

**UNIVERSIDAD Y EMPRESA: UN BINOMIO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SIGLO XXI**

**UNIVERSITY AND ENTERPRISE: A COMBINATION OF SOCIAL
RESPONSIBILITY IN THE 21ST CENTURY**

**UNIVERSIDADE E EMPRESA: UMA COMBINAÇÃO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SÉCULO XXI**

Por: HERNÁNDEZ ARTEAGA - Isabel, MORA GARCÍA - José Pascual, LUNA - José Alberto

Pos-doctora en Investigación Cualitativa, Estudios Avanzados CEA. Doctora en Ciencias de la Educación, Universidad de Nariño. Docente investigadora del Centro de Investigaciones en Docencia Universitaria, Universidad Cooperativa de Colombia sede Bogotá. Email: Isabel.hernandez@ucc.edu.co, Colombia.

Doctor en Historia Económica y Social de Venezuela, Doctor en Pedagogía, Universidad Rovira I Virgili. Doctor en filosofía, Universidad de Los Andes de Venezuela. Docente Asociado y Coordinador de Postgrados Universidad de Los Andes, Táchira Venezuela. Email: pascualmoraster@gmail.com, Venezuela.

Magister en Neuropsicología Clínica, Universidad San Buenaventura sede Bogotá. Docente del Programa de Psicología de la Universidad Mariana. Email: j-luna@umarianahotmail.com, Colombia.

Recibido: 5 de junio de 2016

Aprobación definitiva: 3 de octubre de 2016

RESUMEN

Este artículo de revisión resultado de investigación en el tema, la cual posibilitó la articulación de empresarios e investigadores, tiene como propósito el rastreo de las tendencias teóricas conceptuales sobre la responsabilidad social que deben cumplir la universidad y la empresa frente a la formación de profesionales y al desarrollo regional. Metodología: Se realizó una revisión documental bibliográfica en cuyos objetivos estudian la relación universidad–empresa y su responsabilidad social en los diez últimos años. Resultados: La responsabilidad social de la universidad se asume desde su vinculación con el entorno, donde su misión se centra en la formación de profesionales y el desarrollo e innovación del conocimiento. Por su parte, la responsabilidad social de la empresa es una exigencia del contexto, constituyéndose en valor agregado, y en ventaja competitiva que le permite posicionarse en su campo. Conclusión: La relación Universidad-Empresa está rodeada de agentes activos y reactivos que determinan interrelaciones necesarias para su evolución.

Palabras clave: Conocimiento, empresa, relación universidad-empresa, responsabilidad social, universidad.

JEL: D8, M1, A12; M14, A21

ABSTRACT

This article of review result of research in the theme, which enabled the joint of entrepreneurs e researchers, has as purpose the tracking of them trends theoretical conceptual on it responsibility social that must meet the University and the company facing the training of professional and to the development regional. Methodology: He was a documentary review in which study the relationship University - business in the past ten years. Results: the responsibility social of the University is assumes from its bonding with the environment, where its mission is focused in the training of professional and the development e innovation of the knowledge. By its part, the liability social of the company is a requirement of the context, constituting is in value added, and in advantage competitive that you allows position is in his field. Conclusion: the relation University is surrounded of agents active and reagents that determine interrelations necessary for its evolution.

Key words: Knowledge, company, university-business, social responsibility, university.

JEL: D8, M1, A12; M14, A21

RESUMO

Este artigo de revisão de resultado de pesquisa no tema, que permitiu a articulação de pesquisadores e de empresários, tem como finalidade o acompanhamento deles Tendências teórico conceitual nele responsabilidade social que deve atender a Universidade e a empresa virada para a formação do profissional e para o desenvolvimento regional. Metodologia: Foi realizado um bibliográfica revisão documental em que estudo a relação universidade - empresa nos últimos dez anos. Resultados: a responsabilidade social da Universidade é de pressupõe de sua ligação com o ambiente, onde sua missão é focada na formação do profissional e a inovação e de desenvolvimento do conhecimento. Por seu turno, a responsabilidade social da empresa é uma exigência do contexto, criando valor acrescentado e a vantagem competitiva que permite posicionar-se em seu campo. Conclusão: a relação universidade está rodeada de agentes ativos e reagentes que determinam as inter-relações necessárias para sua evolução.

Palavras chave: conhecimento, empresa, relação entre, responsabilidade social, Universidade.

JEL: D8, M1, A12; M14, A21

INTRODUCCIÓN

Para la universidad del siglo XXI es una prioridad promover y poner en práctica acciones que visibilicen el cumplimiento de su responsabilidad social; por ello, debe acercarse al concepto como organización que a través de sus funciones sustantivas propicia la formación integral de la persona, el ciudadano y el profesional; y desde la investigación, orienta la creación, desarrollo e innovación del conocimiento para lograr impactos particulares en la sociedad, diferentes a aquellos que generan otras organizaciones como la empresa o el Estado.

Estimular la relación Universidad-Empresa (UE) debe ser compromiso de todos para el desarrollo de la región y del país. La academia y la empresa, se constituyen en protagonistas que le dan vida y fortalecen dicha relación interdisciplinar e interinstitucional, característica que acerca a los investigadores al conocimiento de la realidad empresarial, para en conjunto con este sector hacer propuestas innovadoras que aumenten la capacidad de competitividad regional.

