidad social, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos.

El concepto de validez en sí depende, en gran parte, de los valores de los grupos de interés, pero también de los valores de la sociedad y los percibidos en los medios de comunicación acerca de la cuestión tratada. Son los grupos de interés afectados, o los que puedan afectar al proceder de la organización, y, además, son ellos quienes serán los lectores e intérpretes de los indicadores. Para los grupos de interés, los indicadores pueden proporcionar información útil en su toma de decisiones. El hecho de medir puede ayudar a los directivos y a otras partes interesadas a asegurar que los directivos estén trabajando según los objetivos establecidos. En este sentido, los indicadores no financieros pueden ayudar a crear relaciones y activos de largo plazo, y promover así valor para los accionistas a largo plazo. Para los clientes, las comunidades, los reguladores y los empleados, estos indicadores ayudan a valorar los resultados sociales y ambientales de la organización.

## El uso de indicadores

Los indicadores constituyen una herramienta para medir el impacto y para concretar resultados, para obtener retroalimentación, realizar revisiones y correcciones. El uso de indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados. De ahí la importancia de que los indicadores se utilizan continuamente a lo largo del ciclo de vida de la empresa. De esta manera, ayudan a medir el progreso de una empresa hacia sus objetivos y, en consecuencia, la dirección puede saber que se está ejecutando su estrategia y corregir aquellas áreas y/o procesos que no cumplan con las expectativas.

El uso de indicadores de responsabilidad social tiene dos motivos: “El primero es ayudar a gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes. El otro, es proveer de una visión clara acerca de cuáles son los principales conceptos del desarrollo sostenible y la responsabilidad social. En otras palabras, a través de la aplicación de indicadores se quiere lograr que la organización y sus colaboradores realicen actividades correspondientes a los indicadores, es decir, se quiere influir en el comportamiento de las personas involucradas. En este caso, la finalidad sería un comportamiento más sostenible del personal y la integración de objetivos sostenibles en el funcionamiento de la organización.

Para lograr que las personas en una organización actúen según la estrategia empresarial, ésta tiene que ser expresada y comunicada como un conjunto integrado de objetivos y medidas, acordados por los altos ejecutivos y compartida con todos los miembros de la organización. Además, tanto la estrategia como las declaraciones de los directivos deben motivar al personal a cambiar su comportamiento y enseñarles cómo hacerlo.

Es importante asegurar que los que deben adoptar las prácticas de responsabilidad social, entienden y tienen la voluntad, así como los recursos, para poder realizar el trabajo según los objetivos establecidos. Puede ocurrir que el personal ya tenga el conocimiento y la voluntad de incluir las políticas de responsabilidad social, pero que no cuente con los recursos necesarios o que reciba mensajes contradictorios.

Los colaboradores dentro de la organización, son el grupo clave para asegurar la implementación de estas medidas, porque son ellos quienes las llevarán a cabo.

### **Responsabilidad Social**

Para el PNUD (2000) la Responsabilidad Social “aparece cuando una organización desarrolla una toma de conciencia compleja y holista de sí misma y su entorno. Presupone la superación de un enfoque egocéntrico, instrumental y reductor, y el acceso a una conciencia organizacional global e integra (incluye tanto a las personas como al ecosistema, tanto a los trabajadores como a los clientes y proveedores) que es capaz de “contagiar” en toda la institución (todas las personas de la organización deben de poder acceder a ese nivel de conciencia)”

En cuanto a la toma de conciencia señala que “está ligada a preocupaciones tanto éticas como interesadas. Se trata de una voluntad ética e interesada a la vez de hacer las cosas “bien” para que todos los beneficiarios internos y externos de los servicios de la organización estén “bien”. La ética, entonces no aparece como freno de interés de la organización sino al contrario como empuje para provecho, y modalidad de funcionamiento. Así se crea una articulación pocas veces practicada entre ética y eficiencia”. (PNUD 2000)

Por otra parte podemos decir que la ética se encuentra vinculada, en una relación directa, con respecto a la calidad en la educación. Uno de los objetivos de las universidades es proporcionar una educación con calidad. Por ello estas instituciones se preocupan por implementar estrategias educativas que estén dirigidas en este sentido, como lo son proyectos de investigación, organización de congresos y conferencias con individuos de alto reconocimiento, actualización constante de sus planes de estudio, internacionalización y vinculación con el sector empresarial. Lo que para ellas significa y da como resultado ser mucho más competitiva y diferenciarse de otras ofreciendo una curricula elaborada bajo parámetros éticos otorgando así un valor agregado para los futuros egresados.

