



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS

Alumno: María Cabrera Ruiz

Junio, 2015

ÍNDICE

RESUMEN EN ESPAÑOL	4
RESUMEN EN INGLÉS	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	6
2.1 CONCEPTO	6
2.2 ORIGEN Y EVOLUCIÓN	8
2.3 GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS. ¿ANTE QUIÉN HA DE DEMOSTRAR LA EMPRESA QUE ES SOCIALMENTE RESPONSABLE?	9
2.3.1 GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS	9
2.3.2 GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS	10
2.4 BENEFICIOS DE LA RSC	12
2.5 ÁMBITOS DE APLICACIÓN	13
2.5.1 R.S.C. Y ECONOMÍA	14
2.5.2 R.S.C. Y MEDIO AMBIENTE	15
2.5.3 R.S.C. Y SOCIEDAD	18
2.5.4 R.S.C. Y UNIVERSIDAD	21
3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA	22
3.1 INTRODUCCIÓN. RSC DEL UNIVERSITARIO Y UNIVERSITARIA	22
3.2 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA	22
4. METODOLOGÍA	25
5. RESULTADOS	26
5.1 UNIVERSIDAD DE JAÉN	26
5.2 UNIVERSIDAD DE ALMERÍA	30
5.3 UNIVERSIDAD DE GRANADA	31
5.4 UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	34
5.5 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA	35
5.6 UNIVERSIDAD DE SEVILLA	37
5.7 UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE	39

5.8 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO	40
5.9 UNIVERSIDAD DE CÁDIZ	41
5.10 UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	44
5.11 UNIVERSIDAD DE HUELVA	46
5.12 UNIVERSIDAD DE MARBELLA	48
5.13 UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA	48
5.14 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS EN MATERIA DE RSC	49
6. CONCLUSIONES	51
7. BIBLIOGRAFÍA	53

ANEXOS

ANEXO 1. FIGURAS	58
ANEXO 2. TABLAS	58

RESUMEN EN ESPAÑOL

El presente trabajo tiene como objetivo primordial estudiar la responsabilidad social corporativa en cada una de las universidades de Andalucía. Para esto, en un primer momento, se ha creído conveniente delimitar tanto el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, junto con los pilares básicos y los grupos de interés afectados, como el concepto de Responsabilidad Social Universitaria. Debido a las notables diferencias apreciables entre cada una de las entidades, tanto por antigüedad, como por propiedad, públicas o privadas, hemos podido enmarcar las distintas actuaciones en materia de responsabilidad social corporativa y, a su vez, a las entidades en sí en función del nivel de implicación. Por tanto, este análisis nos ha permitido diagnosticar la situación actual de cada universidad y la variedad de actuaciones que desarrollan en cada uno de los campos que conforman los pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa.

ABSTRACT

The present work has as basic aim study the corporate social responsibility in each of the universities of Andalucía. For this, in the first moment, it has believed suitably to delimit so much the concept of Corporate Social Responsibility, together with the basic props and the affected groups of interest, as the concept of University Social Responsibility. Due to the notable valuable differences between each of the entities, so much for antiquity, since for property, public or private, we could have framed the different actions as for corporate social responsibility and, in turn, to the entities in yes depending on the level of implication. Therefore, this analysis has allowed us to diagnose the current situation of every university and the variety of actions that they develop in each of the fields that shape the basic props of the Corporate Social Responsibility.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años estamos siendo testigos de un gran proceso de cambio ocasionado sobre todo por la globalización e internacionalización empresarial. Este proceso está generando grandes e injustas desigualdades entre las economías, ya que está ayudando al desarrollo, y mientras que en algunos de los países se mejoran e incrementan las condiciones laborales y la propia calidad de vida, en otros, viven al margen y día a día, incluso empeoran dichas condiciones. Desafortunadamente, la Responsabilidad Social Corporativa no es concebida por todos los países del mismo modo, es más, aquellos países que se encuentran en las situaciones más precarias, son los principales que se niegan a aceptar esta nueva filosofía empresarial, que en cierto modo, podría beneficiarles.

Como sabemos, hasta hace poco tiempo, la actividad empresarial sólo buscaba el beneficio económico y la generación de utilidad, pero esta visión ha cambiado. La empresa además de cumplir con las leyes y normas establecidas, acepta que su actividad no es indiferente de la sociedad en la que se sitúa, por lo que debe de tener en cuenta el efecto, tanto positivo como negativo, que en ella está provocando. En este sentido, la empresa tratará de satisfacer al máximo nivel posible la demanda social, medioambiental y de los distintos grupos de interés relacionados con la compañía.

Insertada en la sociedad y como otra entidad involucrada más, encontramos el colectivo de las universidades, naciendo así el concepto de Responsabilidad Social Universitaria. Este término tiene una vida relativamente corta, y viene delimitado por la necesidad de emprender acciones desde los principales centros de formación de los futuros empresarios.

Por tanto, con el objetivo de delimitar los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa y Responsabilidad Social Universitaria, además de diagnosticar la situación actual de cada una de las universidades andaluzas en materia de RSC, es decir, las actividades y prácticas que realizan en la actualidad y el nivel de transparencia que se ofrece, realizaremos un análisis más pormenorizado de cada entidad.

Para realizar dicho análisis en el ámbito universitario, se han visitado las páginas web de las distintas universidades andaluzas, investigando acerca de la información que se ofrece con respecto a este tema, y las prácticas que llevan a cabo.

Con todo esto, podemos indicar que el trabajo se estructura de la siguiente forma: en primer lugar, un marco teórico donde se nos introduce al concepto de RSC, su origen y evolución en los últimos años, los grupos de interés ante los cuales ha de responder la empresa, los beneficios que ésta conlleva, tanto para la empresa como para la sociedad en

general, y los principales ámbitos que implica, es decir, los pilares básicos de la RSC. Posteriormente, se introduce la RSC al ámbito universitario, aportando distintas definiciones y percepciones. En tercer lugar, se explica la metodología seguida para el estudio individual universitario. A continuación, en este análisis se hace una breve introducción de cada universidad, junto con la información correspondiente a la RSC disponible en cada página. Finalmente, se inserta una comparativa entre las distintas universidades estudiadas, y se introduce un último apartado donde se incluyen las conclusiones obtenidas.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1 CONCEPTO

Tras las numerosas y recientes aportaciones que ha recibido el concepto en los últimos años, derivado de la mayor importancia que ha adquirido para nuestra sociedad, en primer lugar, vamos a citar algunas de ellas.

Según el Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (s.f.), podemos decir que la RSC es la actuación voluntaria que realizan las empresas en la gestión de diversos ámbitos, incluyendo el social, laboral y ambiental, además de aspectos de respeto de los derechos humanos. Todas estas actuaciones, al margen de las obligaciones legales vigentes que han de cumplir sin posibilidad de evasión.

Por otro lado, El Libro Verde de la RSC (2001, p.6) la define como la integración voluntaria por parte de las empresas de actuaciones y preocupaciones medioambientales y sociales en sus relaciones comerciales con el resto del mundo y con sus propios grupos de interés.

Asimismo, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014, p.5) la define como la forma de conducir los negocios que tienen las empresas y que se caracteriza por incluir en su gestión los impactos que pueda tener la actividad contra los grupos de interés, tanto internos, como externos. Por tanto, implica el cumplimiento de la legislación vigente, al margen de las actuaciones que de forma voluntaria decida asumir cada empresa para disminuir el impacto de sus actuaciones en la sociedad.

Al margen de lo anterior, Cajiga (2009, p. 2) en un estudio del Centro Mexicano para la Filantropía, apuesta por RSC como una nueva forma de organizar, gestionar y hacer negocios a través de la cual la empresa busca sustentabilidad de sus operaciones en los ámbitos económico, social y ambiental, aceptando que hay distintos grupos de interés relacionados de cerca con la empresa que tienen sus propios intereses, y que han de verse en

parte satisfechos. Esto incluye, por tanto, la preservación del medio ambiente, y la apuesta por la sostenibilidad a medio-largo plazo.

Por último, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas (2004, p. 9) la define como: *“Compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa. Dicha responsabilidad social centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. La responsabilidad social corporativa va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas”*.

Con todas estas aportaciones, podemos decir que se entiende por **Responsabilidad Social Corporativa** aquel conjunto de acciones que llevan a cabo las empresas para disminuir el impacto que puedan causar todas sus acciones tanto en el ámbito económico y social, como medioambiental; es una forma de devolver a la sociedad y el medioambiente el beneficio que la empresa está obteniendo por situarse en un entorno determinado y causar ciertos perjuicios.

Asimismo, es una nueva forma de organizar y gestionar la empresa, que con **carácter voluntario**, se está haciendo cada día más habitual debido a la internacionalización empresarial sobre todo. A través de ella, se busca identificar los distintos stakeholders relacionados con la empresa, tanto internos como externos, y aumentar al máximo su satisfacción. Para esto, se busca incrementar en la medida de lo posible, en primer lugar y a largo plazo, el valor de los accionistas.

Además, también podemos asegurar que la RSC tiene **carácter dinámico**, ya que lo que en un principio se inició como una labor altruista, desde las creencias religiosas, ha pasado por el mecenazgo, y posteriormente, por los modelos cooperativistas, donde se intentaban minimizar y equilibrar las consecuencias del gran crecimiento y el correspondiente capitalismo alcanzado con aportaciones y donativos, denominándose Filantropía. Por todo esto, podemos decir que la responsabilidad de las empresas ya no queda limitada a las consecuencias de sus acciones, sino que también hay una parte importante de valoraciones y actuaciones con los grupos de interés que se toman en cuenta.

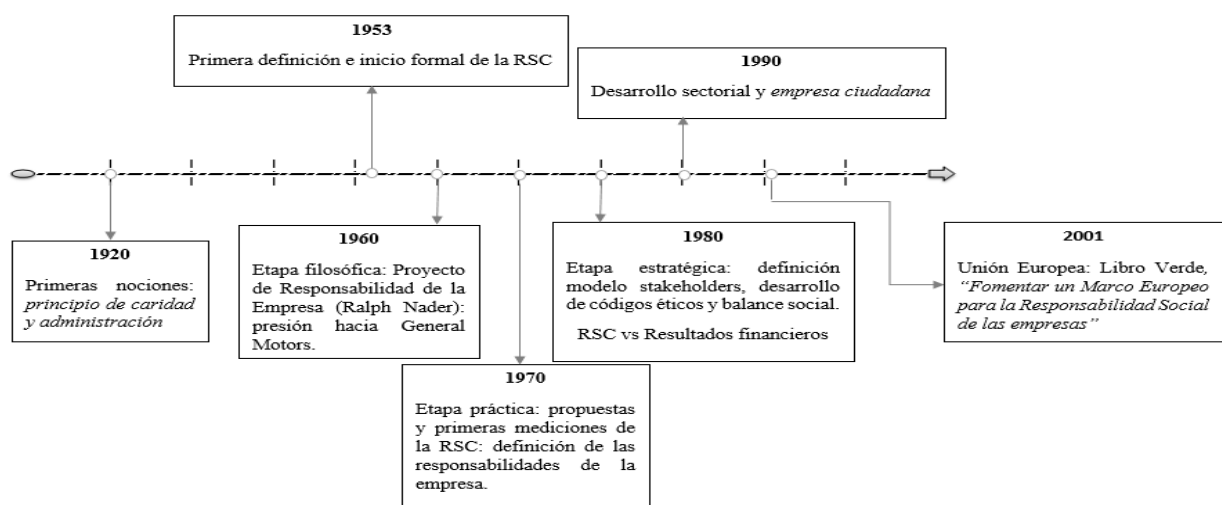
2.2 ORIGEN Y EVOLUCIÓN

A pesar de que existen diversas teorías que apuestan y sitúan el nacimiento de la RSC a mitad del siglo XX, podemos decir que los verdaderos orígenes se encuentran aproximadamente hacia el año 1920, cuando empieza a tomar importancia el *principio de caridad* (Davis et al., 1988), completado más tarde con el *principio de administración*. Según estos, la responsabilidad de las acciones de la empresa ya no sólo recae a nivel individual sobre el propietario o propietarios, sino que más bien, la filantropía comienza a ser responsabilidad de toda la organización, entendiendo a la empresa como un todo.