Los avances sobre el tema de responsabilidad social universitaria y empresarial, proponen una meta contextual de análisis del espacio para la creación, el desarrollo, la transferencia y la innovación del conocimiento y la reflexión acerca de su rol en la sociedad. Frente a la complejidad de los retos que la globalidad impone a estas organizaciones, les corresponde la responsabilidad de vincularse con la sociedad en la comprensión de sus problemas y desafíos, para afrontarlos de manera eficaz; por esta razón, para la universidad y la empresa del siglo XXI, es prioridad promover acciones que visibilicen el cumplimiento de la responsabilidad social a través de sus funciones sustantivas, propiciando el desarrollo desde la dimensión humana.

La universidad, por su capacidad de liderazgo en materia de creación, promoción e innovación de conocimiento, se constituye en orientadora por excelencia de la relación UE, frente a la búsqueda de soluciones a problemas de la sociedad, alcanzando niveles superiores de educación en la formación de ciudadanos comprometidos con el *bien-estar* del hombre en su contexto. De esta forma, una educación comprometida con los objetivos de la sociedad, se constituye en generadora de múltiples posibilidades que propenden por alcanzar la interrelación UE, finalidad que permite acercar la educación superior a los contextos sociales, económicos, culturales y del medio ambiente para cumplir su responsabilidad. Hoy la universidad, como formadora del talento humano, tiene un compromiso social, ligado a la creación e innovación del conocimiento, agregando valor tanto a los procesos como a los servicios, en un esfuerzo articulado con el sector productivo.

Esta reflexión sobre responsabilidad social, particularmente sobre la que deben cumplir tanto la universidad como la empresa, al tiempo que evidencia la importancia de la relación UE, como una estrategia para propiciar el desarrollo de innovación mediante la asociatividad de los sectores educativo y empresarial, propende por la generación de capacidad competitiva para propiciar relaciones que apoyen el avance de la ciencia, la tecnología y los procesos de innovación, encaminada a incrementar la productividad y la competitividad.

La revisión documental bibliográfica se estructuró en cuatro partes: la primera, referida al concepto de responsabilidad social como elemento fundamental en la relación de las entidades de cualquier tipo, con la sociedad a la que pertenecen. La segunda, presenta desde diferentes ópticas la responsabilidad que debe asumir la universidad frente a la sociedad, puntualizando que además de formar profesionales de calidad, tiene la misión de crear y recrear conocimiento pertinente para la sociedad. Tercero, se analiza la responsabilidad de la empresa, como organización que asume procesos de innovación para la competitividad. El cuarto, identifica la relación universidad empresa frente a procesos acelerados de cambios. Fortalecer esta relación significa impactar las condiciones de vida de la sociedad, instaurando escenarios de confianza entre estos sectores, en favor de la región de la que son parte.

1. ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

En el mundo globalizado es común hablar de Responsabilidad Social (RS). La empresa y la universidad, abordan este concepto desde sus ópticas e intereses. En la actualidad, dada la demanda de la sociedad a la universidad para el cumplimiento de su responsabilidad, se crea y consolida la cultura de calidad en la educación superior, la cual tiene como finalidad en este caso en particular, acercar el quehacer de la universidad y dinamizarlo en relación con las necesidades de la sociedad a la que pertenece. Por tanto, la relación universidad – sociedad se reconoce como extremadamente compleja y difícil de concretar suficientemente.

Un sinnúmero de definiciones la vinculan directa e indirectamente con el concepto y prácticas de desarrollo sostenible, capaces de satisfacer las necesidades presentes en la actualidad sin comprometer o implicar los recursos y las posibilidades para las futuras generaciones. El concepto de RS desde finales del siglo XX está en proceso permanente de construcción, experimentando multiplicidad de ideas, experiencias y prácticas que promulgan el establecimiento de relaciones y vínculos entre diferentes organismos; donde se destaca la relación universidad-empresa, que requiere el desarrollo de una cultura y una nueva dinámica que la motive y la fortalezca.

La conceptualización de RS según la revisión teórica, es compleja, teniendo en cuenta que su realidad y el contexto en el que se dinamiza también son complejos; hace parte de un mundo extremadamente etéreo, caracterizado por la inseguridad y la incertidumbre que demanda buscar equilibrar amenazas y oportunidades. Concuerdan los teóricos objeto de revisión, que en el concepto de RS se debe tener presente tres elementos cardinales para su comprensión a partir del perfil de la organización: primero, de qué es responsable, segundo, ante quién debe responder, y tercero, cómo se es responsable. En este sentido, la RS es un proceso donde se concretan ideas y acciones con base en el conocimiento y principios éticos para el establecimiento de relaciones en el contexto de la sociedad.

En su doble acepción ética y racional, la RS a decir de Cortés (2011), demanda a las organizaciones que respondan sobre sus acciones y consecuencias a la sociedad y a los grupos e individuos implicados en ella. Es evidente cómo la sociedad del siglo XXI insta cambios en las organizaciones, para que éstas asuman su respon-

sabilidad en los problemas existentes en el contexto social. De esta manera, Rodríguez (2012), entiende la RS como servicio para la sociedad, fruto de una gestión ética y eficiente, que sobrepasa la mera filantropía y la gestión organizacional; trascendiendo el contexto del conocimiento para concretarse en la utilidad social.

