

Ética como enfoque de la responsabilidad social: direccionamiento estratégico en universidades públicas

Olivia Rangel Luquez* y Marelis Alvarado Mejía**

Resumen

La búsqueda de códigos de conducta que regulen la actuación en las instituciones ha cobrado importancia en los últimos años. Por ello el propósito del presente artículo fue analizar la ética como enfoque de la responsabilidad en universidades públicas, cuya fundamentación teórica estuvo basada especialmente en Cortina (2000), De la Cuesta y Valor (2003), entre otros. Es un estudio de tipo cualitativo-etnográfico, bajo el paradigma pos-positivista, en donde se utilizó la entrevista semi-estructurada como instrumento para recoger la información, dicha información fue suministrada por seis informantes claves. Llegándose a la conclusión de que la ética fundamenta la responsabilidad social de estas instituciones, dada la capacidad que tienen como universidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores por medio de sus procesos de gestión, docencia, investigación y extensión contribuyendo así, al éxito y bienestar de las mismas, al ser consideradas variables estratégicas en su desarrollo.

Palabras clave: Ética, Responsabilidad Social, Universidad, principios, valores.

* Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia Financiera, Magister en Gerencia Empresarial, Doctor en Ciencias Gerenciales. Profesor Ocasional Universidad de la Guajira. E-mail: olirangel65@gmail.com, orangel@uniguajira.edu.co

** Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia Financiera, Magister en Gerencia Empresarial, Doctor en Ciencias Gerenciales. Profesor Ocasional en la Universidad de la Guajira. E-mail: marelisalvarado@yahoo.es, malvarado@uniguajira.edu.co

Ethics as an Approach to Social Responsibility: Strategic Directioning in Public Universities

Abstract

The search for codes of conduct to govern performance in institutions has gained prominence in recent years. The purpose of this article was to analyze ethics as an approach to responsibility in public universities; its theoretical foundation was based especially on Cortina (2000) and De la Cuesta and Valor (2003), among others. It is a qualitative, ethnographic study, under the post-positivist paradigm, using the semi-structured interview as a data collecting tool; information was provided by six key informants. Conclusions were that ethics is the basis for social responsibility in these institutions, given the capacity the university has to disseminate and implement a set of principles and values through their processes of management, teaching, research and extension, thereby contributing to their success and welfare, when ethics are considered as strategic variables in their development.

Keywords: Ethics, social responsibility, university, principles, values.

Introducción

La búsqueda de códigos de conducta de alcance internacional, ha cobrado importancia en los últimos años, como una de las herramientas de gestión ética y de responsabilidad social, así, la importancia de la ética se ha incrementado como consecuencia de la velocidad, con que se producen los cambios, a raíz de la capacidad que ha adquirido el ser humano a partir del desarrollo científico y del dominio tecnológico.

Al respecto (Cortina, 2000a), refiere que el fin de la ética no es indicar lo que hay que hacer, es teoría filosófica de la acción y su tarea es dar razón filosófica de la moral. Del mismo modo (Guédez, 2006), enfatiza que en términos prácticos la organización debe asumir la ética como un asunto de principios. En este mismo sentido (Seijo et al., 2008), expone que dentro de las decisiones responsables que una organización debe tomar, está presente la responsabilidad social, como una filosofía de gestión ética de los impactos que generan las organizaciones en su entorno.

En virtud de lo anterior, se puede hacer una aproximación de lo que ha sido la ética y la responsabilidad social en las instituciones de educación superior. Considerando, que en los últimos años las universidades han tomado un lugar importante e indispensable en la vida cotidiana de los individuos de nuestra sociedad. Siendo entonces, las universidades entidades donde se forjan hombres y mujeres, la responsabilidad, es doble. En este sentido, son las universidades en cumplimiento de ese rol, las responsables de ejercer una gestión universitaria con base en un conjunto de valores plenamente identificados.

En este sentido (Seijo et al., 2008), refieren, que el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona; son

guías que otorgan determinado curso de la conducta de cada grupo social, donde el proceso educativo se hace insoslayable. Del mismo modo (Guédez, 2006), puntualiza el aporte de la educación considerándolo como fuente de los conocimientos necesarios para asumir las tareas productivas. Se puede argumentar, entonces, que en la actualidad, las instituciones educativas desempeñan un papel muy importante en la vida de las personas y las comunidades.