Décadas después, hacia el año 1950, comienzan a desarrollarse y crecer de manera casi desorbitada algunas empresas americanas, alcanzando de este modo alto poder en la sociedad. Es en este contexto donde ya comienza a hablarse del término RSC en sí. Según Jiménez, (2013), la publicación en 1953 del libro “Responsabilidad Social del Empresario”, de Borden, marca el inicio de una etapa donde de manera formal se empieza a definir el concepto y donde se empieza a plantear el resguardo y la reparación de los daños que se puedan causar. Además de este acontecimiento, como marca Pinto (2008, p.3), existen otros que también influyeron en el desarrollo de la RSC como puede ser la restricción de la inversión a empresas armamentísticas en la guerra de Vietnam (1959-1975), la aparición de Fondos de Inversión Socialmente Responsables en EE.UU en los años 50 y los comienzos de la internacionalización empresarial, que obligaron a controlar los comportamientos y los efectos que estas provocaban en aquellos países a los que se dirigían.

A partir de este momento, han ido surgiendo en poco tiempo diversas aportaciones acerca del concepto y distintas etapas que podemos ver resumidas en el siguiente gráfico:

Figura 1. Evolución del concepto de RSC.



Fuente: Elaboración propia en base a de la Cuesta, (2005, p.5)

Como se puede observar en el gráfico, es en el año 2001 cuando la U.E. empieza a tomar partida en el ámbito de la RSC, y a partir de este momento, se empiezan a crear instituciones en la mayoría de los países para gestionar y controlar este aspecto. Además, los gobiernos también empiezan a promocionar estas prácticas.

2.3 GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS. ¿ANTE QUIÉN HA DE DEMOSTRAR LA EMPRESA QUE ES SOCIALMENTE RESPONSABLE?

Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (Comisión de RSC 2004, p.13), se consideran grupos de interés o stakeholders de una empresa al conjunto de individuos o agentes sociales que pueden verse, o se ven afectados, de un modo u otro, por las acciones que ésta lleva a cabo para el desarrollo de su actividad habitual. Durante este proceso, la compañía mantiene distinto tipo de relación con cada uno de estos agentes, por lo que es de máximo interés para la misma, elaborar un mapa con los distintos stakeholders y la importancia que representa cada uno de ellos en función de sus intereses. A su vez, estos grupos de interés pueden ser divididos en internos y externos. Esta clasificación será explicada más detalladamente a continuación.

2.3.1. GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS.

Serían grupos de interés internos todos aquellos que mantienen un trato más cercano a la organización y que forman parte de la estructura organizativa de la misma, es decir, empleados, directivos y accionistas.

Los empleados son considerados como aquel colectivo que mantiene un contrato formal, al mismo tiempo que una retribución dineraria o en especie. De otro lado, se consideran empleados tanto lo que trabajan por cuenta ajena, como los que trabajan para ellos mismos, por cuenta propia. Así, distinguimos entre trabajadores directivos y no directivos. Entre los principales intereses y necesidades de este colectivo, podemos observar las siguientes: igualdad y seguridad en el trabajo, retribución justa y equitativa (dependiendo del empleo realizado), respeto, posibilidad de desarrollo profesional y sustento de relaciones de cooperación y lealtad. También, formarían parte de estas necesidades la posibilidad de mantener el empleo, aunque se considera la más cuestionable.

Asimismo, se consideran accionistas o propietarios a aquel colectivo que posee una parte de la propiedad o control de la compañía. Según la dimensión de esta participación, distinguimos entre accionistas mayoritarios y minoritarios. Los empleados citados anteriormente, al mismo tiempo, pueden formar parte de este colectivo. Entre las necesidades

de éstos, por otro lado, estarían el disponer de información transparente y precisa acerca de la evolución de la empresa para poder tomar decisiones, necesidades de participación en la gestión de la entidad, y el recuperar con creces la inversión realizada, ya que de otra forma, no estarían obteniendo beneficio.

2.3.2. GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS

Son considerados externos todos aquellos colectivos que no forman parte de la estructura organizativa de la misma y, por tanto, mantienen una relación más lejana. Esto último, ha sido cuestionado por varios autores, como se muestra en la proposición de Charles Handy (1998): *“Deberíamos cambiar la estructura de la propiedad para dar menos poder a los accionistas externos y más poder a las personas que dan sus vidas y capacidades a la organización...Los accionistas no son realmente los propietarios de una empresa, sólo aportan dinero. Tendemos hacia un nuevo modelo que reconoce que los que aportan su tiempo y su talento tienen tantos derechos como los que ponen su dinero”*.

En este grupo se incluirían, de acuerdo con la Comisión de RSC de AECA (2004, p.14): clientes, proveedores y comunidad en general, dentro de la cual consideramos competidores, administraciones públicas, medio ambiente y generaciones futuras, además de ciudadanos o público general.

De un lado, se consideran clientes al grupo de individuos o entidades que consumen o se valen de los productos y servicios producidos por las empresas. En realidad, es el grupo social de mayor importancia, el objetivo de nuestro negocio, indispensables para la subsistencia del mismo.

Por otro lado, estarían los proveedores. Éstos son el conjunto de personas y compañías que aportan los inputs a la empresa, es decir, suministran los materiales, trabajos y servicios necesarios para que la empresa desarrolle su actividad, sin llegar a formar parte de la misma. Al igual que ocurría con los trabajadores, los proveedores suelen mantener contratos formales con la empresa a la que suministran.

En último lugar, estaría la comunidad en general. Como se ha explicado antes, esta se desglosa a su vez en competidores, los cuales son empresas o entidades del mismo sector que ofrecen productos y servicios para cubrir una misma necesidad; administraciones públicas, que son los distintos agentes y poderes públicos con autoridad y capacidad suficiente como para modificar el marco legislativo; medio ambiente, definido como el entorno físico que rodea a la empresa y la sociedad; y comunidad en general, que serían todas aquellas personas

que en la actualidad no mantienen relación directa con la compañía, pero que pueden influir en la misma a través de sus opiniones o acciones.

Los intereses o necesidades más importantes que se derivan de cada uno de estos colectivos serían:

- Clientes: necesidad de productos distintivos que permitan mejorar las condiciones de vida del consumidor, así como productos adaptados para personas con necesidades específicas a las que no se dirigen el resto de empresas, aspecto que suele estar muy valorado. Además, suele darse especial importancia a la formación que recibe el consumidor en relación a cada producto o familia de productos, ayudando esto al mismo tiempo, a crear hábitos de vida saludables. En definitiva, decir que el cliente constituye el epicentro de la estrategia de producción y marketing seguida, por lo que hay que recabar el mayor número de información posible.
- Proveedores: seguridad ante la posibilidad de información confidencial que se haya derivado de nuestra relación con ellos, relación basada en la confianza y búsqueda de beneficio mutuo, así como políticas de cooperación, transparencia y justicia en la elección, sin presiones que puedan ocasionar enfrentamientos con su competencia. Además, se vela por el mantenimiento de unos niveles adecuados de financiación propia y ajena, y por último, por el cumplimiento de los distintos pactos y contratos establecidos.
- Comunidad en general: como se ha indicado, ésta incluye varios agentes. Desde la perspectiva de los competidores, estos buscarán, respetar la libre competencia, colaborar si fuese necesario para buscar beneficios mutuos y mantener la lealtad y transparencia (en la medida de lo posible, sin perjudicar a la propia empresa) en las relaciones. Por otro lado, las administraciones públicas se marcarán como objetivo primordial el cumplimiento de las normas y leyes jurídicas que le sean aplicables en cada uno de los casos. El resto de colectivos, tendrán como objetivos la disponibilidad de información, el compromiso con el desarrollo local, el comportamiento digno y la buena imagen tanto de la compañía, como del lugar donde se ubica. También, las posibilidades de aportaciones positivas en los distintos ámbitos en los que se enmarca (económico, social y medioambiental), la preservación de recursos vitales y las políticas proactivas para desarrollar nuevas formas de crecimiento y desarrollo basadas en energías y maquinarias lo menos dañinas posibles, incluso, si es posible, basadas en energías renovables.

2.4 BENEFICIOS DE LA RSC

Puesto que las empresas están siendo cada vez más conscientes de la importancia de ser socialmente responsable, así como de los beneficios que proporciona, desde hace algún tiempo están asumiendo las prácticas que ésta conlleva. En las siguientes tablas podemos observar los beneficios aportados tanto para la comunidad en general, como para las empresas y organizaciones, publicados en la página web de la Generalitat de Catalunya.

Tabla 1. Ventajas para la comunidad de ser socialmente responsable.

VENTAJAS PARA LA COMUNIDAD DE SER SOCIALMENTE RESPONSABLE
○ Sostenibilidad del modelo económico e industrial. ○ Innovación y creatividad tanto en los procesos como en los productos y servicios. ○ Mejora de la calidad en todo el proceso global de la cadena de valor. ○ Creación y mantenimiento de ocupación estable y de calidad. ○ Transparencia en la gestión de las organizaciones delante de sus grupos de interés. ○ Mejora la credibilidad a través de la transparencia ○ Contribuye a la cooperación norte-sur. ○ Oportunidad de realizar un consumo responsable por parte de la ciudadanía. ○ Mejora del entorno.

Fuente: Elaboración propia en base a Responsabilidad Social a Catalunya (RScat) (2010)

Tabla 2. Ventajas para las empresas y organizaciones de ser socialmente responsables.

VENTAJAS PARA LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE SER SOCIALMENTE RESPONSABLES
ECONÓMICAS
○ Facilita el posicionamiento y diferenciación de marca respecto de la competencia. ○ Permite la captación y fidelización de la clientela. ○ Anticipa futuras necesidades y la mejora de la adaptación al cambio. ○ Disminuye el riesgo de conflictos con los diferentes grupos de interés. ○ Favorece la adaptación a futuras regulaciones. ○ Mejora la relación con agentes fundamentales como los sindicatos o poderes públicos. ○ Fomenta una cultura empresarial propia, con la consiguiente mejora de la productividad y eficiencia de los trabajadores. ○ Identifica nuevos mercados y nuevas ideas de negocio, dada la participación activa con la comunidad. ○ Promueve la innovación y el impulso de la imagen de la organización. ○ Crea una cultura empresarial propia con la consiguiente mejora de la productividad y eficiencia de las personas trabajadoras.

SOCIALES

- Mejora la flexibilidad interna de la organización, lo que supone una mejor adaptación a los cambios.
- Fomenta la participación de las personas trabajadoras.
- Ayuda a la creación y consolidación de empleo estable y de calidad.
- Contribuye al desarrollo profesional de los miembros de la organización.
- Motiva y fideliza a las personas que forman parte de la organización (atracción y retención de talento).
- Mejora el clima laboral y por consiguiente, la productividad.
- Disminuye el absentismo.
- Fomenta la creación de talento colectivo, permite llevar a cabo una política innovadora.
- Mejora de las relaciones con la comunidad y demás grupos de interés.

AMBIENTALES

- Contribución al desarrollo sostenible, con la incorporación de medidas que preservan el entorno.
- Reducción de los gastos de consumo energético.
- Minimización de residuos y mejora de su gestión.
- Mejora la imagen pública de la empresa.
- Permite incorporar criterios ambientales en las decisiones de compra del colectivo consumidor.

Fuente: Elaboración propia en base a Responsabilidad Social a Catalunya (RScat) (2010)

2.5 ÁMBITOS DE APLICACIÓN

Para comenzar a estudiar los ámbitos en los que la empresa ha de introducir la RSC para su correcta gestión y funcionamiento, es necesario saber que estos ámbitos pueden ser agrupados, generalmente, en torno a tres grandes áreas: economía, medio ambiente y sociedad. Pero aun así, y partiendo de la base de que estamos tratando un término pluridimensional, hay que decir, que existen otras clasificaciones al margen de esta, que también se consideran válidas. A continuación, se muestra una de estas clasificaciones elaborada en el Pacto Mundial de la RSC (s.f.), en la que se apuesta por agrupar los diez principios en torno a cuatro áreas.