Es claro que el concepto y las prácticas de RS se rigen por ciertos enfoques y procesos de autorregulación de gestión organizacional. Según refiere Vallaey (2013), la visión de la responsabilidad social se transfiere a toda organización, teniendo en cuenta que el mundo actual funciona alrededor de éstas, y en él, se reconoce que ellas tienen responsabilidad frente al desarrollo sostenible, ya que las organizaciones están sujetas a cambios como la sociedad misma. Argandoña (2012), refiere cuatro elementos en su definición: primero, contextualizada a tres ámbitos de responsabilidad, económico, social y medioambiental; segundo, referenciada a los interlocutores ante los que la entidad se presenta como responsable; tercero, el carácter voluntario y cuarto, su integración a la política de la organización.

2. LA UNIVERSIDAD Y SU RESPONSABILIDAD ANTE LA SOCIEDAD

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es un concepto que en el mundo globalizado se generaliza y asume en la comunidad universitaria como parte de su quehacer, de sus reflexiones y discusiones académicas, en el marco de la vinculación con la comunidad y el entorno; en este contexto, las relaciones entre universidad y sociedad se están transmutando de manera permanente, teniendo en cuenta que la educación superior, como un bien público, es responsabilidad de todos; pero, a su vez, ella es responsable del *bien-estar* de la sociedad en su conjunto.

En la actualidad se entiende que la globalización impacta todos los niveles de la sociedad, el mundo se caracteriza por su labilidad e inseguridad constante, que impacta sobre el ser y el quehacer de la educación en general y de la formación profesional en particular. La responsabilidad de la universidad del siglo XXI está en formar a la persona, al ciudadano y al profesional de manera integral para enfrentar de manera eficaz estas realidades; pero la verdad, en el nuevo milenio se observa que los títulos que las universidades entregan a sus profesionales se vuelven rápidamente obsoletos, por tanto, debe prepararlos en el logro de competencias de una profesión no lineal para adaptarse a las realidades diversas y complejas.

Respecto a la globalización, uno de los grandes temas de la actualidad que obliga a la universidad a discernir criterios de pertinencia e instaurarlos en la cultura, entendiendo la cultura como identidad, Aldeanueva y Benavides (2012) entre los desafíos de la universidad destacan su influencia en los acontecimientos de la vida cultural los pueblos; por tanto, ella, se legitima socialmente en la medida que establece relaciones con el contexto para responder eficazmente a su promoción.

La RSU cobra vigencia en las dos últimas décadas, como un término de la expresión del compromiso social de la universidad, enfocada más hacia la gestión desde la ética en sus procesos, dejando de lado su compromiso desde la función sustantiva de extensión hacia la sociedad, priorizando la toma de conciencia de la universidad respecto de sus impactos en la sociedad. El concepto de RSU adquiere doble sentido; por una parte, la eficiencia en el cumplimiento de sus funciones

sustantivas, la cual es reconocida como gestión de la calidad de la educación superior; por otra parte, se encuentra la pertinencia, que implica, el cumplimiento de las funciones sustantivas en el marco de las demandas de la sociedad.

La universidad, desde su misión y sus funciones sustantivas promueve su accionar a una mayor implicación con las necesidades de la sociedad, una perspectiva ética de la RS, a partir de la cual asume el compromiso de acercar e integrar a los actores endógenos a su quehacer, pero también, a los actores exógenos; proceso a través del cual quiere significar y expresar que la RS no es privativa ni particular, tampoco exclusiva, porque ella corresponde, todos. González y Alarcón (2013) señalan que desde la misión y las funciones sustantivas, la universidad está centrada en la formación del talento humano y la investigación para el desarrollo del conocimiento y el avance de la ciencia y la tecnología, aspectos desde los cuales propone su quehacer hacia las necesidades de la sociedad.

Por su parte Cecchi, Lakonich, Pérez y Rotstein (2011), complementan señalando que, la universidad como institución tiene una función política que se traduce en la búsqueda de armonía entre fuerzas y poderes sociales, debe ejercer esta función desde su propia identidad, es decir desde el saber. La universidad como Institución de Educación Superior (IES), según afirman Pérez y Gil (2012), busca conocer e integrar sus implicaciones en el medio, para entender que su rol en la sociedad está ligado a su función como organización; tiene la obligación, por tanto, de pensar su responsabilidad con la sociedad de la que es parte. La universidad actualmente conserva la finalidad de la universidad del siglo XX, cuyo rol históricamente se centra en la formación de profesionales, para elevar el nivel educativo integral de la población y mejorar los resultados de la investigación científica que crea ciencia e impulsa el desarrollo que la región requiere.

Siendo la universidad una de las entidades donde se crea y se recrea el conocimiento, es allí donde se deben buscar y proponer las soluciones a los problemas y generar las propuestas para el aprovechamiento óptimo de las fortalezas y potencialidades existentes. A medida que la sociedad se globaliza, la universidad se ve impelida y a la vez obligada a vincularse al desarrollo regional, mediante el desarrollo de estrategias económicas, científicas y tecnológicas, a partir de las cuales propicia el relacionamiento con diversos sectores de la sociedad y potencia su aporte decidido al desarrollo regional, desde las distintas dimensiones para aportar a la comprensión de la problemática social y afrontarla. Entonces, la RSU se origina y se corresponde con su propia naturaleza, constituyéndose en un concepto complejo capaz de promover la integración de sus estamentos en busca de soluciones acordes a la problemática existente en los distintos sectores de la sociedad a la que pertenece.