En virtud de lo anterior, el propósito del presente artículo es analizar cómo están asumiendo la ética y la responsabilidad social la Universidad de La Guajira (Colombia) y la Universidad Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas (Venezuela), en cada uno de sus procesos educativos de investigación, extensión, formación y gestión. Dado los impactos que cada una de ellas genera en los diferentes grupos de interés.

Plataforma Ética: direccionamiento estratégico de la institución

En las últimas décadas muchas empresas han redactado y promulgado diversos documentos formales de ética, propiciando un interés por analizarlos desde diferentes perspectivas, pero sin duda el motivo principal de estas investigaciones por el tema, es conocer las razones por las cuales se han introducido dichos documentos en las empresas. Según (Barragán et al., 2004), los motivos para la implementación de estos, son mantener una buena reputación corporativa, asumir la responsabilidad social de la empresa y ayudar a mantener altos estándares de comportamiento ético, entre otros.

Desde esta perspectiva (Cortina, 2000b), argumenta que dentro de las organizaciones para diseñar la ética se requiere determinar, cuál es su fin específico, y qué valores es preciso incorporar para alcanzarlos; indagar los hábitos que han de ir adquiriendo las organizaciones para asumir los valores e ir forjando el carácter, que les permita deliberar y tomar decisiones acertadas. En ese mismo orden (De Michele, 1998), explica que la empresa debe implementar estrategias empresariales que le permitan fortalecer sus valores, obtener transparencia y confianza.

Por lo tanto, es necesario que estas instituciones tengan definidos unos lineamientos, que les permitan identificarse con todos sus miembros. Para ello, se necesita que los mismos, no solo sean conocidos por todos los miembros de la organización, sino que además hayan participado en su elaboración. Sin embargo, se debe tener cuidado a la hora de promulgarlos, dado que pueden llegar a constituir un obstáculo en el funcionamiento de una organización, por su misma rigidez y obligatoriedad.

Lo dicho anteriormente, debe obligar a los gerentes y directivos a repensar, cuales son los documentos que son realmente necesarios implementar para contribuir a la imagen y reputación de la empresa, sin llegar a atentar contra el bienestar general de la misma. De tal manera que la existencia de estos documentos garanticen la participación de los

empleados en la marcha de la empresa y en las decisiones que les conciernen como una estrategia a largo plazo de la organización.

Desde estos constructos, se puede decir, que las organizaciones, especialmente las de educación superior, están llamadas, por el mismo dinamismo del sector, de continuo cambio y problematización a desarrollar una visión a futuro, ya que sin duda esta tendrá una incidencia en el desarrollo y transformación de las sociedades modernas, que se van produciendo en el mundo educativo. Por ello, uno de los aspectos imprescindibles, que debe contemplar la empresa son los códigos éticos, los cuales bajo la perspectiva de (Cortina, 2000b), son un conjunto de normas, principios, guías o directrices, que la empresa elabora con el fin de clarificar las relaciones que establece. Así mismo (De la Cuesta et al., 2003), argumentan que estos son un conjunto de reglas sobre las prácticas de negocios.

En virtud de lo anterior, los códigos de ética son utilizados como mecanismos para asegurar la toma de decisiones éticas. Por lo tanto, estos deben ser asumidos por sus miembros, ya que el no acatamiento de los mismos puede llegar a generar una sanción moral, que debe implicar para el individuo una sanción mayor que la legal, y por el contrario el respeto de los mismos puede permitir la confianza en la institución.

Estos sin embargo, no deben constituirse en un obstáculo, por el contrario deben ser el producto de una decisión gerencial, de hacer públicas las pautas con las que quiere identificar a su empresa y orientar la conducta de los miembros de su organización. En conclusión, la sociedad exige a las empresas, una conducta moral que va más allá de lo establecido en las leyes, dado los cambios sociales que se suscitan permanentemente, llevando a las empresas a definir códigos de conducta, basados en valores socialmente aceptados y a atenerse a la obediencia de ellos en sus actuaciones.