### **Responsabilidad Social Universitaria**

En la década de los noventa ya habiendo instituido las empresas programas específicos de responsabilidad social, nace a través de la reflexión, “la inquietud sobre otro actor principal y

fundamental de la sociedad: la universidad. ¿Porqué las instituciones educativas? En el fondo el problema de la responsabilidad social, se traslada al ámbito de la preparación de los recursos humanos, mismos que provienen de las universidades. Son estas instituciones las que tendrán que asumir el reto de preparar a los nuevos recursos humanos que deberán asumir la dirección de las empresas sobre el tema de responsabilidad social. Más aún, estos recursos humanos, no sólo actuarán desde el sector empresarial, sino que asumirán este reto desde otras instancias de la sociedad, como lo son las organizaciones civiles y el sector público”.

Es responsabilidad de las Universidades el tener orientaciones a largo plazo que permitan resolver las necesidades y aspiraciones sociales, inculcando esta responsabilidad a los estudiantes. La educación superior debe reforzar su servicio a la sociedad y en especial en actividades para eliminar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre, la degradación ambiental y la enfermedad, utilizando principalmente enfoques transdisciplinarios e interdisciplinarios en el análisis de los temas y los problemas sociales” (De la Calle y Giménez 2011).

La responsabilidad social universitaria es “una política de gestión de 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 y 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. Vallaeys (2006-2007-2008)

La congruencia institucional se logra a través de la alineación de los 4 procesos universitarios con la misión, así como la vigilancia permanente de que los efectos directos y colaterales de la actividad universitaria no entren en contradicción con los fines pregonados, sino que vayan más bien realizando y reforzándolos. Para ello, se necesita involucrar a los actores de la comunidad universitaria en un **auto diagnóstico** continuo del quehacer institucional, con herramientas apropiadas para garantizar la transparencia, la participación, y la mejora continua de la Universidad hacia su responsabilidad social, enmarcada en la búsqueda global de un desarrollo más humano y más sostenible”.

La Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina, (AUSJAL), conformada por 30 universidades en 15 países de América Latina “Se constituye como una organización dinámica y eficiente que facilita y potencia la cooperación y el intercambio entre las universidades y permite aprovechar la sinergia entre sus miembros, de forma que los objetivos de cada una converjan y potencien los de toda la Asociación y viceversa, con el fin de obtener beneficios para sus universidades miembros. Su principal reto consiste en crear la primera red universitaria en América Latina con una identidad, liderazgo compartido y estrategia común para la transformación educativa y social de la región”. (AUSJAL 2009)

En el año de 2007, se creó la Red de Homólogos de Responsabilidad Social Universitaria de AUSJAL, “con el propósito de potenciar y fortalecer la reflexión, el intercambio y la gestión de la responsabilidad social en las universidades. Se propone reinterpretar este concepto desde la especificidad de la labor universitaria integrándolo a la rica tradición de las universidades de inspiración ignaciana”. (AUSJAL 2011)

AUSJAL (2011-10) define a la Responsabilidad Social Universitaria como: “la habilidad y efectividad de la universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, extensión y gestión interna. Estas funciones deben estar animadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social, mediante la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo humano sustentable.”

### **Instrumentos de medición de la Responsabilidad Social Universitaria**

El medir la Responsabilidad Social Universitaria, se ha convertido en un tema de gran polémica y difícil de encontrar los parámetros e indicadores adecuados para verificar el impacto de las acciones que llevan a cabo las universidades hacia su comunidad la cual está constituida como lo mencionamos con anterioridad de alumnos, maestros, empleados, directivos y personas “flotantes” como prestadores de servicios, proveedores, visitantes, etc.

Muchas de ellas debido a la alta competencia y con el afán de buscar una ventaja competitiva, han optado por equipararse a los estándares de calidad de las empresas prestadoras de servicios, tomando como opción las certificaciones ISO, tanto la 9000 la 26000 y la 14000, esta última que dentro de sus alcances no fija metas ambientales para la prevención de la contaminación, ni tampoco se involucra en el desempeño ambiental a nivel mundial, sino que, establece herramientas y sistemas enfocadas a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos que de estos deriven al medio ambiente.