La misión de la Universidad de la segunda década del siglo XXI, se ajusta a la proclamada en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI, promovida por la Unesco en París a dos años de la finalización del siglo XX; se considera un factor importante de desarrollo que procura la transformación de la sociedad de la que forma parte; presenta avance permanente en el relacionamiento con la sociedad, con el compromiso de analizar y comprender sus problemas mediante planteamientos interdisciplinarios y transdisciplinarios, que le permiten

constituirse en protagonista de la construcción de una nueva sociedad en la que se excluyen las ideas y prácticas violentas; se encuentra vinculada de lleno al mundo del trabajo y todos los demás sectores sociales.

Sobre el particular, reflexiona De La Cruz (2011) que se centra en aportar claves, no tanto sobre lo que la universidad promueve desde la responsabilidad social, sino sobre las bases y los intereses en que sustentan esas iniciativas. La universidad tiene la responsabilidad no solamente de situarse en la sociedad, sino de conocer su realidad, para desde allí estudiarla y proponer responsablemente su intervención. En este sentido, Gorrochategui (2012) señala que para comprender la RSU, se deben considerar los impactos que genera en su entorno, los que se agrupan en cuatro categorías: organizacional, educativo, cognitivo y social. Los impactos organizacional y social son comunes a toda organización, los impactos y cognitivos son específicos de la universidad.

Las exigencias de la sociedad frente a cada una de las funciones sustantivas que debe cumplir la universidad, indican insistentemente que el quehacer al interior del campus universitario debe verse proyectado directamente en la sociedad de la región a la que pertenece. De esta forma, vinculándose y haciendo parte del entorno, es posible para la universidad incluir y a la vez incrementar el valor agregado necesario a su misión institucional. Precisan Hernández y Hernández (2014), que en la medida que la universidad abra las puertas del saber y salte los lindes que la separan de su contexto para involucrarse en la vida cotidiana de la sociedad, en esa medida será su aporte al desarrollo regional; donde la universidad según Olachea (2011), se ha visto empujada a vincular su participación a partir de estrategias ligadas al desarrollo en los campos económico, científico y tecnológico, con el propósito de crear escenarios para establecer relaciones fructíferas con el sector empresarial.

La universidad ha sido en el pasado y es en el presente protagonista en los procesos de la evolución de la humanidad, procesos en los cuales, la responsabilidad es con la sociedad; por tanto su accionar académico tiene como propósito la formación integral de los profesionales para prestar servicios de calidad en los distintos sectores que componen la sociedad. En esta concepción, Vallaeys (2013), argumenta que la RSU corresponde a una nueva filosofía de gestión universitaria, que pretende al mismo tiempo soluciones innovadoras frente a los retos de la educación superior en el contexto globalizado e insostenible en sus patrones de desarrollo. Martí, Martí y Almarich (2014), consideran que en relación con la frecuencia de los comportamientos socialmente responsables influyen las dimensiones de valor, conservación y apertura al cambio.

En este nuevo contexto social, la universidad tiene una oportunidad histórica, sus demandas se han sofisticado, hay nuevas condiciones en la formación de profesionales, en las cuales se le exige asumir responsabilidades significativas para la generación de conocimientos pertinentes y útiles a la sociedad. Es una tarea que en la actualidad ha de cumplir obligatoriamente, si quiere hacer parte de la lista de universidades reconocidas por la sociedad. Según Cantú-Martínez (2013), las IES deben ajustarse al contexto de la realidad, poniendo a prueba sus estructuras

para relacionar su misión y sus funciones con las necesidades de la sociedad, en el marco de la RS.

También a la RSU en el siglo XXI se agrega el cumplimiento de la responsabilidad de velar por el equilibrio y armonía de una sociedad sostenible, que requieren la apertura de entes y espacios que den cabida a la discusión metódica sobre temas relevantes para el desarrollo de las regiones, entre las que se incluye la gran temática del medio ambiente. En esta línea, la Universidad debe saltar los lindes en los que se inscribió tradicionalmente su función y abrirse a la discusión de temas de actualidad y pertinentes, en busca de mejorar e incidir en los diferentes campos del conocimiento para impactar la calidad de vida del ser humano en su entorno.

La universidad necesita un discurso coherente y de construcción propia sobre responsabilidad, en línea con su propia misión, que se constituya en referente para asumir el compromiso frente a los retos que hoy la responsabilidad le presenta en el contexto de la sociedad a la que pertenece. La RSU demanda articulación permanente entre las funciones sustantivas de la universidad y los planes, programas, estrategias, y proyectos encaminados al fortalecimiento del desarrollo de la región.

En el siglo XXI la universidad tiene otra responsabilidad con la sociedad, debe extenderse a la formulación e implementación de estrategias para contribuir eficazmente a la creación de cultura de paz, en los espacios, contextos y procesos donde se requiera y se proponga su accionar. La RSU obliga a la universidad a observar y evaluar, pensar y a repensar mediante la lectura y la actitud crítica su quehacer y actuar en relación con las demandas y necesidades que la realidad social le presenta.

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Ligado al concepto de RSU es necesario abordar otro concepto relacionado que le precede, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE),

La cual en la segunda década del siglo XXI, Williamson, Stampe y Weber (2014) la definen como la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad, ya que las empresas integran las necesidades de lo social y medioambiental en sus operaciones e interacciones con los grupos de interés. Actualmente la RSE adquiere importancia respecto de sus alcances e implicaciones en los intereses de los empresarios, en la cultura, el desarrollo de las regiones, la calidad de vida de sus habitantes y en el medioambiente generan discusión.