Tabla 3. Áreas de RSC y principios asociados.

ÁREAS DE APLICACIÓN DE LA RSC	PRINCIPIOS ASOCIADOS
DERECHOS HUMANOS	- Protección de los Derechos Humanos Fundamentales. - Seguro de la no vulneración de los Derechos Humanos.
MEDIO AMBIENTE	- Enfoque preventivo del Medio Ambiente. - Responsabilidad ambiental. - Desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas para el Medio Ambiente.
ESTÁNDARES O NORMAS LABORALES	- Libertad de afiliación y derecho a la negociación colectiva. - Eliminación del trabajo forzoso o realizado bajo coacción. - Erradicación del trabajo infantil. - Eliminación de discriminación en el empleo y la ocupación.
ANTI-CORRUPCIÓN	- Políticas anti-corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Fuente: Elaboración propia a partir de Red Pacto Mundial España (s.f.)

Para continuar, describiremos cada uno de los pilares básicos de la RSC de forma más detallada, atendiendo a Martínez (2013), introduciendo en último lugar la RSC al ámbito universitario.

2.5.1. R.S.C. Y ECONOMÍA

Al hablar de RSC y economía, la primera cuestión que se nos plantea es la posible repercusión que haya podido tener la fuerte crisis económica por la que estamos atravesando en los temas de RSC. En un primer momento, sería lógico pensar que ante esta mala situación y las malas perspectivas empresariales, las empresas hayan dejado al margen las prácticas de RSC. Sin embargo, no ha sido así en todos los casos. Según Canyelles (2015), han sido muchas las empresas que en otros tiempos se han proclamado como socialmente responsables y han apostado por esta nueva forma de gestión como forma organizativa y relacional, además de como forma para crear imagen. Hoy día, podemos observar que la mayoría de éstas siguen apostando por introducir nuevas prácticas en la organización, relacionadas todas ellas con la RSC. Por tanto, podemos decir que la crisis no ha desacelerado las actuaciones que anteriormente a ésta habían iniciado las empresas, es más, en algunos de los casos, ha servido para reforzarlas, sobre todo en su aspecto más estratégico y fundamental.

Otra de las cuestiones que hay que plantearse en este ámbito serían los distintos grupos que se ven afectados por la RSC y las prácticas económicas que se lleven a cabo. En un primer lugar, estarían los accionistas. A pesar de que el interés de los accionistas por la

RSC ha sido ampliamente cuestionado, podemos asegurar que, en general, la RSC aporta a los accionistas seguridad, confianza, transparencia en la información (útil para la toma de decisiones), estabilidad, y en último lugar, incremento de valor, ya que la RSC aparece vinculada a la internacionalización y a la difusión de la marca. Por todo esto, podemos reafirmar la cuestión planteada por Jensen (2001): a través de la RSC no se busca la maximización del valor privado para los accionistas, sino más bien, la maximización del “valor social” de todos los bienes y servicios que se producen y prestan a la sociedad.

En conclusión, se puede decir que a través de la RSC se incrementa el citado valor para los accionistas, por ejemplo, con el aumento de precio derivado del mayor valor que da la sociedad al producto por haber tenido en cuenta al medio ambiente, o por la reducción de costes que puede ocasionar el trabajar con ciertas prácticas socialmente responsables; pero al mismo tiempo, no podemos asegurar que aquellas empresas que participan de la RSC incrementen el valor en mayor medida que el resto de empresas que no la utiliza, ya que como muestra Voguel (2004), si estas prácticas fuesen tenidas en cuenta por la totalidad de empresas, la ventaja diferenciadora se perdería.

En segundo lugar, nos encontraríamos con el colectivo de clientes y proveedores, situados en el centro del ámbito económico y del social. A éstos, ya se ha hecho referencia anteriormente en la explicación de los stakeholders externos, citando su principal actuación e intereses, por lo que sólo queda destacar que las relaciones con ellos han de verse en un doble sentido, entendiendo ambas perspectivas. Para esto, en el caso de los proveedores se han desarrollado diversas normativas como la SGE21 (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable), donde se estudian no sólo las opciones de llevar a cabo compras responsables por parte de la empresa en cuestión, sino también, la distintas oportunidades que se tienen para mostrar ayuda y apoyo a los proveedores, integrándolos en la RSC.

2.5.2. R.S.C. Y MEDIO AMBIENTE

En segundo lugar, indicar que el ámbito medioambiental es un tema muy de actualidad por su vital importancia. Hasta hace años, las empresas no tenían en cuenta el gran daño que estaban causando al entorno, no parecían ser conscientes del límite de los recursos naturales. Es aquí, en este momento, donde comenzaron a intervenir los poderes públicos para regular las actuaciones empresariales: no podían seguir permitiendo la destrucción del mismo. Según Milán et al. (2009), la primera de estas intervenciones se realizó en Estocolmo, en una conferencia de las Naciones Unidas (1972). Tras ésta, otras muchas tuvieron lugar como la Cumbre del Medio Ambiente y Desarrollo de Río (1992), y la Cumbre de

Johannesburgo (Río +10, 2002). En todas estas, el tema central era la necesidad de protección del medio ambiente y la necesaria incorporación de políticas y formas de gestión que contribuyeran al eficaz desarrollo, centrándose en la parte estratégica. Pero fue a través del Pacto Mundial de las Naciones Unidas cuando se plantearon los distintos ámbitos con sus principios asociados en los cuáles era imprescindible actuar (estos ámbitos y principios ya han sido mostrados anteriormente). Aun así, este pacto se constituyó sólo como eso, un pacto, no suponiendo obligaciones legales ni normativas. Además, a través de él no se asegura que las empresas lleven a cabo de forma efectiva aquello a lo que se han comprometido.

Asimismo, hablar de RSC y medio ambiente nos lleva a una doble interpretación. Por un lado, podemos ver la necesidad del respeto del medio ambiente como un ámbito interno a la empresa, ya que supone la conservación y aporta de mejoras al espacio físico que rodea a la empresa, al mismo tiempo que nos obliga a llevar a cabo prácticas de calidad y utilizarlo como fuente de recursos; mientras que, por otro lado, puede verse como un ámbito externo, puesto que no es parte esencial de la actividad empresarial. El mantener prácticas proactivas con éste, en general, ayuda a las políticas contra el cambio climático, el ahorro de energía, reducir impactos, etc. En resumen, podemos decir que, en general, todas las empresas de todos los sectores se ven afectadas y afectan de una forma u otra, en mayor o menor medida, al medio ambiente, por lo que éste no debe quedarse al margen en la gestión de las mismas.

A continuación, se describe según Velasco, (2013), de forma más detallada cada una de las actividades que en la actualidad se llevan a cabo para alcanzar esta protección y desarrollo del medio ambiente:

- Utilización responsable y racional de recursos. Este aspecto no sólo abarca al ámbito empresarial, sino que va más allá, ya que algunas de las actuaciones pueden ser fácilmente llevadas a cabo por la sociedad en general. Igualmente, incluye la necesidad de minimización de desechos en gestión y administración de las actividades en general. Se incluirían: ahorro y uso controlado del papel y todos los recursos relacionados, obtenidos de la naturaleza de forma directa o indirecta; uso controlado del agua, ahorro y uso de la energía eléctrica, manutención y uso responsable de los medios de transporte, y fomento para la realización de compras responsables.
- Producción más limpia. En base al Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, según Aoki et al. (1999), podemos decir que esta estrategia consiste en seguir un proceso preventivo, tanto en el ámbito medioambiental, como en la reducción de riesgos para los seres humanos, en lo que se refiere al desarrollo de los distintos procesos y productos o servicios llevados a cabo u ofertados por la empresa. Las acciones que se

corresponden con esta práctica pueden ir desde lo más sencillo, como puede ser un cambio de materias primas o la reutilización y el reciclaje, hasta las más complicadas, como pueden ser llevar a cabo cambios en la tecnología utilizada, o mejoras del proceso productivo; pasando por otras tales como llevar a cabo buenas prácticas operativas o el mantenimiento de equipos, detalladas a través del Centro de Producción Más Limpia (2012).

- Turismo sostenible. Según Vilches et al. (2014), puede entenderse el turismo sostenible como una nueva forma de gestionar el turismo. A través de ésta, se busca en la medida de lo posible, la satisfacción de los turistas y de los habitantes de aquellas zonas receptoras de turistas, protegiendo y evitando la disminución de las oportunidades para las generaciones futuras, es decir, se trata de satisfacer las necesidades de toda la sociedad, respetando y activando ciertas prácticas que ayuden a desarrollar los procesos ecológicos fundamentales, la integridad de culturas, la diversidad biológica y el resto de sistemas que ayudan a mantener la vida. Como indica Hickman (2007), *“es cada vez más evidente que el turismo está siendo víctima, pero también contribuye al cambio climático y a la reducción de la biodiversidad”*.
- Producción orgánica. De acuerdo al informe “La agricultura orgánica”, presentado a través de la Organización de la Naciones Unidas, Departamento de Agricultura y Protección del Consumidor (1999), podemos aceptar que se entiende por producción orgánica o agricultura orgánica aquella práctica basada en cultivar a través de técnicas orgánicas que mejoren o disminuyan el impacto de la actividad humana. Partiendo de la base de que estas técnicas no pueden ser acogidas de forma igualitaria en todos los países, ya que dependen de la economía, se llevan a cabo otras prácticas que también disminuyen el riesgo. Entre éstas, estaría la prohibición del uso de insumos sintéticos y la obligatoriedad a la rotación de los cultivos, ayudando así, a fortalecer el suelo. A su vez, el conjunto de estas prácticas, ayuda a mantener o reducir la contaminación del agua.
- Desarrollo de energías renovables. Desde hace algunos años, el desarrollo de energías renovables ha pasado a ser básico para las distintas industrias y sectores económicos. A través de éste, se contribuye en gran medida a la reducción de emisiones de gases contaminantes a la atmósfera, principalmente, reducción del CO₂. Asimismo, ayuda a reducir la dependencia energética que hasta ahora hemos mantenido con los recursos petrolíferos: disponemos de otras fuentes capaces de generar energía y dotarnos de cierta autonomía. Entre las energías renovables más comunes estarían la eólica, solar, hidroeléctrica, biomasa, biogás, biocarburantes, etc.

- Eco-diseño y análisis del ciclo de vida de los productos. Se entiende por eco-diseño la toma en cuenta en el diseño del producto del medio ambiente, es decir, al margen de otras variables como pueden ser la calidad, estética, o costes, se incorpora el medio ambiente. Como indica el Ihobe (Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco) (s.f.), con esta incorporación se busca que los productos tanto en su fase de producción, como a lo largo de su ciclo de vida, contribuyan a mejorar el rendimiento medioambiental.
- Compromiso y educación ambiental. Esta práctica está basada en la necesidad de incorporar tareas formativas dentro de las organizaciones para mentalizar a los empleados y, en general, a toda la organización, de la necesidad y la importancia de llevar a cabo buenas prácticas con el medio ambiente, ya que antes o después, nos veremos influidos.

2.5.3. R.S.C. Y SOCIEDAD

Por otro lado, se incluirían en este ámbito los aspectos relacionados con el personal trabajador de la organización, y clientes y proveedores, que como se ha comentado anteriormente, están a medio camino entre la dimensión social y la económica. Además, también habría que tener en cuenta la sociedad en general, intentando mejorar la calidad de vida, y promoviendo nuevas oportunidades para los colectivos sociales más desfavorecidos. Como nos indican Relinque y Burgos (2013, p.1), este aspecto no ha sido en realidad tenido en cuenta hasta hace pocos años. El ámbito económico y, sobre todo, el medioambiental han acogido todas las miradas y el interés en lo que respectaba a la RSC. Sin embargo, en los últimos años, se está incrementando la curiosidad por este factor. Con mayor frecuencia las organizaciones buscan minimizar su impacto y promover prácticas que garanticen los derechos humanos.