Pero esto no ha sido suficiente, ya que el impacto que tienen las universidades en la sociedad es de otra naturaleza, esto es; en ellas el resultado de su labor son egresados, personas que son y serán el recurso humano que se desempeñará en cualquier tipo de organización, sea esta lucrativa o no, pública o privada, de bienes o servicios. Estos jóvenes trasladarán y pondrán en práctica sus conocimientos habilidades y actitudes hoy mejor conocidas como “competencias laborales”, en el campo profesional. ¿Cuál fue el resultado de los esfuerzos de los miembros de la comunidad universitaria para la formación de estas personas? ¿que se espera de ellos?

Las organizaciones actuales demandan para sus contrataciones, egresados universitarios que cuenten con las “competencias laborales” requeridas, esto se traduce en que requieren altos índices de conocimiento y desempeño por parte de sus colaboradores, y como factor intangible y difícil de evaluar el garantizar que el comportamiento y compromiso de estos sea incuestionable, esto es, de carácter ético, honesto y socialmente responsable.



Ortiz Montellano (2000) afirma que “se sabe claramente que la Responsabilidad Social es uno de los rasgos centrales en el profesionista del Siglo XXI. Ante esta situación, aparecen muchas preguntas: ¿cómo se sabe si un universitario es socialmente responsable?, ¿puede la Universidad desarrollar este rasgo?, ¿le corresponde a la Universidad este papel?, ¿de qué medios dispone para desarrollar esta responsabilidad? Como la base para la contestación de estas preguntas, se encuentra el disponer de medios efectivos para medir y valorar el rasgo responsabilidad social. Se intenta estructurar un modelo de evaluación de un rasgo central en el estudiante universitario para su desempeño en la sociedad del próximo siglo”.

De la Calle, y Giménez (2011), en su trabajo nombrado “Aproximación al Concepto de Responsabilidad Social del Universitario” comentan que “Han constatado la imperiosa necesidad de contar con elementos de valoración de aspectos no cognitivos de los universitarios, que como se ha demostrado no han tenido el desarrollo requerido y revisten una complejidad especial. En este sentido se concluye por un lado, que la mayoría de los esfuerzos evaluativos se están centrando en la evaluación de resultados y por otro, que el profesionista que el mundo de hoy reclama no puede pensarse únicamente en términos de los saberes disciplinares y del uso que se hará de los mismos; los aspectos relacionados con el impacto social, la ética y la sustentabilidad de las acciones emprendidas por los profesionistas, están siendo tan importantes como sus capacidades laborales y disciplinares”

Con el objetivo de dar a conocer a las instituciones de educación superior que llevan a cabo acciones dirigidas a la reflexión y concientización en sus estudiantes sobre el tema de responsabilidad social, hemos investigado dos instrumentos de medición de la responsabilidad social universitaria que han sido adoptados y probados en diferentes Universidades. Cabe mencionar que nos concentraremos en el impacto de las acciones universitarias en el estudiante y no de toda la comunidad universitaria. El primero de ellos forma parte del “Sistema de Autoevaluación de RSU-AUSJAL y el segundo el cuestionario propuesto por Carmen de la Calle Maldonado de Guevara, Pilar Giménez Armenta y Miguel Ortega de la Fuente de la Universidad Francisco de Vitoria y José Manuel García Ramos de la Universidad Complutense de Madrid.

#### Sistema de Autoevaluación y Gestión de RSU-AUSJAL

Es una herramienta de auto aplicación y autodiagnóstico que permite ir dando cuenta progresiva y comparativamente de los pasos y alcances de la RSU en las acciones de las universidades pertenecientes a la AUSJAL. Este instrumento se estructura en relación a cinco dimensiones de impacto:

1. Impacto educativo
2. Impacto cognoscitivo y epistemológico
3. Impacto social
4. Impacto organizacional
5. Impacto ambiental

A partir de estas dimensiones, el sistema de información está compuesto por dos instrumentos: un sistema de indicadores institucionales y una encuesta de percepción de los diferentes públicos afectados por la gestión universitaria. A saber:

- Indicadores de Información Institucional: son aquellos indicadores de procedimientos existentes y se mide en porcentajes.
- Encuesta de percepción: para observar el proceso que atraviesa cada institución y la apreciación que algunos indicadores o áreas de impacto pueden adquirir para los miembros de la comunidad universitaria. (directivos, docentes, personal administrativo y estudiantes)

El sistema de autoevaluación y gestión de la RSU-AUSJAL sirve para:

1. Fomentar el compromiso de toda la institución en la gestión y aplicación del enfoque de RSU, logrando una consideración equilibrada de los principales integrantes e interesados de la universidad.
2. Visualizar los aspectos relevantes del estado de situación y los cambios que se registran en el tiempo respecto a la institucionalización del enfoque.
3. Facilitar el seguimiento y autodiagnóstico de manera sistemática y periódica de la gestión de la RSU.
4. Facilitar el análisis comparativo de los procesos a nivel intra-institucional.
5. Tener insumos objetivos que faciliten la toma de decisiones.
6. Mejorar la gestión institucional de las universidades.

El instrumento que se utiliza para evaluar las acciones y el impacto de la RSU hacia los estudiantes es una encuesta de “Percepción sobre la Gestión de RSU en la universidad” y esta integrada por 29 preguntas donde se podrá obtener información confiable sobre la percepción que tienen los estudiantes sobre las acciones de responsabilidad social que lleva a cabo su universidad y el impacto en su formación universitaria, con el objetivo de proponer acciones de mejora en el corto, mediano y largo plazo mismas que formarán parte de las estrategias de los planes de fortalecimiento institucional de la RSU.

Encuesta de Percepción sobre la Gestión de RSU en la universidad  
-Dirigida a: Estudiantes.

1. Especifique la escuela/facultad en la cual usted estudia	1	Escuela/Facultad											
2. Especifique la carrera de grado que está cursando	1	Carrera											
3. Sexo	1	Masculino	2	Femenino									
4. Especifique rango de edad:	1	17-20	2	21-24	3	25-28	4	29 o más					
5. Especifique el año en que se encuentra cursando la mayoría de las materias:	1	1º año	2	2º año	3	3º año	4	4º año	5	5º año	6	Otro	

6. Especifique el año el cual ingreso a esta universidad:	
7. Especifique la cantidad de créditos obtenidos:	

Por favor, marque según su percepción en relación a las siguientes preguntas:	Ns/Nc	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral/Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6
1. Los contenidos y prácticas curriculares están orientados a la construcción de soluciones originales y pertinentes de problemáticas sociales relevantes y al servicio de los sectores más desfavorecidos.						
2. Se promueve la participación en experiencias que permiten vivenciar y ponerse en contacto con situaciones de pobreza, desigualdad, injusticia o marginación, a fin de contribuir a su solución.						
3. Se promueve un espíritu crítico con respecto a la realidad y de los temas sociales relevantes a fin de conocer y comprender las causas y las posibilidades de solución que el conocimiento adquirido puede potenciar.						
4. Los egresados encarnan los valores que la universidad promueve.						
5. Las investigaciones que se desarrollan priorizan temáticas que aportan soluciones científicamente fundadas a las problemáticas sociales de los sectores más desfavorecidos, contribuyendo a la construcción de una sociedad sustentable y equitativa.						
6. Los hechos y producciones científicas guardan coherencia con los valores a los cuales se adhiere como institución.						
7. Se promueve la integración de diversas disciplinas y de actores sociales externos en los proyectos de investigación.						
Por favor, marque según su percepción en relación a las siguientes preguntas:	Ns/Nc	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral/Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6
8. Los avances y resultados de los proyectos de investigación son compartidos como actores externos promoviendo de esta manera la inclusión de grupos y públicos tradicionalmente marginados de la academia.						
9. Se promueve la incorporación de descubrimientos científicos y resultados de investigaciones en organismos públicos y privados de manera tal de lograr un impacto directo de lo investigado en el desarrollo de la sociedad.						
10. La ejecución de programas y/o proyectos de extensión o proyección social responde a una planificación previamente definida.						