Vives (2012: 52) señala que en la última década “se logran consensos sobre, que el papel de la empresa en la sociedad está en hacer negocios que beneficien a los dueños pero también a la sociedad. [...] Lamentablemente esta práctica aún dista mucho de esta visión”. Al respecto Wojtarowski, Silva, Piñar y Negrete (2016) indican que la RSE es un *corpus* que explica y fundamenta una perspectiva ética en el quehacer de las empresas; paradigma promovido por actores sociales que interactúan con la empresa y desde sectores e instituciones nacionales e internacionales que favorecen la promoción de una cultura empresarial con sentido social. Esto, implica que la empresa adopte una postura responsable sobre el impacto de sus operaciones, lo cual le garantiza sostenibilidad y crecimiento económico, ella

ha de ser parte activa de la solución y de los retos de las políticas en este campo. Kliksberg (2013), determina que, en sociedades democráticas, son las políticas públicas las que deben garantizar a todos el derecho a una vida digna y al desarrollo. En este tenor, las empresas cumplen un papel fundamental: el de cooperar para que ello se dé.

Las tendencias actuales en la RSE a decir de Zamora (2016) implican un cambio de *chip*, pasando de los proyectos pequeños y aislados a proyectos que generen estrategias capaces de integrar sus distintas áreas de trabajo, iluminadas por su teleología y que se visibilicen hacia las comunidades e integren diferentes sectores u organizaciones, llevando implícito un objetivo común: generar cambio y múltiples beneficios. Señala la autora, que es un camino complejo que requiere madurez y compromiso.

La RSE es el compromiso y la obligación de dar cuenta ante la sociedad en lo general y particularmente ante los grupos de interés, en lo específico; es la capacidad de la empresa de conocer, comprender, interpretar y dar respuesta a los requerimientos de los estamentos de la sociedad. Los elementos para comprender la RSE son tratados por Caravedo (2012), quien propone: primero, el desarrollo sostenible y la ética, que surge con la preocupación ambiental sin limitarse a ésta; dicha perspectiva origina la sostenibilidad, articulando las dimensiones ambiental, económica y social. Segundo, empresa-entorno, donde la acción empresarial se da por las interrelaciones que construye, de ellas depende su impacto económico y productivo. Tercero, regulación o autorregulación; en el nuevo paradigma es indispensable una visión amplia para percibir los impactos de su acción en su beneficio y el de la sociedad.

En este sentido, De la Cuesta, Pardo y Paredes (2015), consideran que la RSE, en el establecimiento de interrelaciones, no solamente ha de conciliar la información social, del medio ambiente, y financiera, sino que también afronta el desafío de informar a los grupos de interés sobre temas que éstos requieren; la universidad es uno de los grupos de interés que requiere información del sector empresarial para retroalimentar su misión.

Argumenta Peinado (2012), que la RSE busca garantizar que las actividades de la empresa se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer el clima de confianza entre empresa y sociedad, potenciar y contribuir al desarrollo sostenible estimulando las capacidades locales mediante cooperación con los sectores sociales; aupándose de los grupos de interés y centrándose en asuntos como la reputación y los efectos de la tendencia globalizante, en la necesidad de reflexionar y accionar de manera dinámica frente al análisis y las prácticas sobre RSE.

4. UNIVERSIDAD-EMPRESA: DESTINADAS A CAMINAR JUNTOS EN EL SIGLO XXI

Este vínculo confirma la misión de la universidad frente a procesos acelerados de cambios en los diferentes ámbitos del acontecer regional, como parte de la estrategia de prosperidad de las regiones. El fortalecimiento de la relación UE, apoya el *desarrollo local e insta a mejorar condiciones de vida de la sociedad*. Sin embargo, Gil-Bolívar (2012) cree que entre estos sectores, el académico y el empresarial, las relaciones siempre han sido frágiles, caracterizadas por la desconfianza bilateral

y una carente integración de capacidades, esto ha generado que dicho relacionamiento no haya trascendido lo suficiente del campo de la teoría.

A pesar de esto, las tendencias globalizantes demandan el fortalecimiento de procesos de integración entre academia y sector empresarial, en el diseño e implementación de estrategias de innovación para mejorar su producción y competitividad. Argumenta Ferro (2012: 7) “En esta búsqueda por alcanzar la competitividad, nuestras empresas deben acompañarse del sector educativo. La globalización, que es también del conocimiento, exige la presencia de la universidad, generadora del conocimiento por naturaleza propia”. Es por ello que la tendencia del siglo XXI en la relación UE, busca que los sectores académico y productivo logren el engranaje de sus dinámicas; estableciendo finalidades comunes para acercarse y cumplir sus funciones sustantivas particulares; desde lo académico crear, desarrollar, socializar e innovar el conocimiento; para la empresa crear y mejorar procesos eficaces y eficientes.

La universidad frente a procesos de cambio se identifica como centro de producción, desarrollo e innovación de conocimientos, según señala la Fundación CyD (2013), es una organización capaz de responder a los desafíos de una economía globalizada, que en su vinculación con el contexto, se destaca el nexo con el sector empresarial como forma de enfrentar los retos de una economía inestable, y en constante crisis.