Dilemas Éticos: Perversidad y transparencia en la actuación de la organización

En la actualidad, los gerentes enfrentan problemas éticos, los cuales se manifiestan en la conducta de los individuos, al cometer actos deshonestos, desleales, o irresponsables, los cuales pueden darse a niveles personales, organizacionales, profesionales, sociales e incluso globales. No es fácil obrar correctamente desde el punto de vista ético, considerando además que en este ámbito no hay recetas, por lo que es necesario desarrollar un sólido y amplio conocimiento ético que pueda iluminar adecuadamente la racionalidad ética a la hora de tomar una decisión.

De acuerdo a lo establecido por (Etkin, 1998), las cuestiones éticas, no pueden tratarse como si fueran problemas de optimización de decisiones, dado que la ética no es una simple discusión acerca de los criterios para la elección de una estrategia de comportamiento. En el mismo orden de ideas (Cortina, 2003), argumenta que en esta época en la que puede considerarse postmoderna, el dilema ético es proporcionado por la era de

la información y las comunicaciones, dado que en ellas las empresas se encuentran con nuevos desafíos, que pueden convertirse en obstáculos o, por el contrario en oportunidades de crecimiento.

No cabe duda entonces, que los gerentes enfrentan muchas situaciones que representan dilemas éticos, y abarcan así mismo, a los miembros y participantes de una empresa. Así, dentro de estos dilemas, se encuentra la transparencia, la cual en el planteamiento de Seijo et al. (2008), se ha constituido en un valor imprescindible para garantizar un desempeño libre de zonas grises y eliminar la corrupción del marco empresarial, al respecto (Etkin, 1998), argumenta que se requiere transparencia en las comunicaciones, reafirmar la identidad y la cultura organizacional y poner al descubierto la doble moral de quienes ejercen el poder en forma arbitraria o compulsiva.

Es conveniente señalar, que este concepto considerado por muchos autores como principio, tiene diferentes abordajes, desde el punto de vista: jurídico, político, ético y organizacional. Lo que ha demostrado que es un concepto multifacético. Así, la transparencia es un pilar fundamental de la integridad. Si no hay transparencia, difícilmente otras reglas como la solución de conflictos de intereses, la justicia, la rendición de cuentas, la participación ciudadana y el control social, serán factibles de conseguir.

Del mismo modo la opacidad, definida por (Etkin, 1998), como la doble moral implica, opacidad en la organización, por cuanto existen diferencias entre el pensar, el decir y el hacer. Así mismo (Cortina, 2000c), señala que las organizaciones han enarbolado las éticas de máximos como propuestas sociales, en donde los máximos representan aspiraciones privadas de felicidad y no de justicia. Por ello ante la incapacidad de brindar felicidad muchos de los que se ven cerca del poder de administrar optan por establecer mecanismos anómalos para construir su felicidad particular a las de un reducido grupo, pero vulnerando los mínimos de justicia que son patrimonio exigible para todos.

Por tanto, la opacidad, viene a constituir lo oscuro, lo opaco lo no transparente, lo corrupto, lo perverso, la doble moral, el doble discurso en las organizaciones. Lo cual es un llamado de atención a la realidad empresarial, social, económica, financiera, política para rechazar cualquier práctica que vaya en consonancia con cualquiera de estos aspectos, dada las consecuencias, que sin duda son indeseables y llevan a cualquier organización a desaparecer.

Responsabilidad Social: Una ventaja competitiva de la empresa

Tanto la ética como la responsabilidad social, representan una ventaja competitiva para las organizaciones hoy en día, en donde estas pueden llegar a evolucionar hasta llegar a conciliar los intereses de los accionistas con las demandas de los diferentes grupos de intereses con los que interactúa. Por lo tanto esta responsabilidad social debe estar funda-

mentada en principios y valores que regulen las relaciones y la conducta de los miembros de la misma.

En este contexto (Guédez, 2006), argumenta, que es necesario fundamentar el origen y naturaleza de la responsabilidad social, es decir conocer los fundamentos que proceden de analizar los porqué y los para qué de esta. Así mismo (García, 2000), refiere que la responsabilidad social es un recurso estratégico fundamentado en la responsabilidad moral, por lo tanto la aportación social y ecológica de la empresa es una obligación moral, en donde la ética se puede utilizar desde la idea de la consideración de igual de todos los intereses legítimos en juego, solo así funciona la confianza o la responsabilidad como recurso moral.