A continuación, se describen una serie de medidas encaminadas al desarrollo de la RSC en su ámbito social, según la Generalitat de Catalunya (2010).

- Ofrecer igualdad de oportunidades a los trabajadores. Cuando hablamos de ofertar las mismas oportunidades nos referimos, en particular, a la distribución justa entre el personal empleado del trabajo y los recursos disponibles. Esto implica la compensación de actividades y la igualdad de posibilidades de desarrollo, cada uno desde su respectivo nivel.
- Supresión de la discriminación. Este aspecto está íntimamente relacionado con el descrito anteriormente. En toda organización, la eliminación de las desigualdades en oportunidades, acarreará la supresión de la discriminación. Aun así, al hablar de la

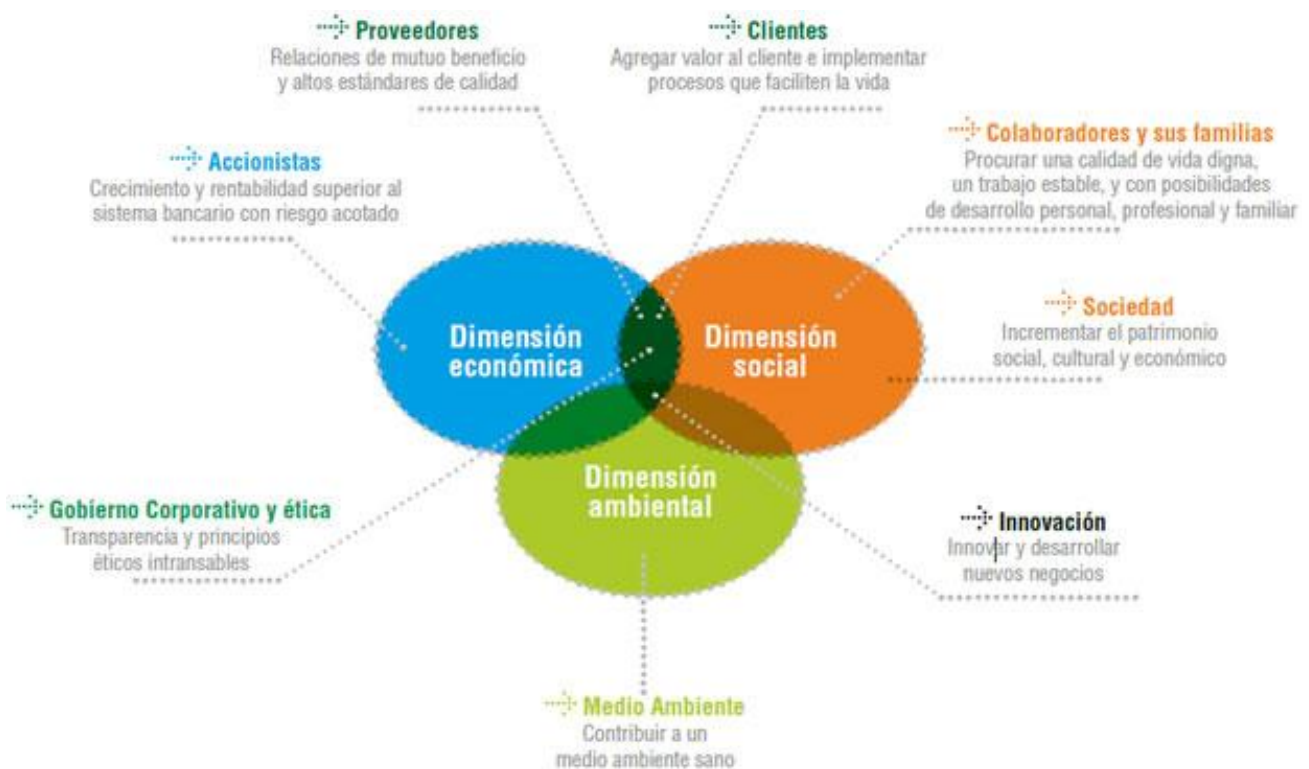
discriminación, hay que mencionar también que se ha de luchar contra la discriminación por motivo de sexo, raza, cultura, religión o edad.

- Medidas de prevención de riesgos laborales. El desarrollo y la adopción de esta medida supone en un primer momento ir más allá de la simple toma en cuenta y protección para minimizar los daños que puedan ocasionar los accidentes. Supone acercarnos a todas las medidas y asumirlas de forma proactiva de manera que la labor no sea tanto minimizadora del daño, sino preventiva del mismo. De esta forma, la implantación pasa por una labor de dedicación de tiempo y esfuerzo de cada uno de los miembros de la organización, aportando mejoras y posibles ideas para incrementar la seguridad de todos los elementos con los que se trabaja.
- Medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Según el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco (2010), como se desprende de la proposición del término conciliación que propone la RAE, actualmente existe un gran enfrentamiento en el proceso de desarrollo de la vida personal, familiar y laboral. Este enfrentamiento se deriva de las nuevas formas aceptadas de gestión empresarial, de la incorporación de la mujer al mundo laboral, y de las desigualdades que aún persisten entre hombres y mujeres. Por tanto, se nos plantea la necesidad de definir nuevas formas organizativas, en las que predomine una participación igualitaria entre hombres y mujeres, tanto en el ámbito laboral, como en el familiar. En definitiva, se busca dejar al margen la gestión y cultura basada sólo en la presencia física, adoptándose nuevas formas a través de las cuáles se ofrezca la oportunidad de delegar tareas y responsabilidades, es decir, basada en valores como pueden ser la confianza y la vinculación emocional.
- Programas de formación interna. Se trata de una actividad orientada a la formación continua de los trabajadores que se sucede al mismo tiempo de su desarrollo laboral. De este modo, la empresa contribuye a completar y desarrollar la carrera profesional del individuo, aportándole mayor garantía de pertenencia a la entidad al mismo tiempo.
- Inventivos a la comunicación y participación. Sea cual sea mecanismo de coordinación seguido por la organización, es muy importante el nivel de relación informal existente. Tanto la comunicación, como la participación en actividades y proyectos, pueden servir al empresario para descubrir el potencial de sus empleados. Al margen de esto, el sentirse partícipes, funciona como elemento motivador, ya que la entidad está teniendo en cuenta tu opinión acerca de algún tema.
- Gestión cultural y lingüística. Derivado de la inmersión en el entorno multicultural y multilingüe actual, se nos plantea también la necesidad de llevar a cabo una gestión

adecuada de las diferentes culturas y lenguas presentes en la organización. A través de esto, tendremos la posibilidad de eliminar las barreras y ayudar a una mayor integración organizativa. Asimismo, mejorará el clima laboral y la comunicación.

- Apoyo a la integración social. Por otra parte, como entidad inmersa en un marco social, podemos afirmar que tiene la necesidad de adaptarse, en mayor o menor medida, a las necesidades de la misma. Se trata de estudiar de forma minuciosa la sociedad por la que estamos influidos, y ver así como podemos obtener el máximo beneficio de ella, tanto en lo que se refiere a venta de productos y servicios, como en dedicación de tiempo, influencias, recursos necesarios, etc. Con todo esto, será más fácil incrementar la calidad de vida.
- Marketing ecológico. Entendido éste como *“el proceso de planificación, implantación y control de una política de producto, precio, promoción y distribución que permita conseguir los tres siguientes criterios: (1) que las necesidades de los clientes sean satisfechas, (2) que los objetivos de la organización sean conseguidos y (3) que el proceso genere el mínimo impacto negativo en el ecosistema”*, definido por Chamorro (2001, p. 4), podemos observar que se busca en general el incremento del beneficio sin perjudicar, en la medida de los posible, el entorno en el cual se actúa.

Figura 2. Pilares básicos de la RSC.



Fuente: Martínez Cuartero, A. (2013)

2.5.4. R.S.C. Y UNIVERSIDAD

Por último, y a modo de introducción para nuestro estudio, podemos hablar también del ámbito universitario y de la aplicación que en éste se lleva a cabo del concepto, a pesar de no constituir un pilar básico para la RSC. Para comenzar, la primera cuestión que habría que plantearnos es por qué y para qué es necesario aplicar la Responsabilidad Social al ámbito universitario.

Como afirman Galán et al. (2012, p. 142), las universidades no pueden mantenerse al margen de esta nueva forma de gestión, no sólo por ser organizaciones insertadas en la sociedad, sino más bien, por ser instituciones de carácter formativo de las que el día de mañana obtendremos a los futuros empresarios y profesionales, personas que han de conocer los principios básicos de esta RSC y llevarlos a la práctica en la medida de lo posible. Además, Díaz de Iparraguirre (2009, p.8) nos afirma que “ *Las universidades tienen la responsabilidad de proporcionar información científica, profesional, humanística, artística y técnica del más alto nivel, contribuir a la competitividad económica y al desarrollo humano y sostenible; promover la generación, desarrollo y difusión del conocimiento en todas sus formas; contribuir a la preservación de la cultura nacional, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, innovadoras, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones de país y a la vigencia del orden democrático*”.

Con todo lo anterior, se pueden proponer una serie de razones que además de las ya expuestas, ayudan a justificar la existencia de la RS en el ámbito universitario. Estas razones fueron explicadas por Pérez (2009, p.6), en el Consejo Social del Universidad de Huelva:

- En primer lugar, se destaca la importancia de adaptación que tienen que llevar a cabo las universidades para insertarse en el nuevo ámbito económico, social y cultural replanteado desde los inicios del siglo XXI.
- Además, hay que tener en cuenta que comenzar a desarrollar una Responsabilidad Social Universitaria (RSU) ayuda, al mismo tiempo, a elevar el nivel de exigencia en cuanto a servicios se refiere; por tanto, son nuevos retos los que en este momento se comienzan a plantear.
- Otra importante razón sería el importante cambio que se está llevando a cabo en las universidades por su novedosa pertenencia al Espacio Europeo de Educación Superior, donde estas han de responder ante nuevas demandas sociales.
- Unida a estas razones, hemos de mencionar el papel que están jugando en los últimos tiempos otras instituciones y grupos educativos. Así, podemos decir que la universidad ya

no cuenta de forma exclusiva con el papel educacional de la sociedad, sino que compite con otras fuerzas, por lo que requieren de cierta distinción.

- Por último, otro de los motivos es la necesidad de las universidades de presentarse ante el alumnado y los distintos grupos de interés como una institución socialmente responsable, ya que a través de ella se pretenden divulgar e integrar una serie de principios y valores sociales éticos, ecológicos y humanos; y no tendría sentido que la propia entidad no los desarrollase al máximo posible.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

3.1 INTRODUCCIÓN. RSC DEL UNIVERSITARIO Y RSC UNIVERSITARIA

Para comenzar, y con el objetivo de ayudarnos a definir en el siguiente apartado el concepto de Responsabilidad Social Universitaria, hemos de hacer mención primero a la distinción existente entre la responsabilidad social del universitario y universitaria. Como nos muestran Galán et al. (2012, p.141), mientras que la responsabilidad social del universitario se refiere a la propia responsabilidad del estudiante, responsabilidad de la universidad de formarle como profesional; la responsabilidad social universitaria es un concepto más amplio, referido a la responsabilidad de la entidad en sí. Por tanto, se puede afirmar que el segundo término ya incluye al primero, es decir, RS universitaria incluye la RS del universitario, al margen de otros muchos aspectos.