La relación UE es un proceso que contribuye al desarrollo bilateral y, en particular al estímulo del desarrollo científico ligado al desarrollo regional. La relación universidad y sector productivo adquiere relevancia mundial por cuanto la capacidad de competir depende de las fortalezas científicas y tecnológicas. Al respecto Abello (2012), precisa que es en el fortalecimiento productivo, el desarrollo y la innovación del conocimiento, donde la universidad se identifica como un centro de producción, desarrollo e innovación de conocimientos.

Una de las apuestas de Amado (2012) para renovar esta relación es desde un programa pertinente y de calidad de las prácticas empresariales que realizan en su proceso de formación los estudiantes universitarios, una práctica que impacte el sector productivo y a la vez retroalimente los currículos de formación profesional. Pero además enfatiza la autora, que es necesario conocer algunas variables socioeconómicas y normativas, tendientes a mejorar los índices de desempleo y la competitividad del país; hecho que permite al entorno actual posibilidades laborales que se generan en los diferentes escenarios empresariales que pueden ser aprovechados por las universidades.

Plantean Hernández y Hernández (2014), que en la visión exógena de la universidad del siglo XXI, está la necesidad de desarrollar acciones coherentes entre la educación superior y las organizaciones de la sociedad civil, empresas, industria y entidades gubernamentales. Por otro lado, la visión endógena del quehacer universitario plantea una transformación integral en la cultura institucional, en sus procesos administrativos, académicos, curriculares, investigativos y de proyección social, estimulando la excelencia del servicio educativo y su impacto en la sociedad y el medio ambiente, priorizando al sector empresarial como un compromiso incluyente.

Cabe mencionar que en la relación UE la relación es bilateral, es decir, que la universidad en el desarrollo de su misión realiza aportación al entorno, pero a la vez, el entorno retorna conocimiento y experiencia, dentro del tejido de relacionamiento de lo social y económico, donde la universidad y la empresa conservan su propia identidad. Esta red de relaciones en la actualidad se ha visto impelido por la tecnología que genera cambios en el ser, el hacer, el saber y en la manera de relacionarse de las empresas, estimulando su crecimiento y desarrollo a través de acciones de cooperación con la academia, desde donde se genera el logro de competencias que permiten a la empresa el desarrollo de la innovación.

La universidad y la empresa en la corriente globalizante, se ponen de acuerdo; esta relación es cardinal para orientar el rumbo de su quehacer particular. Al respecto, opinan Malaver y Vargas (2011) que asumir este compromiso demanda trabajo mancomunado en el establecimiento de vínculos entre las distintas formas de producción e innovación, el desempeño competitivo de las empresas y sectores vinculados, así como la eficacia de las políticas públicas. Lo que constituye para la universidad una alternativa tanto para incrementar el desarrollo del conocimiento y la tecnología, como para adaptar los currículos de formación profesional a la nueva realidad.

Desde el sistema Nacional de Innovación, la importancia de la relación universidad-empresa, según señalan Dueñas y Duque (2015) introduce una perspectiva de análisis sobre la creación y uso del conocimiento, la tecnología, la innovación a partir de elementos organizacionales y económicos que dinamizan el desarrollo de las regiones. Convirtiéndose los sistemas de innovación en sistemas colaborativos y de interacción entre investigadores y empresarios, con la finalidad de intercambiar, potenciar y generar conocimiento en el marco de relaciones de confianza y compromiso. Si existe motivación tanto de la universidad como de la empresa para establecer relaciones, es posible la creación de escenarios donde florezca la confianza mutua, perduren y sean fructíferas dichas relaciones.

5. RETOS DE LA RELACIÓN UNIVERSIDAD – EMPRESA

En este espacio, los diálogos francos entre academia y empresa en la actualidad son necesarios e ineludibles para establecer correspondencia: la universidad ajustándose al marco de necesidades del mundo empresarial, que se materializa en la política definida por el Estado, siendo la participación de éste aún muy débil a inicios del siglo XXI. Pero, los alcances de la relación UE, según Cecchi, Pérez y Sanllorenti (2013) van más allá de consideraciones estrictamente epistémicas y políticas, se trata de vínculos que enriquecen las estrategias del proceso enseñanza-aprendizaje; especialmente, este reto sitúa a la universidad frente al compromiso de pensar su dimensión ética y su constitución en relación con el sector productivo en particular y con los problemas de la sociedad en general.

El reto para la empresa frente al cumplimiento de su responsabilidad social es comprender los compromisos, pero a la vez las ventajas de ser socialmente responsables, en relación con los diferentes actores de relacionamiento y reflexionando endógena y exógenamente sobre un comportamiento ético, donde exista cero tole-

rancia a comportamientos que perjudiquen la cultura de la responsabilidad social; la exigencia ética ha de ser un requisito para establecer relaciones sostenidas.

El siglo XXI demanda rentabilidad compatible con sostenibilidad, racionalizando el consumo responsable de los recursos, entendiendo y manteniendo su actividad empresarial a largo plazo. Para la RSE las personas son el corazón de la empresa, por tanto, el reto es su desarrollo personal y profesional desde la igualdad de oportunidades, porque la empresa crece al mismo ritmo que lo hacen las personas que la conforman. La RSE desde el presente y a futuro debe convertirse en una constante, convirtiéndose en testimonio y modelo a seguir mediante la puesta en marcha de buenas prácticas en busca de una sociedad mejor.