Se puede argumentar, entonces que las empresas como pilar fundamental sobre el que se asientan las sociedades y el ciudadano como tal, demanda que junto a su actividad económica, conceda más importancia a aspectos como las buenas relaciones laborales, comportamiento ético y a actividades que preserven el medio ambiente y el desarrollo económico.

En virtud de ello, una nueva forma de hacer negocios se basa en una ética de la responsabilidad. Por ello, tomando conciencia de la implicancia de sus operaciones, una empresa socialmente responsable sólo podrá ser aquella que, avanzando un paso más allá del cumplimiento legal y de la maximización tradicional de los beneficios, integre voluntariamente en sus prácticas operativas y comerciales consideraciones de índole ética, social y medioambiental.

Cabe señalar, que el docente debe ser capaz de ofrecer una educación que despierte el pleno potencial del ser, capaz de proponer y argumentar ideas, que respete la diversidad, que fortalezca sus valores sociales, familiares, institucionales y humanos (Elegido, 1998), argumenta que debe haber una disposición de los empleados a consagrar sus esfuerzos para promover los intereses comunes de la firma.

En razón de lo anterior, las universidades deben contribuir al desarrollo de potencialidades en los individuos a través de la formación de valores, que promueva la igualdad de oportunidades, la inclusión de los excluidos, la justicia social, la equidad, la transparencia y el dialogo. Así mismo, estas deben contribuir de forma equilibrada, al desarrollo social, cultural, económico y medioambiental del entorno y las comunidades en las cuales se desarrollan. Con el fin de incentivar a las comunidades donde se desarrolla a buenas prácticas, en el tema de la responsabilidad social.

Ámbito económico, social y ambiental de la responsabilidad social

Los rápidos cambios que ha sufrido la sociedad, junto al proceso de la globalización, ha facilitado que los ciudadanos y consumidores tengan un mayor acceso a la información, ello ha permitido conocer tanto las buenas prácticas como los grandes errores cometidos por muchas empresas en el mundo, como consecuencia de actuaciones irresponsables causan-

do grande daños ecológicos, sociales y económicos. Todo ello ha propiciado la aparición de diversos ámbitos de un discurso centrado en la responsabilidad social que las empresas tienen más allá de sus resultados económicos y los efectos de su actuación en el entorno en que operan.

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

Al respecto (Soto et al., 2007), refieren, que las dimensiones de la responsabilidad social, están orientadas hacia el interior y el exterior de las empresas. En la misma línea (De la Cuesta et al., 2003), argumentan que las áreas de responsabilidad social son, económicas, socioculturales y medioambientales. Por lo tanto, la empresa deberá establecer sus prioridades dentro de los aspectos descritos anteriormente. De acuerdo con esto, se puede argumentar que en cada una de las áreas, se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa; todas ellas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia.

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

En este sentido, en su dimensión económica, según (De la Cuesta et al., 2003), se traduce en búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para el accionista y para (Soto et al., 2007), las relaciones con sus empleados deben estar regidas, por los principios básicos de la cultura de la empresa, sin embargo, su responsabilidad va más allá de buscar objetivos financieros, a satisfacer necesidades del medio socioeconómico. Por otro lado, en su dimensión social la responsabilidad social, tiene en cuenta que la principal función de una empresa consiste en crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar de este modo beneficios para sus propietarios y accionistas así como bienestar para la sociedad en su conjunto.

Se considera entonces, que no es posible lograr un crecimiento sostenible de los resultados, si las empresas no contemplan en su estrategia prácticas socialmente responsables. De esta manera el desarrollo empresarial a largo plazo va íntimamente ligado al desarrollo social del entorno en que operan, a la hora de asegurar las empresas su liderazgo en su ámbito de actuación. Siguiendo a (Amaranta, 1989), pero desde un punto de

vista empresarial o corporativo, reconocer una dimensión ética y socialmente responsable en la vida de la empresa no implica establecer valores éticos ni normas particulares. Se trata sólo de reconocer que esa dimensión ética existe y que hay que tenerla en cuenta.