3.2 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

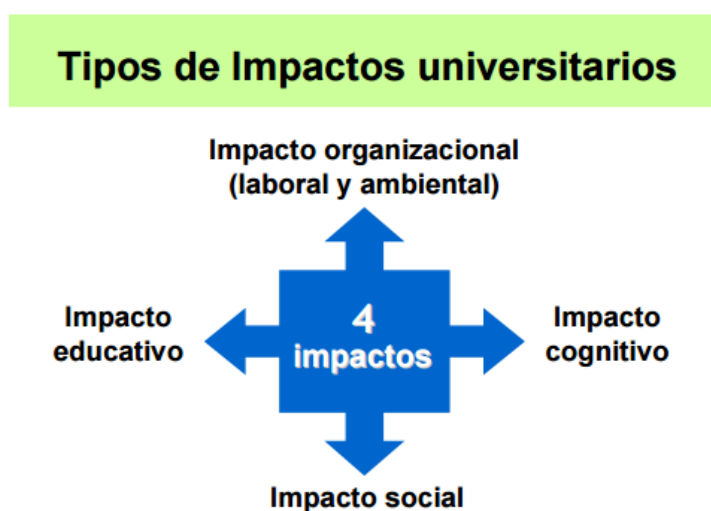
Antes de adentrarnos en la investigación, conviene delimitar de forma clara el concepto de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Según Vallaey (2005, p.3), es importante distinguir primero entre el concepto de RSC y RSU. Para esto, hemos de tener en cuenta que los fines que se persiguen en el ámbito universitario son la enseñanza (propósito académico) y el desarrollo (propósito de investigación), es decir, podemos asegurar que las universidades generan impactos distintos al resto de entidades o compañías. Vallaey clasifica en 4 grupos estos impactos, marcando así los ejes de actuación de las universidades en el ámbito de RS:

1. Impactos de funcionamiento organizacional: al igual que ocurre con el resto de organizaciones y empresas, la universidad deja huella en todas aquellas personas con las que se relaciona. Este grupo incluiría a profesores, estudiantes, personal investigador y de servicios, etc. Asimismo, también causa impactos en el medio ambiente que la rodea, ya que produce, al igual que otras muchas entidades, desechos y contaminación atmosférica.

De este modo, la universidad tiene el deber de gestionar de un modo responsable, al igual que el resto de organizaciones, estos impactos tanto humanos como ecológicos generados.

2. Impactos educativos: en este apartado no referimos a la responsabilidad que tiene la empresa con los estudiantes, partiendo de la base de que es aquí, donde se lleva de forma directa el proceso de formación y educación de los jóvenes y futuros profesionales. Por tanto, ésta ha de aportarles la capacidad necesaria para poder comprender y ver el mundo de otra forma, es decir, llevar a cabo la asunción de ciertos valores por parte del estudiante que ayuden a su desarrollo. Además, también influye en la deontología profesional, entendida ésta como el conjunto de valores, normas y reglas que sistematizan y guían la enseñanza de cada disciplina, el rol que juega en el ámbito social.
3. Impactos cognoscitivos y epistemológicos: antes de nada, la universidad se constituye como un centro dedicado a la transmisión de conocimientos e investigación. Por este motivo, la universidad está capacitada para orientar y dirigir, en cierto modo, los temas de desarrollo y estudio más actuales. Con todo esto, se puede concebir como un enlace entre Sociedad y Ciencia, un nexo encargado de promover la buena comunicación y facilitar el acceso a ambos mundos.
4. Impactos sociales: al igual que otros entes, la universidad tiene impacto sobre la sociedad en general, y ciertos efectos que se provocan en los ámbitos económico, social y político. Esto es no sólo por la responsabilidad de educar a los futuros empresarios y profesionales, sino también, por el marco que supone para el resto de la sociedad, ya que a través de ella se permite promover, desarrollar y vincular la enseñanza con el mundo exterior.

Figura 3. Tipos de impactos universitarios.



Fuente: Vallaeys (2005, p. 4)

Al mismo tiempo, se pueden distinguir una serie de personas interesadas o stakeholders del ámbito universitario, estas serían las autoridades universitarias, el personal que trabaja en la misma, tanto docentes, como administradores e investigadores, los proveedores y los propios estudiantes. También formarían parte de este colectivo como potenciales actores externos la comunidad local, y los sectores público y privado.

Con todo esto, se pueden tomar en cuenta las distintas aportaciones realizadas en torno al concepto de RSU. Según Pérez (2009, p. 15), la RSU se puede entender como una nueva forma de trabajo de las universidades, una forma de trabajo basada en la relación estrecha entre universidad y sociedad, con la que además de interactuar de forma continua, tiene que tomar en consideración para ver las posibles repercusiones que le causará y las expectativas que se han formado de ésta.

Desde otra perspectiva, Vallaey (2005, p.5) la define como: *“Una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales, sociales y ambientales que la Universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover el Desarrollo Humano Sostenible”*.

En conclusión, podemos decir que la RSU es el conjunto de acciones que se llevan a cabo desde el ámbito universitario en cada una de las distintas políticas y actuaciones para formar y educar a los profesionales y demás público relacionado, insertándolos en un mundo donde la responsabilidad de cada acción ha de ser tenida en cuenta, esto es, una nueva forma de gestión caracterizada por la orientación y el desempeño de nuevos valores donde se resalta la búsqueda del bienestar social en general. Asimismo, para esta definición de la RSU tenemos que tener en cuenta que su nivel dependerá en cada universidad tanto de la forma que esta haya tenido para definir la misión y sus prioridades, como de los problemas actuales y previstos que se planteen en la sociedad en cuestión.

A continuación, se muestran las actuaciones que de forma genérica se llevan a cabo en las universidades en los distintos ámbitos que conforman los pilares básicos de la responsabilidad social:

Tabla 4. Marco de la Responsabilidad Social en las universidades.

Dimensión	Como organización	Como centro de formación e investigación	En su proyección social
Medioambiental	Campus neutro en carbono Reducción consumo agua Reducción residuos y reciclaje Transporte sostenible	Desarrollar conocimientos de tecnología medioambiental Formar personas para el sector medioambiental Formación hábitos y competencias en toda su comunidad de influencia	Promover el debate Cuidar parques y espacios ecológicos en el campus Difundir campañas y conocimientos
Social	Invertir en la formación de los profesionales Promover igualdad de oportunidades Dar participación a los grupos de interés en la organización	Formación en ética y valores Investigación sobre la responsabilidad social Generar nuevos modelos actuación y de gestión	Proyectos de voluntariado Colaborar con la sociedad civil Generar conocimiento y promover el debate de responsabilidad social
Económico	Mejora de la eficiencia en el uso de edificios y tecnología Establecer códigos de conducta y criterio de RSC en la contratación de compras y servicios Transparencia económica	Implantar la RSE como tema transversal de la formación Implantar política de becas y ayudas	Invertir en fondos con criterio ético Vender productos de comercio justo Acción social

Fuente: Universidad de Zaragoza: “Promoviendo un modelo de RS en la universidad de Zaragoza”. (s.f.)

4. METODOLOGÍA

Antes de comenzar el estudio, en esta parte del trabajo se pretende explicar la metodología seguida para el análisis de la RSC en las distintas universidades andaluzas.

En dicho análisis, antes de introducimos en la RSC de cada universidad, se hará una breve descripción de las mismas incorporando datos acerca del año de fundación, la oferta académica y el capital humano, mostrando, en la medida de los posible, información acerca del número de estudiantes aproximados, docentes y personal de administración y servicios.

Para esto, además de para el estudio en sí de la RSC, se han consultado las páginas web de cada universidad, indagando en la información correspondiente. Hay que destacar, de antemano, que no son todas las universidades las que ofrecen información accesible al público sobre este tema.

Partiendo de esta base, la metodología utilizada ha sido el análisis de contenido de páginas web. En este sentido, se han seleccionado las 13 universidades andaluzas, tanto de ámbito público como privado.

Según Adam y Featherstone (2007, p. 297-310), el análisis de contenido permite que el investigador pueda conocer de una forma más objetiva y sistemática una organización o entidad a través de los medios o indicadores que dicha organización genera (informes, documentos, páginas web). A través de esta metodología, el investigador selecciona una serie de conceptos para, posteriormente, examinar, analizar y cuantificar la presencia de dichos conceptos en las unidades de análisis elegidas. Actualmente, son numerosos los estudios en los que se utiliza esta metodología para el análisis de la información de páginas web.

5. RESULTADOS

5.1 UNIVERSIDAD DE JAÉN

- Descripción general



Como se informa en la página web de la Universidad de Jaén (UJA), constituida en el año 1993 como institución autónoma, la entidad ha sabido desde entonces responder a la demanda que se presenta en el mundo académico y, en general, a la sociedad.

En la actualidad, cuenta con una oferta académica debidamente adaptada y diseñada para las necesidades del mercado laboral y profesional: en sus distintas facultades se pueden estudiar hasta 50 titulaciones distintas entre Grado, Primer y Segundo Ciclo. Además, también se ofertan un total de 22 másteres. Asimismo, es de destacar la importancia de los cambios tras la inmersión en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), ya que éste ha supuesto mayor contenido práctico de las clases, el fomento del multilingüismo y la inclusión de otros muchos ámbitos esenciales para el desarrollo formativo y la competitividad.

En último lugar, destacar la importancia del capital humano. Son más de 17.000 los alumnos que tienen cabida en las instalaciones y reciben la formación impartida por más de 1.000 profesionales. Al margen de esto, otras más de 400 personas se dedican a la administración y los servicios en general que se precisan.

- Responsabilidad social en la Universidad de Jaén

Como se indica en la propia página web de la universidad, la RSC constituye un *“elemento intrínseco a la razón de ser de la misma, siendo a la vez un aspecto consustancial a ésta, cuyos principios de encuentran en la misión, visión y valores de la universidad”*.

Al margen de llevar a cabo el cumplimiento de la legislación, a todos los niveles, la universidad apuesta por el compromiso con la sociedad y la satisfacción al máximo posible de todos los grupos de interés que se relacionan con la entidad, buscando para esto equilibrio en el ámbito económico, social y medioambiental. Además, la entidad postula por la transparencia en la información como un valor añadido, esencial para los stakeholders.

En el mismo apartado, la universidad hace una clasificación, distinguiendo tres ámbitos posibles de actuación relacionados con la RSC: Universidad Responsable, Universidad Solidaria y Universidad Saludable. A continuación hablaremos con mayor detalle de cada uno de estos aspectos.

En primer lugar, se encuentra el ámbito de **Universidad Responsable**. Al tiempo que las universidades se definen como agentes sociales de desarrollo, éstas han de contribuir e implicarse de forma clara y directa con la responsabilidad social. Según la UJA, *“Nuestros compromisos y apuesta por la Responsabilidad Social tienen como objetivo contribuir a los esfuerzos que a nivel institucional, andaluz, nacional e internacional, se están llevando a cabo para fomentar y consolidar este modelo de gestión responsable y modelo de desarrollo sostenible definido por la Comisión Brundtland (1987) como: desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades”*. Por tanto, podemos hablar de verdadera RSC. Además, a través de la institución, se apuesta firmemente por la defensa de los derechos humanos, laborales, medioambientales y la lucha contra la corrupción, aspectos esenciales de la RSC tratados en el marco teórico. A continuación, a través de la figura 4, se muestra la imagen realizada para la divulgación del primer encuentro con fines éticos y de responsabilidad social. Este encuentro fue promovido por el Vicerrectorado de Planificación, Calidad y Responsabilidad Social y Comunicación de la UJA, la Escola Superior de Gestao, Hoteleria e Turismo de la Universidade do Algarve y el Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa.

Figura 4. I Encuentro centrado en la ética y responsabilidad social anunciado en la UJA.