En el binomio de responsabilidad social universidad-empresa, se debe impulsar la creación, desarrollo e innovación del conocimiento, la conciencia para asumir el manejo ambiental y la vinculación de teorías empresariales a la gestión del quehacer de la universidad, convirtiéndose en política de calidad, que considera la misión, los valores, los compromisos con la sociedad, por parte del binomio universidad-empresa.

CONCLUSIONES

En esta revisión teórica sobre el tema objeto en el último quinquenio, la mayoría de los estudios coinciden en que el rol de la universidad está encaminado principalmente a apoyar al desarrollo económico de las regiones, la creación, desarrollo y divulgación de nuevos conocimientos, la creación, dinamización y consolidación del sector empresarial e incentivar la innovación y el desarrollo tecnológico, entre otras. Por tanto, la RSU en el mundo globalizado, caracterizado por la incertidumbre, debe tener un contenido movilizador, que suscite la aproximación y la convergencia entre los diferentes sectores sociales, favoreciendo la construcción de nuevos puntos de vista en la reflexión que involucra el discernimiento de los problemas claves de la sociedad, exhortando a la universidad a transformar su quehacer, desde las funciones sustantivas.

En el siglo XXI, se requiere una universidad de alta calidad en la formación de los profesionales que requiere la sociedad globalizada, una comunidad académica motivada por la creación, desarrollo, divulgación e innovación del conocimiento, apertura de escenarios de aprendizaje, compromiso y responsabilidad de los profesionales al servicio del desarrollo de la región y el país.

La fundamentación teórica revisada, permite identificar la existencia de acciones, estrategias y experiencias recíprocas sobre el relacionamiento entre universidad y empresa; proceso en el cual, el quehacer de la universidad, el desarrollo de la tecnología, el avance de los procesos de innovación y las políticas generadoras de este vínculo, juegan papel destacado al momento de analizar todo el ambiente que se desenvuelve alrededor de la temática.

Para que las regiones alcancen mayores niveles de desarrollo, es necesario superar la ruptura entre el mundo empresarial y el académico. La historia muestra existencia de relaciones UE; sin embargo, estas alianzas necesitan renovarse y fortalecerse para mantener el nivel de competitividad requerido. Esto sólo será

posible si existe un clima de confianza y entendimiento entre lo académico y lo empresarial.

Según la revisión teórica objeto, la experiencia sobre UE demuestra que en esta relación se han dado desaciertos, principalmente por procesos administrativos internos, escasez de recurso humano formado en altos niveles para el desarrollo de investigación aplicada pertinente y una infraestructura física y tecnológica que no brinda respuestas eficientes al sector productivo. Por tanto, se considera una estrategia que agrupe capital humano que soporte el desarrollo de innovación, administración abierta al cambio, calidad en los servicios y productos, uso eficaz de la tecnología y ante todo RS.

La invitación es a crear cultura de integración entre UE, por tanto, es necesario implementar políticas integrales que permitan el encuentro con una finalidad, la innovación. La universidad y la empresa deben visualizar los beneficios y fortalezas de esta relación. El asunto está abierto a la discusión, teniendo en cuenta la gran complejidad que encierra la vinculación UE, vista como un fenómeno social en proceso de constante transformación, y a la vez, sujeto a las circunstancias de un hecho histórico, cultural, político y económico que ocurren a nivel local, regional, nacional y global.

REFERENCIAS

1. ABELLO LLANOS, Raimundo (2012). "Ciencia y tecnología para el desarrollo empresarial y social". En: Universidad del Norte (ed). Universidad empresa. Alianza innovación tecnológica y empresarial. Barranquilla, Colombia. Universidad del Norte. Pp. 9-11.
2. ALDEANUEVA FERNÁNDEZ, Ignacio y BENAVIDES VELASCO, Carlos. (2012). "La dimensión social de la educación superior: universidades socialmente responsables". En: Boletín Económico de ICE, No. 3024. Pp. 51-55.
3. AMADO MATEUS, Marelby (2012). "Impacto de las prácticas empresariales en el sector productivo". En: Hojas de Administración. vol. 3, No. 7. pp. 13-16.
4. ARGANDOÑA, Antonio (2012). "Otra definición de responsabilidad social". En: IESE Business School. Universidad de Navarra. [En línea] Disponible en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0708.pdf>
5. CANTÚ-MARTÍNEZ, Pedro (2013). "Las instituciones de educación superior y la responsabilidad social en el marco de la sustentabilidad". En: Revista Electrónica Educare. Vol. 17, No. 3. Pp. 141-155.
6. CARAVEDO, Baltazar (2012). "Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social". En: Vives, A.; Peinado, E. (eds.) La responsabilidad social de la empresa en América latina. Manual de Gestión. Washington, Estados Unidos. Fondo Multilateral de Inversiones. Pp. 29-44.
7. CECCHI, Néstor; PÉREZ, Dora; SANLLORENTI, Pedro (2013). "Compromiso social universitario. De la universidad posible a la universidad necesaria". Buenos Aires. IEC-Conadu. 308p.