En forma sintomática, en su dimensión medioambiental, según argumentan (De la Cuesta et al., 2003), es afectada por cualquier decisión y acción que tome la empresa, ya sea a través del consumo de los recursos naturales o contaminando. Por ello la empresa debe contribuir al desarrollo sostenible.

En virtud de lo anterior, las empresas que tienen un comportamiento socialmente responsable, diseñan sus estrategias y establecen sus procedimientos internos de gestión teniendo en cuenta no solo la dimensión económica de sus acciones, sino también la social y la medioambiental. De esta manera la creciente preocupación por el desarrollo sustentable de las empresas, ha llevado a un escenario complejo, dada la preocupación medioambiental en las políticas y prácticas de las empresas, en sus estrategias comerciales y en la manera de establecer vínculo entre los diferentes grupos de interés.

Metodología

El enfoque epistemológico utilizado es cualitativo, del cual Martínez (2004), refiere que es que trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, y es por su propia naturaleza, dialéctica y sistémica.

Para recolectar la información se utilizó como instrumento la entrevista semiestructurada mediante la observación del participante, entendida como las percepciones de la investigadora sobre el grupo de estudio. La cual es un instrumento compuesto por un guion de preguntas, cuyos interrogantes pueden ser adaptados a situaciones particulares, así mismo, se utilizaron grabaciones de audio y revisión documental, las cuales fueron confrontadas a través de la técnica de triangulación.

La técnica de abordaje, fue la etnografía, definida por (Martínez, 2004), como un estudio analítico, descriptivo e interpretativo en el que prevalecen la observación participante, centrandó su atención en un ambiente natural, evitando manipulación de las variables, la recolección de información entonces, está relacionada al estado real de los valores éticos y responsabilidad social, tal como se presentaron en el momento de su recolección sin realizar inferencias ni verificar hipótesis. La población estuvo constituida por dos universidades públicas. Dadas sus características, se tomaron como unidades de estudio, sin ningún criterio muestral a los decanos y coordinadores de programas de la Universidad Nacional Experimental politécnica de la Fuerza Armada Nacional del Estado Zulia y la Universidad de la Guajira.

Resultados de la investigación

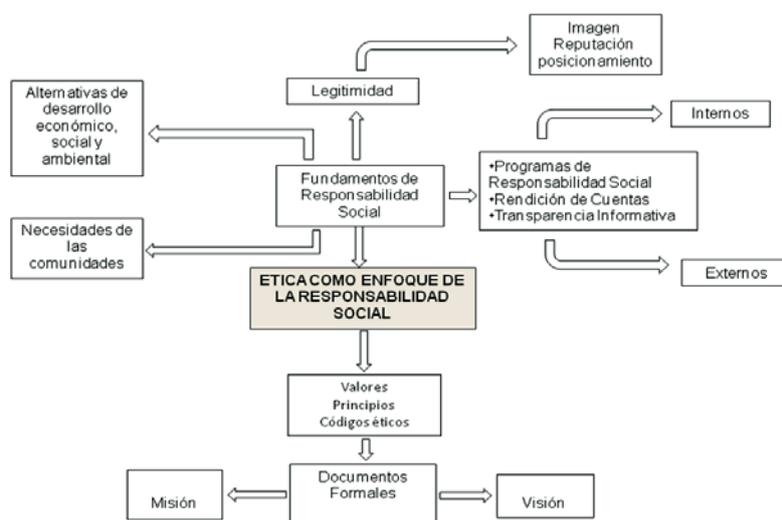
Al revisar los datos obtenidos, producto de las entrevistas aplicadas a los decanos y directivos del programa de ingeniería de las universidades en estudio, se pudo observar lo siguiente.

En lo referente a la plataformas ética, que la actitud de estos hacia la ética como fundamento de la responsabilidad social, es muy similar, dado que la mayoría de ellos aceptan que estas instituciones, tienen claramente definidos unos valores y principios éticos que rigen su actuación, sin embargo se develan algunas inconformidades sobre esta misma actuación, como son: Falta de transparencia en los procesos educativos, conflictos entre empleados y directivos, deficiente comunicación, falta de programas de responsabilidad social. Las reflexiones anteriores hacen que los empleados no perciban la ética como el soporte de la responsabilidad social que asumen, sino como mera filantropía.