I ENCUENTRO IBÉRICO SOBRE LA ENSEÑANZA DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR



Fuente: Universidad de Jaén

Asimismo, en este mismo apartado, se incorpora también información acerca del Pacto Mundial, indicando que desde 2009 la Universidad permanece adherida a dicho pacto; otro apartado sería Comercio Justo, donde se nos muestra que la entidad ha apostado fuertemente por este ámbito como uno de los objetivos de la RSC. Además, se pone de manifiesto que la Universidad de Jaén ha sido la primera universidad española en velar y contribuir por el Comercio Justo. A través de éste, se busca premiar y estimular a los productores que llevan a cabo prácticas responsables tanto en el ámbito económico y social, como medioambiental, reduciendo las distancias existentes entre productor y consumidor. Así, se permite a los consumidores tomar decisiones con mayor información acerca de las prácticas sostenibles que se han llevado a cabo. En último lugar, también incluye un apartado acerca de la Sostenibilidad, que nos conduce al Aula Verde. En esta ventana se nos informa que desde 2008, la UJA cuenta con este aula cuyo fin no es otro más que sensibilizar y concienciar a la comunidad universitaria en los comportamientos relacionados con el medio ambiente. Asimismo, se nos muestra en la página web que desde el 23 de junio de 2014, ha sido aprobado por el Consejo de Gobierno la Declaración de Política en Sostenibilidad Ambiental de la Universidad de Jaén, en la cual, se refleja lo siguiente:

*“La Universidad de Jaén consciente del papel que tiene la Universidad como institución de referencia tanto en la educación como en la investigación, asume el **compromiso de integrar la dimensión ambiental** a todas las actividades docentes, investigadoras y de servicios, en la búsqueda e implantación de un modelo de sociedad que apueste por la sostenibilidad.*

La Universidad de Jaén, a través de la presente declaración, asume el compromiso de trabajar por la sostenibilidad, la cual está sustentada en los principios rectores y directrices recogidas en la Agenda 21 de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Del mismo modo, debe asumir el papel de las universidades en el

desarrollo de una gestión ambiental exigente, como referencia y distintivo de calidad, conforme a la Carta Universitaria Copernicus para el Desarrollo Sostenible, documento impulsado por la Conferencia Europea de Rectores; y las recomendaciones elaboradas por la Comisión Sectorial de la CRUE para la Calidad ambiental, el Desarrollo Sostenible y la Prevención de Riesgos en las Universidades (CADEP).

Para alcanzar este objetivo, la Universidad de Jaén manifiesta su voluntad a través de la presente declaración de política ambiental asumiendo los compromisos del siguiente **decálogo**:

- Adoptar las medidas necesarias para **garantizar el cumplimiento de la normativa medioambiental** que le sea aplicable, intentando ir más allá de los mínimos reglamentarios en aquellas actividades que le sea posible.
- **Establecer un sistema de gestión para prevenir, reducir y eliminar** el impacto ambiental derivado de su actividad universitaria, como muestra de su compromiso para la prevención de la contaminación y la mejora continua de nuestro entorno.
- Fomentar el ahorro de **recursos naturales, materias primas y energía**, racionalizando el consumo mediante la adopción de las medidas necesarias.
- Promover la **reducción y valorización** (reutilización, reciclaje y recuperación) de los **residuos** generados por la actividad universitaria.
- Considerar **criterios ambientales en la planificación y gestión de las infraestructuras** de la Universidad de Jaén, tanto en el diseño, adecuación y uso de sus espacios e inmuebles.
- **Introducir cláusulas sociales y ambientales en los procedimientos de contratas y compras**, promoviendo, con carácter general, condiciones especiales de ejecución para los proveedores y adjudicatarios con objeto de garantizar un adecuado nivel de calidad ambiental.
- **Sensibilizar, informar y formar a toda la comunidad universitaria** para que se observen las directrices marcadas en la política ambiental, **promoviendo su participación activa** en la gestión ambiental y en la mejora de la calidad del entorno universitario.
- **Fomentar la incorporación de los conceptos de responsabilidad social y desarrollo sostenible, y sus principales contenidos, en las competencias transversales de las titulaciones oficiales.**
- **Desarrollar y fomentar líneas de investigación** que propicien la transferencia del conocimiento científico y tecnológico que avance **hacia la sostenibilidad**.

- **Establecer objetivos y metas anualmente** que permitan asumir los compromisos de la presente declaración, así como realizar un **seguimiento continuo** de la repercusión ambiental de la actividad universitaria, **evaluando** el grado de cumplimiento de los objetivos y metas establecidos, para lo cual, realizará memorias anuales que serán públicas y difundidas para su conocimiento por toda la Institución, **como proceso de mejora continua con respecto al medio ambiente**.

[...]”.

Por otro lado, en segundo lugar, se encuentra el ámbito de la **Universidad Solidaria**, donde se destacan principalmente los valores de solidaridad y cooperación internacional, haciendo alusión a los apartados de Cooperación al Desarrollo y Voluntariado. Además, se nos indica que la UJA desde 2007 permanece adherida al Código de Conducta de las universidades en materia de cooperación al desarrollo y que al mismo tiempo, lleva a cabo un Plan de Acción Social, que la define aún más como universidad solidaria.

En tercer y último lugar, encontramos el ámbito de **Universidad Saludable**, donde se nos informa de que la institución está involucrada y es consciente de la importancia de llevar a cabo hábitos de vida saludables, por lo que se encarga de promoverlos con el fin de incrementar la calidad de vida de la comunidad universitaria en general.

5.2 UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

- Descripción general

Fundada en el año 1993, se sitúa en la capital almeriense a orillas del mar Mediterráneo.

Entre su oferta académica encontramos un total de 34 grados, 57 másteres y 30 programas de doctorado.

Asimismo, entre el personal se cuenta con la cualificación de 840 profesores, aproximadamente, y 477 personas disponibles para trámites administrativos y personal de servicios. Por otro lado, el total de alumnos ronda los 13.800.



- Responsabilidad social en la Universidad de Almería

Insertado en el servicio de Planificación, Evaluación y Calidad (SPEC), la Universidad de Almería cuenta con un apartado dedicado a la RSU. En éste, se nos informa muy superficialmente que la entidad está encargada de elaborar anualmente una Memoria de

RSU y se nos aporta el enlace para entrar a la última disponible, de la cual se muestra la portada en la siguiente figura.

Figura 5. Portada de la Memoria de RSU de la Universidad de Almería para el curso 12/13.



Fuente: Universidad de Almería

Al margen de esta memoria, donde se pueden estudiar los distintos compromisos adquiridos por la universidad (compromiso con el alumnado, con el personal, social, con el medio ambiente, con el sector empresarial y con la mejora continua), la institución no dispone de información adicional en su página web.

5.3 UNIVERSIDAD DE GRANADA

- Descripción general

Universidad fundada en 1531, pudiendo considerar su actividad consecutiva a la iniciada anteriormente por la Madraza del último Reino Nazarí. Recientemente, ha llevado a cabo políticas de restauración y mantenimiento que le otorgan un valor histórico y cultural superior en todos los sentidos.



En la actualidad, cuenta con cinco Campus Universitarios distribuidos por toda la capital, y dos más, situados en el norte de África, en las ciudades de Ceuta y Melilla. En sus infraestructuras se ofertan un total de 75 titulaciones, 68 másteres, 116 doctorados y 113 cursos complementarios de idiomas, metodología, etc.

En lo que concierne al ámbito humano, según la página web de la Universidad de Granada, podemos afirmar que cuenta con más de 60.000

estudiantes de Grado y Postgrado; y otros 20.000 realizando estudios complementarios, cursos de verano, idiomas, etc. Todo este colectivo está atendido por 3.650 docentes y profesionales que imparten clase en las distintas titulaciones y por un grupo de 2.000 técnicos, administrativos y personal de servicios.

- **Responsabilidad social en la Universidad de Granada**

La Universidad de Granada, a diferencia de la de Almería, cuenta con apartado al margen, dedicado exclusivamente a la Responsabilidad Social y Transferencia. En éste, a su vez, podemos observar distintos subapartados: Consejo social, Fundación General Universidad de Granada-Empresa, Oficina de Transferencia de la Investigación, Parque tecnológico de las Ciencias de la Salud, Gabinete de comunicación, Gabinete de Relaciones Institucionales y Protocolo, Centro de Promoción de Empleo y Prácticas, y el Aula Permanente de Formación Abierta.

A través del **Consejo Social**, órgano encargado de conectar sociedad y universidad, podemos descubrir que la misión de defender los intereses tanto de los agentes sociales de Granada, como de la propia comunidad universitaria, está efectuada y garantizada en todo momento. Algunas de las competencias de éste serían:

- Originar buenas relaciones entre la entidad y el entorno en el cual se encuentra inmersa, entendiendo por entorno tanto el ámbito cultural, profesional y económico, como el social. Así, se persigue disponer de la mayor información posible y de calidad, la cual podemos obtener a través de la Agencia Andaluza de Evaluación de la Calidad y Acreditación Universitaria.
- Mejorar, en la medida de lo posible y a través del requerimiento de cuantos informes sean necesarios, el desempeño de las funciones.
- Estudiar las características de la sociedad actual y adecuar la oferta académica y las distintas actividades que se llevan a cabo en el ámbito universitario a las necesidades de la población de cada momento.
- Hacer partícipes y mantener informada a la población de las posibles modificaciones que puedan hacerse por la fundación o eliminación de alguna de las Facultades, Escuelas Técnicas o Politécnicas, Escuelas Universitarias o Politécnicas.
- Controlar y asegurarnos de la eficacia de las actividades que mantienen carácter económico en la entidad.
- Supervisar las directrices básicas del presupuesto elaborado por la universidad, desde el Consejo de Gobierno, aprobándolo o rechazándolo.

- Fijar mediante acuerdos y consenso la retribución adicional de cada uno de los docentes y demás personal de la entidad, en base a los distintos méritos. Para esto, al margen de los méritos se habrá de tener en cuenta el límite que viene fijado por cada Comunidad Autónoma.
- Estudiar, junto con el Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, y posteriormente al análisis del informe elaborado por el Consejo de Universidades, las posibles situaciones de permanencia y las reglas que sistematizarán el proceso de enseñanza, teniendo en cuenta las características de cada uno de los programas de enseñanza.
- Suscitar el establecimiento de convenios entre la entidad y las diferentes instituciones tanto públicas como privadas, que se encuentran en el mismo ámbito, con el fin de facilitar la formación del estudiante, permitir completarla y facilitar el futuro empleo.
- Instauración de programas que aporten al estudiante mayor facilidad de acceso al mercado profesional.

En segundo lugar, nos encontramos con la **Fundación General Universidad de Granada-Empresa**. Fue fundada en 1989 y su misión principal es la de promover las relaciones entre el ámbito universitario y empresarial. Para esto, la Fundación trabaja priorizando los aspectos innovación, formación y empleo.

Por otro lado, observamos la **Oficina de Transferencia de la Investigación (OTRI)**. Creada en 1989, al igual que la fundación anterior, está encargada de hacer partícipe a la sociedad de las investigaciones realizadas en la universidad, es decir, trata de promover, fomentar y divulgar las distintas investigaciones realizadas, con sus respectivos resultados entre la sociedad.

Asimismo, podemos hablar del **Parque tecnológico de las Ciencias de la Salud**. Es el primero de España y uno de los pocos existentes en todo el mundo que se dedica exclusivamente a la salud.

En quinto lugar, nos encontramos con el **Gabinete de comunicación** y el **Gabinete de relaciones Institucionales y Protocolo**. A través de éstos, la universidad se encarga de mantener una relación fluida con los medios de comunicación y con las distintas instituciones interesadas.

Además, hay que destacar también la existencia de un **Centro de Promoción de Empleo y Prácticas**, encargado de estrechar las relaciones entre universidad y sociedad en sentido del empleo. A través de éste, en general, podemos decir que se facilita la salida al mercado laboral de los distintos miembros de la comunidad universitaria.

Por último, podemos hablar del **Aula Permanente de Formación Abierta**. Esta fue creada en el curso 1994/1995 y tiene como objetivo promover la educación y cumplir las expectativas educativas de las personas mayores de 50 años que así lo requieran.

5.4 UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- Descripción general

La constitución de la Universidad de Málaga pasa por un proceso más complejo y dilatado que el ocurrido en otras universidades. En un primer momento, se crea en 1968 en la ciudad la “Asociación de Amigos de la Universidad de Málaga”, semilla futura, ya que consiguió concienciar a la población de la necesidad de una universidad y de la importancia de la misma.



Posteriormente, en el año 1971, se crea el Colegio Universitario de Málaga y las distintas agrupaciones por facultades, aun dependientes de la Universidad de Granada. En último lugar, en el año 1972, mediante decreto se aprueba la fundación de la Universidad de Málaga.