8. CECCHI, Néstor; LAKONICH, Juan; PÉREZ, Dora; ROTSTEIN, Andrés (2011). "El compromiso social de la universidad latinoamericana siglo XXI. Entre el debate y la acción". Buenos Aires. IEC-Conadu. 193p.
9. CORTÉS ORTIZ, María (2011). "La Responsabilidad social empresarial en el ámbito de la discapacidad (RSE-D). Dimensión, contenido y tendencias en época de crisis". Madrid. Cinca. 104p.
10. DE LA CRUZ AYUSO, Cristina. (2011). "Reflexiones sobre promoción de la responsabilidad en instituciones de educación superior: retos, limitaciones y oportunidades". En: Pensamiento Universitario. No. 21. pp. 61-74.
11. DE LA CUESTA, Marta; PARDO, Eva; PAREDES Juan (2015). Identificación de indicadores relevantes del desempeño RSE mediante la utilización de técnicas multicriterio. Rev. Innovar. Vol. 25, No. 55. pp. 75-88.
12. DUEÑAS QUINTERO, Diana y DUQUE OLIVA, Edison (2015). "Calidad de las relaciones universidad-empresa: un análisis desde el enfoque de marketing relacional en Boyacá". En: Revista Científica Pensamiento y Gestión. No. 38. DOI: <http://dx.doi.org/10.14482/pege.38.7704>
13. FERRO BAYONA, Jesús (2012). "Introducción". En: Universidad del Norte (ed.) Universidad-Empresa. Alianza para la innovación tecnológica y empresarial". Barranquilla. Universidad del Norte.
14. FUNDACIÓN CYD. (2013). "Informe CYD 2013. La contribución de las universidades españolas al desarrollo". Barcelona. Fundación CyD. p. 113. Disponible en: <http://www.fundacioncyd.org/informe-cyd/informe-cyd-2013> Acceso en 24.03.2015.
15. GIL-BOLIVAR, Fabio. (2012). "Editorial. La relación universidad-empresa-estado-sociedad, una estrategia necesaria para el desarrollo". Hojas de Administración. Vol. 3, No. 7. pp. 1-2.
16. GONZÁLEZ, Samuel; ALARCÓN, G. (2013). "Esencia, sentido y deber-ser de la universidad". Montería: Paloma. 243p.
17. GORROCHATEGUI, Nora (2012). "La extensión universitaria como expresión de la responsabilidad social universitaria. Caso argentino". En: Domínguez, J.; Rama, C. La Responsabilidad social universitaria en la educación a distancia. Chimbote. Ulachea Católica, pp. 77-101.
18. HERNÁNDEZ ARTEAGA, Isabel y HERNÁNDEZ RAMÍREZ, Iván (2014). Responsibility of the University in the University-Company-State Trilogy. En: Hernández, I. y Pemberthy, L. University-Company State: towards a culture of research and innovation. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia. pp. 39-57.
19. KLIKSBERG, Bernardo (2013). "Ética para empresarios: ¿por qué los empresarios y los países ganan con la responsabilidad social empresarial?" Buenos Aires. Ética y Economía. 250p.
20. MALAVER, Florentino; VARGAS PÉREZ, Marisela (2011). "Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial. Un estudio a partir de la segunda encuesta de innovación en la industria de Bogotá y Cundinamarca". Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. 244p.
21. MARTÍNOGUERA, Juan; MARTÍVILAR, Manuel; ALMARICH, Gonzalo (2014). "Responsabilidad social universitaria: influencia de valores y empatía en la autoatribución de comportamientos socialmente responsables". Rev. Latinoam. Psicol. Vol. 46. No. 3. pp. 160-168.
22. OLACHEA PARRA, Luis (2011). La nueva responsabilidad de la universidad en el desarrollo regional. Foro Académico Itson. Disponible en www.foroactivo.com
23. PEINADO VARA, Estrella (2012). RSE en América Latina. En: Vives, A. y Peinado, E. (coords.) RSE. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Manual de Gestión. Washington. Fondo Multilateral de Inversiones. pp. 65-82.
24. PÉREZ, M. y GIL, L. (2012). Caracterización de experiencias de responsabilidad social universitaria de universidades de la Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria. En: De Villa, E. (ed.) Responsabilidad social de las universidades. Buenos Aires. Fundación Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria. pp. 9-52.
25. RODRÍGUEZ RUIZ, Juan (2012). "La responsabilidad social es inherente a la naturaleza y misión de la universidad". En: Domínguez, J. y Rama, C. (eds.) La responsabilidad social universitaria. Educación a distancia. Chimbote. Uladech Católica. pp. 13-40.
26. VALLAEYS, François. (2013). "La responsabilidad social universitaria: cómo entenderla para quererla y practicarla". Revist@serviciocomunitario. Vol. 2. No. 1, pp. 1-9.
27. VIVES, Antonio. (2012). "Responsabilidad de la empresa ante la sociedad". En: Vives, A. y Peinado, E. (coords.) RSE. La responsabilidad social de la empresa en América latina. Manual de Gestión. Washington. Fondo Multilateral de Inversiones. pp. 45-64.
28. WILLIAMSON, Naomi; STAMPE-KNIPPEL, Astrid y WEBER, Tina (2014). "Corporate Social Responsibility National Public Policies in the European Union. Compendium 2014". London: European Commission. 102p.
29. WOJTAROWSKI, Astrid; SILVA, Evodia; PIÑAR, María; NEGRETE, Jorge (2016). "La Responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico". Revista Pasos. Vol. 14. No. 1. pp. 127-139.
30. ZAMORA, Angélica (2015). "La evolución de la responsabilidad social empresarial impulse acciones que van desde el uso de energías verdes, la transparencia y la sostenibilidad, hasta generar un impacto en las comunidades". Revista Summa, 265, Disponible en: <http://www.revistasumma.com/web/rs-suscripcion/index.php>