Contrariamente, la aceptación de los empleados y directivos está basada en: Sentido de pertenencia hacia la institución, identificación con los valores y principios que se manejan en la institución, ya que esta como tal, les brinda la seguridad de un trabajo digno y estable y respaldo en la salud, la oportunidad de formación a los docentes, los auxilios a los estudiantes, que mejoran su calidad de vida, la vinculación con el sector productivo y empresarial, para sacar adelante proyectos que beneficien a ambos, preocupación por el medio ambiente, e intervención en el mejoramiento del mismo. De esta manera, la gestión ética de estas universidades no es dinámica, ya que en su accionar no orienta los procesos estratégicos ni misionales en la institución.

En referencia a los dilemas éticos, los informantes claves coinciden en que la ética no es considerada como la base fundamental de las decisiones de los directivos, por lo cual estas no cumplen su responsabilidad de forma adecuada, pero, si se sustentara en los valores éticos sería capaz de alcanzar sus objetivo económicos y sociales de forma eficaz y eficiente, eliminando significativamente los abusos hacia sus trabajadores y ofreciendo mejores oportunidades de desarrollo y crecimiento de sus habilidades y competencias. Esto evitaría los dilemas que se presentan, dándole transparencia a la actuación de la institución.

Con relación a la responsabilidad social, en la práctica está orientada más a la parte económica que a la social o ambiental, dado que no consolida un sistema de valores internos, sustentados en su misión crítica y transformadora, su visión, sus estrategias y su clima político social, para la conquista de objetivos de carácter académico, relacionados con la docencia, investigación y extensión. Sin embargo, son muchas las iniciativas que al respecto se están haciendo para mejorar esta actuación. Los aspectos anteriores, se sintetizan en el siguiente diagrama.



Fuente: Rangel (2010).

En este orden de ideas, la comparación de los distintos elementos categorizados a través de las entrevistas a los informantes claves, permitió establecer un constructo teórico. En donde la práctica de la responsabilidad social, teniendo como enfoque la ética, puede asumirse desde tres perspectivas: la transmisión del conocimiento, su eticidad y el comportamiento responsable que asuman ante sus diferentes grupos de interés. El conocimiento, porque es el deber ser de estas instituciones y a través de él pueden contribuir a formar mejores personas, con una mejor calidad de vida, que puedan conseguir un mayor desarrollo personal y profesional, además de servir para promover la investigación en estas instituciones.

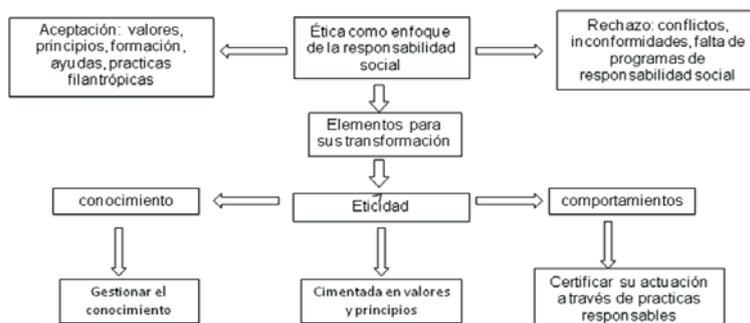
Su eticidad, dado que está fundamentada en los valores y principios por los que se rigen estas instituciones, por lo tanto también sus empleados y comunidad universitaria en general, en virtud de lo anterior debe servir de enfoque a las buenas prácticas de responsabilidad social que la institución asuma. El comportamiento, de las mismas ante los principios y valores que van a regir sus prácticas socialmente responsables. Porque estos son los fundamentos que deben regir su actuación si quiere lograr una legitimidad, imagen, reputación y posicionamiento ante los diferentes grupos de interés.

De lo expuesto anteriormente, la actitud de los informantes no es totalmente desfavorable, sin embargo es evidente que existen factores que hay que mejorar a través de una mejor comunicación, transparencia en los procesos educativos, rendición de cuentas y la adopción de mejores prácticas de responsabilidad social.