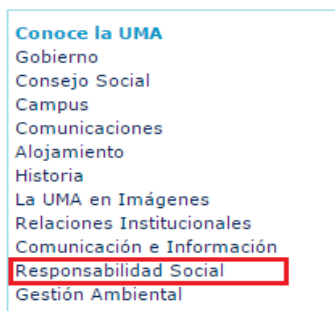
De la oferta académica, según se informa en la página de la Universidad, se puede resaltar que cuenta con 58 títulos de Grado, 53 de máster y 278 grupos de investigación. Además, cuenta con un total de 45 patentes registradas en 2011.

Entre su capital humano es de destacar los más de 35.000 estudiantes con lo que cuenta en la actualidad.

- Responsabilidad social en la Universidad de Málaga

Como se puede observar en la figura 6, en el apartado de “*Conoce la UMA*”, la entidad ofrece la posibilidad de dirigirnos directamente al ámbito de la Responsabilidad Social.

Figura 6. Índice de: “Conoce la Universidad de Málaga”.



Fuente: Universidad de Málaga

Una vez introducidos en este apartado podemos ver como se destaca la importancia de las relaciones entre la sociedad y la universidad. De igual modo, se subrayan como valores esenciales de la entidad la responsabilidad social, la igualdad, sostenibilidad, las relaciones multiculturales y el pensamiento libre y espíritu crítico.

Con alrededor de 1.200 estudiantes insertados en el programa de voluntariado de la universidad y unos 72 proyectos anuales pensados para prestar ayudas de carácter social, podemos afirmar también que es la universidad más solidaria de Andalucía. Además, esta afirmación viene corroborada por un estudio realizado por la Asociación Mutua Madrileña.

Al margen de lo anterior, desde el año 2006 la entidad permanece adherida a los 10 principios del Pacto Mundial. Asimismo, como se indica en su propia página web : *“Entre las diversas líneas de actuación destacan la creación de la Unidad de Igualdad de la Universidad de Málaga, los programas de Sostenibilidad Ambiental, Ahorro y Eficiencia Energética, los relacionados con la Salud, los de Voluntariado y Cooperación internacional y los relacionados con la Atención a la Diversidad”*.

5.5 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

- Descripción general



Como se muestra en la propia página web de la universidad, es una institución fundada en 1994, que nace con el objetivo de contribuir y mejorar el desarrollo, la transmisión y la crítica de la ciencia, la técnica y la cultura. Asimismo, puesto que dispone de campus permanentes en cuatro de las ocho provincias andaluzas (Sevilla, Huelva, Jaén y Málaga), se puede hablar de la importancia del intercambio de formación científica y tecnológica a nivel interregional e internacional. A continuación, se muestra una imagen con las distintas sedes que posee la entidad repartidas en la comunidad andaluza.

Figura 7. Sedes andaluzas de la Universidad Internacional de Andalucía.



Fuente: Universidad Internacional de Andalucía

Tras su importante éxito, entre sus retos destaca el aumento de su oferta académica en materia de postgrado, el refuerzo de su dimensión internacional y la mayor integración de las tecnologías en el desarrollo de las prácticas docentes e investigaciones. Actualmente, se oferta una serie de programas oficiales de posgrado, 15 másteres y doctorados; además de una serie de cursos propios y formación de cursos continua y cursos de verano.

Entre su capital humano encontramos un total de 2.400 profesionales y docentes, que imparte clase aproximadamente a unos 5.200 alumnos. Como personal de administración y servicios encontramos, de igual forma, un equipo compuesto por 130 personas.

- **Responsabilidad social en la Universidad Internacional de Andalucía**

Como ámbito perteneciente al Vicerrectorado de Planificación y Calidad, en él se inserta un apartado denominado “*Modelo de Responsabilidad Social de la UNIA*”. A través de este podemos descubrir que es en el año 2007/2009 cuando se plantea la entidad la definición de su primer Plan Estratégico. En éste, el principal objetivo marcado es dar respuesta a todos los grupos de interés que tienen o pueden llegar a tener algún tipo de relación con la entidad, tanto en el campo económico, social y laboral, como medioambiental.

Al margen del Plan Estratégico, en 2008, la entidad crea el Comité de Responsabilidad Social de la UNIA, encargado de facilitar las relaciones entre los grupos de interés, incorporando al menos un representante de cada uno de los colectivos.

Conjuntamente, la universidad detalla de forma clara quiénes son sus principales stakeholders: “*la sociedad en su conjunto; el medio ambiente; el alumnado; el profesorado y los proveedores; el personal de Administración y Servicios; la administración pública y accionistas; y los aliados y el Sistema Universitario Andaluz*”.

En último lugar, se muestra 100% transparencia en la información dándonos acceso al compromiso que en 2009 la UNIA renovó en torno a la RSC, además de permitir a los usuarios indagar en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales de la UNIA y en las Memorias de Responsabilidad Social escritas desde los comienzos de la adhesión al Pacto, hasta la actualidad. En el citado manual, la UNIA se centra principalmente en los siguientes aspectos:

- **Energía:** para tratar de influir en este aspecto la UNIA ofrece datos y aconseja diversas actuaciones que ayudan a reducir el consumo, centrándose en la climatización, iluminación y el uso de aparatos eléctricos y electrodomésticos.
- **Agua:** al igual que con la energía, la UNIA ofrece buenas prácticas relacionadas con la utilización del agua en el baño, en la cocina y cafetería, en la lavandería y en el jardín.
- **Bienes de consumo y residuos:** en este apartado, la UNIA se centra en hablar de las prácticas más adecuadas para reducir el consumo de productos, así como reducir el impacto de los residuos generados. Para esto, aporta prácticas útiles a seguir en la oficina, cocina y cafetería, y lavandería.
- **Movilidad:** con respecto a la movilidad, la UNIA se centra en el uso del coche y del transporte público como principales causantes de los daños en la sociedad, por lo que aporta consejos en este sentido.

Mientras que en la última Memoria disponible (año 2012/2013) se tratan aspectos relacionados con los compromisos adquiridos por la universidad en todos los sentidos: compromiso con la sociedad y la cooperación, con el medio ambiente, con el alumnado, con el profesorado, con el personal de administración y servicios, la igualdad, la excelencia e innovación, con aliados, colaboradores y la administración y, en último lugar, con los proveedores.

5.6 UNIVERSIDAD DE SEVILLA

- Descripción general

Fundada en el año 1505, la Universidad de Sevilla se constituye como la más antigua de la comunidad autónoma andaluza. Asimismo, se considera la Universidad pública principal de Andalucía, ya que cuenta con el mayor número de estudiantes en sus infraestructuras.



En lo que se refiere a la oferta académica es importante destacar la mayor presencia internacional, comparada con otras universidades andaluzas. Asimismo, comparada con el resto de universidades españolas, se puede decir que es una de las que posee una de las mayores ofertas académicas. La entidad ofrece un total de 67 títulos de grado, 88 másteres y 31 programas de doctorado. Al margen, brinda también la oportunidad de realizar 7 grados conjuntos nacionales, 18 dobles grados nacionales, 9 dobles grados internacionales, 2 másteres conjuntos nacionales, 5 dobles másteres nacionales, 14 dobles másteres internacionales y más de 150 títulos de formación continua.

Como se ha indicado anteriormente, la institución es la mayor en cuanto a número de estudiantes se refiere, contando con más de 70.000 miembros. Para atender a esta comunidad, asimismo, cuenta con alrededor de 4.200 docentes y más de 2.400 administrativos y personal de servicios.

- Responsabilidad social en la Universidad de Sevilla

En lugar de disponer de una sección dedicada a la RSC, la Universidad de Sevilla cuenta con una Oficina de Sostenibilidad. A través de ésta, pretende promover y desarrollar políticas sostenibles para el ámbito más cercano de la entidad. Así, en esa web, se nos informa de las noticias relacionadas con todos los aspectos de la sostenibilidad, basadas principalmente en logros. Algunas de estas noticias están relacionadas con la salud infantil, la arquitectura ecológica (cuya imagen podemos observar posteriormente), el transporte de energías renovables a toda Europa, las jornadas de reciclaje programadas “¡Recapacicla!”, etc.

Figura 8. Arquitectura ecológica, un logro de la Universidad de Sevilla.



Fuente: Universidad de Sevilla. Oficina de Sostenibilidad

5.7 UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE

- Descripción general



Fundada en el año 1997, la Universidad Pablo de Olavide es una de las universidades públicas más recientes. Se sitúa en la capital andaluza, Sevilla.

Entre la formación impartida podemos destacar los 39 programas de grado, 42 másteres y 9 doctorados. Además, también tienen especial relevancia los cursos impartidos de formación continuada y los cursos especiales de verano.

De su capital humano podemos decir que está formado por más de 11.000 alumnos, de los que casi 2.000 se dedican a estudios de postgrado. Asimismo, cuenta con un importante personal docente investigador (compuesto por 938 personas) y un elevado número de personal de administración y servicios (349 personas).

- Responsabilidad social en la Universidad Pablo de Olavide

A diferencia de lo que ocurre en otras universidades, que dedican a nivel global un apartado o ámbito para la RSC, la Universidad Pablo de Olavide opta por dejarla en manos de cada una de las facultades. Por tanto, el concepto adquiere una importancia diferente en cada una de ellas, estudiándose desde diversas perspectivas. Sin embargo, aparece el Título Séptimo de la Universidad en su página web, en el cual se indica lo siguiente: *“La Universidad se marcará como líneas básicas para el impulso de la calidad el fomento de los planes tendentes a la articulación del estudio simultáneo de titulaciones, la adaptación de los planes de estudios a las demandas de la sociedad, el dominio por profesores, estudiantes y gestores de, al menos, un segundo idioma, y la transversalidad en la oferta de los estudios oficiales y propios, así como la implementación de nuevos sistemas y métodos docentes”*.

Desde la Facultad de Ciencias Empresariales, podemos afirmar que se le presta una especial atención. Así, desde 2009, permanece adherida a la iniciativa PRME (Principles for Responsible Management Education), centrada en aspectos ya definidos a través del Pacto Mundial. Como principales compromisos adquiridos se pueden destacar los siguientes:

- **Finalidad – Principio 1.** Incluiría los aspectos relacionados con la formación y el desarrollo de las capacidades de los estudiantes. Así, se constituirán como futuros empresarios y profesionales capaces de contribuir y generar desarrollo sostenible, trabajando por una economía global sostenible e incluyente.

- **Valores - Principio 2.** Este compromiso se centra en hacer llegar a los estudiantes a través de los programas de formación y las distintas actividades realizadas los valores descritos anteriormente, fruto del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- **Método – Principio 3.** Este compromiso apuesta por la creación de determinados marcos educativos, materiales, procesos y entornos capaces de formar y permitir un aprendizaje eficaz en lo que respecta a un liderazgo responsable.
- **Investigación - Principio 4.** El cuarto compromiso centra su atención en la investigación, tanto conceptual como empírica, que permita a las distintas entidades e instituciones descubrir el papel, el impacto y la dinámica de las acciones llevadas a cabo en torno a los tres pilares básicos: social, económico y medioambiental.
- **Alianza - Principio 5.** Consiste en mantener relaciones con altos directivos y encargados de la RSC en diferentes corporaciones, con la finalidad de ampliar los conocimientos e investigaciones, y los posibles desafíos que se plantean en este nivel. De esta forma, se podrán establecer alianzas y obtener una visión conjunta sobre los distintos enfoques y maneras de afrontar los retos que la sociedad va planteando.
- **Diálogo - Principio 6.** El último de los compromisos tiene como objetivo primordial poner en contacto al conjunto de grupos de interés, facilitando el diálogo y debate entre los mismos y promoviendo así, una comunicación más eficaz en aspectos críticos relacionados con la sostenibilidad mundial y la responsabilidad social.

Por otro lado, desde la Facultad de Deporte, se nos brinda la oportunidad de estudiar distintos aspectos como pueden ser: tasas de abandono, de eficiencia, de éxito, de rendimiento, de graduación y la carta de servicios.