11. El presupuesto asignado para la implementación de programas y/o proyectos de extensión o proyección social se ha incrementado en los últimos años.						
12. En los programas y/o proyectos de extensión o proyección social se prioriza el trabajo con los sectores más desfavorecidos, favoreciendo su desarrollo y superación, evitando prácticas asistencialistas o la instrumentalización de los mismos.						
13. En los programas y/o proyectos de extensión o proyección social se incorpora la participación de otros actores sociales y de saberes no académicos.						
14. Los programas y/o proyectos de extensión o proyección social promueven la integración de diversas disciplinas como manera de abordar problemáticas complejas.						
15. Los programas y/o proyectos de extensión o proyección social generan cambios o mejoras en la docencia (mediante la articulación de nuevas líneas, proyectos, publicaciones, etc.)						
16. Los programas y/o proyectos de extensión o proyección social generan cambios o mejoras en la investigación (mediante la articulación de nuevas líneas, proyectos, publicaciones, etc.)						
17. Los programas y/o proyectos de extensión o proyección social generan cambios o mejoras en la realidad de los beneficiarios (mediante la incorporación de nuevas soluciones y aumento de sus capacidades, etc.)						
18. La universidad ofrece a su personal/sus empleados un ambiente físico-humano agradable y seguro, favoreciendo el cuidado de las personas, estando abierta a críticas y sugerencias relativas a estos aspectos.						
19. Se promueve el desarrollo y capacitación integral del personal, que permita una mayor eficiencia en el desarrollo de sus tareas.						
20. En los procesos de selección de personal se considera la experiencia de compromiso social que tenga el aspirante.						
21. En los procesos de evaluación de desempeño del personal se considera la participación en experiencia de proyección o compromiso social del evaluado.						
Por favor, marque según su percepción en relación a las siguientes preguntas:	Ns/Mc	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral/Indeciso	De acuerdo	Totamente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6
22. La universidad selecciona a sus proveedores considerando su adhesión a principios de Responsabilidad Social, como por ejemplo prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas, adopción de estándares ambientales y apoyo a iniciativas sociales.						
23. Se fomenta la inclusión y se promueve la no discriminación en temas relacionados a igualdad de género y de formación académica de grupos poco representados (tales como poblaciones indígenas, estudiantes de bajos recursos, personas con discapacidades, etc.)						
24. La política de comunicación (interna y externa) posibilita el fomento de valores positivos y posicionamientos institucionales concretos a favor del Desarrollo Sustentable.						

25. Se prioriza el diálogo y se reconocen sugerencias para mejorar los procesos internos, promoviendo la participación de los distintos miembros de la comunidad universitaria con el objetivo de que ayuden en comités y/o consejos para la formulación de estrategias y decisiones institucionales.						
26. Se favorece la transparencia en la gestión a través de la disponibilidad de datos, información y reportes periódicos de la gestión universitaria.						
27. El mejoramiento continuo es una práctica característica de nuestra universidad.						
28. Se promueven acciones concretas de cuidado y preservación del medio ambiente a través de la reducción, reciclaje y reutilización de materiales tales como papel, agua, electricidad, etc. adoptando procesos de medición y monitoreo en términos de sustentabilidad.						
29. Se desarrollan políticas activas de concientización y educación ambiental tanto a nivel interno como externo, fomentando la sensibilidad ecológica y promoviendo discusiones e incorporaciones de estas variables en las prácticas educativas, organizacionales y administrativas.						

Indicadores de percepción sobre la Gestión de RSU en la universidad AUSJAL

El segundo instrumento sujeto a investigación es el propuesto y validado por Carmen de la Calle Maldonado de Guevara, Pilar Giménez Armenta y Miguel Ortega de la Fuente miembros de la Universidad Francisco de Vitoria y José Manuel García Ramos perteneciente a la Universidad Complutense de Madrid, nombrado: “Validación y Medida de la Responsabilidad Social en la Universidad” creado en el 2007.

C. de la Calle, J.M. García, P. Giménez y M. Ortega; proponen un instrumento de medición del grado de responsabilidad social de alumnos universitarios, hayan o no cursado asignaturas con contenidos de responsabilidad social, y que a la vez, sea válido para evaluar el cambio de actitud producido tras haber cursado materias relacionadas.

Este instrumento está conformado por cinco dimensiones:

1.- Implicación personal a través del compromiso con los demás, especialmente con los más excluidos de la sociedad. Con la formación de la Responsabilidad Social el universitario tiene la oportunidad de tratar con personas diferentes a las que trata habitualmente.