En virtud de lo anterior, la ética como enfoque de la responsabilidad social es un proceso necesario en la práctica educativa por lo tanto debe estar establecido como elemento indispensable en el quehacer institucional de estas instituciones. Este camino para transformar, la concepción de conocimientos, eticidad y comportamientos que actualmente identifican a la institución, aun cuando los informantes manifiestan que la ética como enfoque de la responsabilidad social, es un recurso valioso que deben adoptar para mejorar su actuación.

De acuerdo con esto (Soto et al., 2007), refieren que la responsabilidad social es un estilo de ser de la organización y de cada una de las personas que la integran, por ello hay que gestionarla, coincidiendo cuando al respecto la Unión Europea en su libro verde (2001), manifiesta, que este es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más sano. De allí entonces que la responsabilidad social debe ser una estrategia de la organización en respuesta a las diversas presiones políticas, sociales, económicas y ambientales que sus diversos stakeholders esperan de ella. Esto se refleja en el siguiente diagrama.

Diagrama de Integración y refinación de la teoría sobre la ética como enfoque de la responsabilidad social



Fuente: Rangel (2010).

Conclusiones

En el desarrollo de la presente investigación se observó, que las universidades públicas, reconocen que la responsabilidad social de sus acciones tiene como enfoque a la ética, por lo tanto esta se constituye en la práctica de su responsabilidad social, lo cual se pudo corroborar en la entrevista aplicada a los informantes claves. En virtud de lo anterior, se presentan las siguientes conclusiones en función de los resultados obtenidos en la investigación.

En cuanto a la plataforma ética, se pudo evidenciar que estas instituciones cuentan con los documentos formales que direccionan su actuación, dentro de ellos: la misión, la visión, los valores y principios, sin embargo no tienen plenamente establecidos códigos de ética como lineamientos que puedan guiar su conducta y que les brinde un sentido de pertenencia con la misma.

De otro lado, los directivos entrevistados manifestaron, que el significado que ellos le dan a la ética, va encaminado a los principios, valores y normas morales que rigen la conducta de los individuos en sociedad, expresando además que estos son cultivados desde el propio hogar. Manifiestan también, que las acciones que ellos ejercen como directivos están fundamentadas en estos principios.

En referencia, a los dilemas éticos que se presentan, los informantes vislumbran prácticas desleales con los trabajadores, a pesar de ser regidas por principios éticos muy bien definidos por los empleados, dichas prácticas, conllevan a dilemas éticos en las relaciones entre empleados y directivos, debido muchas veces a la falta de una buena comunicación, que les permita confrontar sus necesidades y deseos.

En relación, a la responsabilidad social como ventaja competitiva, los informantes manifiestan, que está fundamentada prácticamente en la ética, imagen, posicionamiento y reputación que proyectan ante sus diferentes grupos de interés. Sin embargo, si bien es cierto que se pudo observar que los directivos entrevistados poseen un alto sentido ético de la institución, estos consideran que la institución no cuentan básicamente con programas de responsabilidad social plenamente definidos, sino más bien con acciones filantrópicas productos de su quehacer institucional.

Por lo tanto no representa una ventaja competitiva, dado a que el criterio que más prevalece en ambas instituciones es el criterio político, debido a que el carácter público de estas limitan la libertad en cuanto a las acciones de la misma, ante sus diferentes grupos de interés, lo que de alguna forma no permite que se dé una transparencia en los procesos debido a la falta de rendición de cuentas que hacen, esto a pesar de contar con sistemas de gestión plenamente establecidos para dirigir estas acciones.

Por último, en cuanto a los ámbitos que la empresa cubre en su responsabilidad, los informantes manifestaron, que además del beneficio económico, se propende por algunas acciones responsables con la sociedad, a través de proyectos que benefician a la sociedad, Por otro lado, en cuanto a la involucración en acciones tendientes a la conservación del medio ambiente, se pudo conocer, que si bien es cierto que se emprenden acciones que contribuyen a la conservación del medio ambiente, se necesita un mayor compromiso para fomentar un verdadero sentido responsable que vislumbre acciones bien definidas en pro del mismo.

Finalmente se pudo concluir, que estas instituciones, tienen en cuenta medianamente la ética como enfoque de su responsabilidad social, sin embargo necesitan asumir un mayor compromiso de los impactos que sus acciones causan a los diferentes stakeholders.

Reflexiones finales

Después de analizar la información suministrada por cada uno de los informantes claves, se pueden hacer las siguientes recomendaciones, con el fin de que estas organizaciones mejoren su desempeño.

En primer lugar es necesario que en la Universidad de la Guajira, se establezca un código de ética, que pueda guiar el comportamiento de los empleados y que les brinde un sentido de pertenencia con la misma.

De la misma forma, es necesario que se mejore la comunicación, en todos los sentidos, con el fin de poder evitar malos entendidos que sigan obstaculizando el buen desarrollo de estas instituciones.

Se recomienda también, que los directivos, rindan cuentas de sus actividades, con el fin de lograr una transparencia en el desarrollo de sus actividades.

Se sugiere también, que a la hora de tomar decisiones, se tenga en cuenta no solo el criterio político, sino que se traten de gestionar métodos y procedimientos que permitan que otros criterios como el social y el ambiental, puedan ser considerados.

De la misma forma, se recomienda que tener en cuenta el bienestar de los trabajadores, ya que de este depende la calidad de vida que la institución les proporcione (salario a tiempo).

Por último se necesita que estas instituciones adquieran un mayor compromiso y emprendan programas de responsabilidad social que beneficien no solo a las comunidades donde actúan, sino a sus clientes internos. De esta manera pueden lograr un mejor desempeño y posicionamiento.

Referencias bibliográficas

- Amaranta, Sen (1989). **Sobre Ética y Economía**, Alianza Universidad, Madrid, España.
- Barragán, Julia. Francés, Pedro (2004). **Ética Empresarial: una responsabilidad de las organizaciones**. Editorial Torino. Venezuela
- Cortina, Adela (2003). **Construir Confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones**. Editorial Trotta. Madrid.
- _____ (2000a). **Ética sin Moral** (4^{ta} edición). Editorial Tecno. Madrid.
- _____ (2000b). **Ética de la Empresa**. Editorial Trotta edición. Bogotá. Editorial el Búho Ltda.
- _____ (2000c). **La Ética de la Sociedad Civil**. Madrid - España. Editorial Alauda Anaya.
- De La Cuesta, Martha (2004). **El Porqué de la Responsabilidad Social Corporativa**. Boletín económico de ICE No. 2813.

- De La Cuesta, Martha y Valor, Carmen (2003). **Responsabilidad Social de la Empresa**. Boletín económico de ICE No. 2755.
- De Michele, Roberto (1998). **Los Códigos de Ética en las Empresas: instrucciones para desarrollar una política de reglas claras en su organización**. Editorial Granica. México.
- Elegido, Juan (1998). **Fundamentos de Ética de Empresa**. México. Sociedad panamericana de estudios empresariales, A.C.
- Etkin, Jorge Ricardo (1998). **La Doble Moral de las Organizaciones: los sistemas perversos y la corrupción institucional** (2^{da} edición). Madrid-España. Editorial Mc Graw Hill.
- García Marza, Domingo (2000). **Responsabilidad Social y Balance Social de la empresa**. Madrid-Fundación Mapfre.
- Guédez, Víctor (2006). **Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. Caracas-Venezuela. Editorial Planeta.
- Martínez, Miguélez (2004). **Nuevos paradigmas de investigación**. Editorial Trillas. México.
- Rangel, Olivia (2010). **Ética como Enfoque de la Responsabilidad Social en Universidades Públicas**. Tesis Doctoral. Universidad Rafael Bellosó Chacín. Maracaibo Venezuela.
- Seijo Cristina y Ávila, Maritza (2008). **Valores Éticos y Responsabilidad Social Empresarial: una plataforma gerencial en universidades privadas**. Maracaibo-Venezuela.
- Soto, Eduardo y Cárdenas, José (2007). **Ética en las Organizaciones**. 2^{da} edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Unión Europea (2001). **Libro verde "Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas"**. COM. Bruselas N18-07.2001.