2.- Descubrimiento personal de los valores. A través de la responsabilidad social universitaria el alumno adquiere una formación en valores y aumenta su deseo de comprender al otro, de ponerse en su lugar, de intercambiar ideas, sentimientos, anhelos y proyectos.

3.- Formación de la conciencia social. El universitario que sale de su entorno habitual, que conoce esas otras realidades que existen más allá de su aula, pero no a través de los medios de comunicación o de terceras personas, sino en vivo y en directo, implicándose con su tiempo y con toda su persona, toma conciencia de la situación privilegiada que le ha tocado vivir sólo por el hecho de acceder a unos estudios universitarios.

4.- Mayor conocimiento de la realidad del sufrimiento ajeno. Cuando el universitario se enfrenta a situaciones de limitación, dolor y dificultad que viven otros, valora su propia situación de forma distinta, es capaz de reconocer que a veces se ahoga en un vaso de agua y toma conciencia de todo lo bueno que tiene.

5.- Planteamiento de la profesión desde el compromiso social. El universitario que tiene la oportunidad de llevar a cabo este proceso de descubrimiento personal a través de la Acción Social, es muy probable que proyecte en el futuro esos deseos de seguir trabajando, entonces ya como profesional, con más formación, preparación y capacidad de influencia, para cambiar su entorno.

### Cuestionario Piloto

Expresa por favor, tu opinión a las siguientes cuestiones, haciendo una valoración en una escala de 1 a 6, sabiendo que el 1 siempre indica el grado más bajo y el 6 el grado más alto.

Curso \_\_\_\_\_ Carrera \_\_\_\_\_

#### A. IMPLICACIÓN PERSONAL A TRAVÉS DEL COMPROMISO CON LOS DEMÁS, ESPECIALMENTE CON LOS MÁS NECESITADOS:

1	He tenido la oportunidad de tratar con personas diferentes a las que trato habitualmente	
2	He puesto en práctica mi capacidad de servicio con ellas	
3	Tengo la sensación de haber recibido más de lo que yo les he dado	
4	He comprobado que puedo aportar mi tiempo y mi persona para el bien común	
5	Me he planteado una mirada abierta a los otros desde el respeto a su dignidad, sin juzgar sus circunstancias y limitaciones	
6	He experimentado la alegría y satisfacción que produce darse a los demás	

#### B. DESCUBRIMIENTO PERSONAL DE LOS VALORES

7	He conocido el auténtico sentido del servicio y la caridad	
8	He comprobado lo importante que es ser fiel al compromiso asumido	
9	He ejercitado la paciencia	
10	He crecido en mi capacidad de escucha y de ponerme en el lugar del otro	
11	He profundizado en la importancia de abrirme a los otros y aprender de ellos	
12	He mejorado en mi autoestima al ver que tengo mucho que aportar a los otros	

#### C. FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA SOCIAL

13	He tomado conciencia de mi situación privilegiada por el hecho de ser universitario	
14	He reflexionado sobre la necesidad de que nada de lo que le sucede al otro me puede resultar ajeno o indiferente	
15	Reconozco que puedo ser parte de la solución de los problemas que afectan a otros	
16	He comprobado que si se puede hacer algo concreto para cambiar las cosas	
17	Ha aumentado mi interés por mejorar mi entorno más cercano	
18	He superado mi actitud inicial de recelo, miedo a lo desconocido, apatía o escepticismo	

#### D. MAYOR CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD DEL SUFRIMIENTO AJENO

19	He aprendido a valorar mi situación personal y el lugar que ocupo en el mundo	
20	He profundizado en el misterio del sufrimiento y en la actitud con la que afrontarlo	

21	Me he planteado cuál es mi actitud personal ante el dolor y la adversidad	
22	He crecido en mi tolerancia a la frustración y a la limitación	
23	Me he conocido más a mi mismo en mis potencialidades y limitaciones	
24	He aprendido a relativizar mis propios problemas	

E. PLANTEAMIENTO DEL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN DESDE EL COMPROMISO SOCIAL

25	Considero que con mi trabajo podré prestar un servicio a los demás	
26	Me planteo el ejercicio de mi profesión desde unos principios éticos	
27	Soy consciente de que mi trabajo ha de estar orientado al bien común	
28	He descubierto que mi realización personal pasa por ser un profesional comprometido	
29	He tomado conciencia de la necesidad de implicarme en primera persona hoy como universitario y mañana como profesional	
30	Considero que esta asignatura contribuye a mi formación integral como universitario	

Fuente De la Calle, J.M. García, P. Giménez y M. Ortega (2007)

Conclusiones:

La mayoría de las instituciones de educación superior son conscientes de su responsabilidad en la formación integral de los estudiantes, y de la necesidad de que estos cubran las necesidades del mercado laboral tanto en conocimientos técnicos como en su actuar bajo un comportamiento ético y socialmente responsable; por lo que un gran número de ellas han implementado diversos programas en los cuales los estudiantes se ven involucrados tales como programas de apoyo a la sociedad, de inclusión, concientización de la realidad social y necesidades del país, proyectos específicos de investigación y materias propias del área de responsabilidad social, conferencias con expertos, etc.

Esto ha constituido un gran esfuerzo por parte de estas instituciones, ya que no solo con sus acciones han tenido como objetivo involucrar a los estudiantes, sino a toda la comunidad universitaria, por lo que el esfuerzo ha sido mayor y el compromiso en sus proyectos con un efecto sistémico, pero, ¿estos esfuerzos han permeado en la comunidad universitaria? En realidad, ¿los estudiantes conocen la problemática social? ¿existe un cambio su sentir hacia los demás? ¿tienen alguna intención de “hacer algo” por los demás?

Es de suma importancia conocer el efecto de las acciones emprendidas por cada una de las universidades, por lo que es imperativo encontrar los instrumentos que apoyen a la medición de estas acciones. La importancia de medir el efecto en el comportamiento y conocimiento de la realidad social de el estudiante universitario a través de los esfuerzos que llevan a cabo las universidades mediante sus diferentes actividades.

Es importante conocer el resultado de las actividades emprendidas por la institución con el objetivo de determinar si éstas son las adecuadas y están causando un impacto positivo en los estudiantes y buscar la manera la fortalecerlas, o en caso contrario si fuera necesario replantearse tanto los objetivos como las estrategias de acción conforme a los resultados de esta evaluación.

En este artículo se presentaron dos instrumentos que han sido aplicados en diversas universidades y que pueden ser adoptados y en su caso adaptados a cada institución para

poder contar con información veraz sobre el conocimiento sobre la responsabilidad social y la intención del individuo de ejercerla en un futuro en su vida profesional.

### Referencias Bibliográficas

- AUSJAL, (2009) *Políticas y sistema de autoevaluación y gestión de la responsabilidad social universitaria en AUSJAL*. Argentina
- De la Calle, C. & Giménez, P. (2011). Aproximación al concepto de Responsabilidad Social Universitario. *Comunicación y Hombre*. 7 (236-247)
- De la Calle, C. García, J.Giménez, P. & Ortega, M. (2007) Validación y medida de la responsabilidad social en la universidad. *Revista Complutense de Educación* 2. (385-4004) Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. 31 de Julio de 1968. Ideario
- Vallaey, Francois. ¿Qué es la responsabilidad social universitaria? Artículo recuperado del portal PALESTRA, 2012. <http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=111>
- Vallaey, F. (2006). Breve marco teórico de la responsabilidad social Universitaria. Consultado en <http://www.rsu.uniinter.edu.mx>
- Vallaey, F. (2007) *Responsabilidad Social Universitaria*. Propuesta para una definición madura y eficiente. Programa para la formación en Humanidades. Ponencia presentada en el Tecnológico de Monterrey.
- Ortiz de Montellano del Puerto, S. (2000). *Evaluación de la responsabilidad social del egresado universitario*. Tesis Doctoral. Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid
- Yfarraguerrí, Lucía (2013) *Responsabilidad Social Universitaria: Cambios de Actitud e Interés de los Alumnos de la Universidad Iberoamericana*, Ciudad de México. Tesis Doctoral. Instituto de Estudios Superiores Spenta México
- Páginas de internet consultadas:  
[www.fao.org](http://www.fao.org)  
[www.iso.org](http://www.iso.org)  
[www.onu.org](http://www.onu.org)  
[www.economia-noms.gob.mx](http://www.economia-noms.gob.mx)
- 

### \*Acerca de la Autora

Doctorado en Administración por Valores por el Instituto de Estudios Superiores Spenta México  
Profesora de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.