A destacar, entre los objetivos de calidad podemos citar el intento de contribución al progreso general de la sociedad, la lucha contra el respeto de los derechos humanos, el fomento de la solidaridad y la concienciación social acerca de los valores en los que estamos inmersos.

La Facultad de Ciencias Experimentales, sin embargo, junto con la de Ciencias Sociales, apuesta por el progreso tanto social, como económico y cultural. Además, también ofrece la posibilidad de acceder a distintas tasas. Ambas, insertan este ámbito dentro de la Misión y Valores de la institución. Asimismo, la Facultad de Derecho, prima la ética y valores en todos los ámbitos y actuaciones desarrolladas.

5.8. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

- Descripción general

En el año 1983 tuvo lugar la inauguración del centro docente y de investigación situado en Sevilla. Desde este momento, la universidad ha ido ocupando diversos espacios del Barrio de Santa Cruz, en el casco histórico de la ciudad. Asimismo, años más tarde, tiene lugar la inauguración de otras dos sedes en la comunidad andaluza, en Granada y La Línea de la Concepción. El domicilio social de esta entidad se encuentra en Madrid, pero además de estas sedes ya comentadas, podemos hablar de otras diez sedes repartidas por toda España.



La oferta docente que se nos muestra en la página web de la misma son una serie de cursos de primavera y otoño, como pueden ser cursos magistrales, conferencias, seminarios, encuentros y escuelas (enseñanzas no regladas o de extensión universitaria). Habitualmente, puesto que esta formación suele ser complementaria a la de otras universidades (Universidad de Sevilla y Universidad Pablo de Olavide, entre otras), la mayoría de los alumnos recibidos proceden de ellas. Estos cursos se avalan posteriormente y el alumno tiene la posibilidad del reconocimiento de créditos.

- Responsabilidad social en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo

Como excepción, en comparación con el resto de universidades, encontramos la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Esta no incorpora entre sus ámbitos, hasta la actualidad, ningún apartado o mención especial a la RSC. Por tanto, podemos afirmar que existe total opacidad en el trato de la información relacionada. Se desconoce si en la práctica, en realidad, realizan alguna actividad o desarrollan actividades en torno a alguno de los pilares de la RSC, pero podemos afirmar que aportan nula visibilidad a dicha información.

5.9. UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

- Descripción general



Universidad fundada en 1979 resultado de un largo proceso de reivindicaciones. Como se indica en su propia página web, la ciudad seguía una alta tradición de estudios superiores ya realizados anteriormente en relación a las

actividades marítimas y comerciales en las edades moderna y contemporánea, que le hicieron llevar a cabo las citadas protestas.

Para el curso 2.014-2.015 la oferta académica se cifra en 41 títulos de grado, 15 programas conjuntos de estudios oficiales de grado, 45 másteres y 15 programas de doctorado.

En los 35 años que lleva la institución en funcionamiento, aproximadamente, ha pasado de los 6.000 alumnos a más de 22.000 de la actualidad, cifras que nos indican su elevado progreso. A su vez, esto les ha hecho incrementar el profesorado hasta situarse en los 1.112 actuales

- **Responsabilidad social en la Universidad de Cádiz**

Con un apartado dedicado íntegramente a la Acción Social y Solidaria, en la Universidad de Cádiz podemos encontrar de forma rápida todos los temas a los que alude y tiene en cuenta en el desarrollo de su actividad.

En primer lugar, encontramos una **Oficina para la Sostenibilidad**. Esta fue creada en el curso 2004/2005 y su fin principal es guiar y encaminar a la entidad hacia modelos más sostenibles. Para esto, desde su creación, la universidad se ha centrado en tres áreas: gestión ambiental, voluntariado ambiental y educación ambiental. Además, se han establecido una serie de principios bajo los que se pretende trabajar y que la entidad resume en su página en:

- *Legalidad Ambiental.*
- *Planificación y gestión de infraestructuras.*
- *Gestión de los recursos.*
- *Compras y contrataciones.*
- *Promover el consumo responsable.*
- *Gestión de residuos.*
- *Actualización.*
- *Sostenibilidad curricular.*
- *Investigación.*
- *Sensibilización, acción y cooperación.*
- *Evaluación y difusión.*



En segundo lugar, estaría el área de **Atención a la Discapacidad**. A través de esta se pretende, en cierta forma garantizar los derechos humanos, respetando y luchando por el principio de igual. Así, los ámbitos de actuación serían: aceptación en la comunidad universitaria de cualquier miembro, facilidad de acceso en lo que a infraestructuras se refiere,

atención, ayuda y servicios de asesoramiento psicopedagógico, formación y realización de actividades para todos los miembros de la comunidad, colaboración con entidades exteriores para promover la inserción laboral e investigación para el desarrollo de conocimiento profesional.

Por otro lado, estaría la unidad de **Apoyo a las familias**. Mediante ésta, la universidad pretende ayudar y promover la conciliación de la vida laboral y familiar. Para ello, la entidad se encarga de formalizar la relación con una escuela infantil, “La Algaida”, elaborar e indagar en distintos aspectos de la educación infantil, mediante espacios de investigación; planificar y desarrollar “Talleres de verano”, y prestar servicios a las familias de la comunidad universitaria de atención socio-educativa.

Asimismo, cuenta con una unidad que permite la **Participación Social y Voluntariado**. Según la Universidad, *“los objetivos del Área de Participación Social y Voluntariado son fomentar el compromiso social, la ética profesional y el espíritu crítico, la participación social y ciudadana, el voluntariado, el asociacionismo y la acción social de la comunidad universitaria y su entorno”*. Con todo esto, podemos decir que sus principales actuaciones se centran en captar y gestionar distintos programas de voluntariado, promover la asociación entre las empresas o entidades y la comunidad universitaria, promover, al mismo tiempo, programas para la sensibilización social, e intentar desarrollar y gestionar trabajos en red entre los miembros con mayor implicación e interés en la comunidad universitaria.

En quinto lugar, hablaríamos de la **Cooperación al Desarrollo**. A través de esta, la institución se centra en los ámbitos de Desarrollo Humano y Sostenible. Para el desarrollo de estos principios, asimismo, podemos decir que las principales actuaciones serían:

- Fomento de la investigación y gestión del conocimiento, además de incorporación a la práctica, con la finalidad de erradicar la pobreza, conseguir el respeto de los Derechos Humanos, llevar a cabo procesos de descentralización y eliminar las posibles desigualdades entre los distintos grupos sociales.
- Colaboración, participación y desarrollo de distintos programas de Cooperación al Desarrollo, empleando tanto medios técnicos, como materiales y humanos.
- Promoción y gestión de lugares y espacios dedicados a la sensibilización, voluntariado y participación; así como formación y reflexión sobre ciertas actitudes y comportamientos, con la finalidad de intercambiar experiencias tanto dentro de la comunidad universitaria, como fuera, es decir, manteniendo relaciones no sólo con miembros universitarios, sino también, con los distintos colectivos sociales.

- Asistencia y cooperación con cualquier equipo de trabajo que se proponga la realización de actividades o programas, suscitando el Desarrollo Humano y Sostenible.
- Fomento del Trabajo en Red. Este aspecto incluye la participación y el desarrollo de programas formativos, investigaciones y acciones y proyectos que conllevarán la cooperación entre distintas universidades, instituciones y organizaciones sociales.

Además, la Universidad de Cádiz incorpora también una unidad de **Migraciones e Interculturalidad** a través de la que persigue promover el respeto y la tolerancia de las distintas culturas presentes, intentando evitar actitudes de rechazo y discriminación mediante diversas acciones como, por ejemplo, la potenciación de políticas de integración social y cultural.

En último lugar, posee un área de **Atención Psicológica y Psicopedagógica** encargada de atender de forma individualizada a los alumnos y realizar talleres educativos que ayudan, en general, a mejorar el rendimiento académico. Así, cuenta con una Unidad de Asesoramiento Psicológico, una Unidad de Asesoramiento Pedagógico y una Unidad de Apoyo a Nuevos Estudiantes.

5.10. UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

- Descripción general

Fundada en el año 1972, tiene una trayectoria avalada por dos siglos de antigüedad. Esta universidad tiene sus raíces en la Universidad Libre, universidad que desarrolló su actividad en la ciudad hacia finales del siglo XIX.



La oferta académica se configura por 32 programas de grado, 45 másteres, y una serie de programas de doctorado tanto oficiales de la universidad, como internacionales de la Escuela Internacional de doctorado en agroalimentación. Al margen, como ocurre en el resto de universidades, se ofrecen una serie de cursos de formación continua y cursos de verano que complementan la docencia expuesta anteriormente.

La relativa juventud de la misma, como se informa en su página web, la han dotado de cierta capacidad de adaptación y dinamismo. De esta forma, en la actualidad cuenta con alrededor de 21.000 alumnos, más de 1.200 docentes y unos 700 trabajadores como personal de administración y servicios.

- **Responsabilidad social en la Universidad de Córdoba**

Insertada en el menú principal, la Universidad de Córdoba cuenta con un Área de Cooperación y Solidaridad. En ésta, se explica de forma detallada cada uno de los espacios incluidos para el desarrollo de acciones con fines sociales.

En primer lugar, se observa el denominado “**Kiosko de los Gallipatos**”, espacio dirigido a realizar entrevistas y charlas relacionadas con el consumo responsable, la concienciación social y el voluntariado.

Asimismo, también cuenta con un espacio dedicado al **Comercio Justo y el Consumo Responsable**. En este, destacan las propuestas de actuación siguientes:

- Gestión y desarrollo de programas de formación para todo el personal que forma parte de la comunidad universitaria, desde los estudiantes, hasta el personal de la cafetería. Así, se impartirán distintos cursos de gestión, seminarios, talleres y otros programas relacionados.
- Sensibilización de los stakeholders mediante diferentes ferias de Consumo Responsable, campañas informativas, actividades de muestra y exposición con productos de Comercio Justo, etc. “(*Chocolatada del Consejo de estudiantes, desayunos solidarios, etc.*)”.
- Diagnóstico de la situación actual del Comercio Justo en Andalucía a través de investigaciones y observación de experiencias previas.
- Programas de gestión y formación en redes, alcanzando desde el ámbito universitario una gestión sostenible que promueva y sensibilice a la población acerca de la importancia de los criterios sociales y ambientales en las transacciones y contrataciones.

Por otro lado, se nos permite acceder a estudios y documentos propios realizados por la entidad, así como a información sobre los cursos convocados relacionados íntegramente con el desarrollo y la cooperación social. De igual forma, se nos informa acerca de cursos realizados anualmente sobre Turismo Responsable y Desarrollo, y Formación en Cooperación y Voluntariado en el ámbito de la Salud. Conjuntamente, se muestra el anuncio de estos cursos.

Figura 9. Cursos impartidos por la Universidad de Córdoba en materia de RSC.



Fuente: Universidad de Córdoba

Además, desde 2014, la entidad cuenta con un Convenio entre la Diputación de Córdoba y esta área, a través del cual se ha creado el **Programa de Soberanía Alimentaria para la Lucha contra el Hambre y el Desarrollo Local**. Con este programa, no sólo se pretende luchar contra la inclusión social y los problemas alimentarios, sino que además, se han propuesto una serie de encuentros con el fin de intercambiar experiencias y resultados, y estudiar otras prácticas previas realizadas en otras universidades.

5.11. UNIVERSIDAD DE HUELVA

- Descripción general



Constituida en el año 1993, al igual que la Universidad de Jaén y Almería, la Universidad de Huelva se sitúa en la capital, contando con cuatro campus repartidos por la misma.

Entre su oferta académica encontramos una serie de programas adaptados plenamente a las necesidades de la sociedad actual, con amplia diversificación. Para esto, encontramos un total de 36 grados, 27 másteres y 9 programas de doctorado.

En sus instalaciones reciben formación un total de 10.700 estudiantes por parte de más de 1.000 docentes y profesionales. Asimismo, unas 400 personas conforman el personal de administración y de servicios, ayudando a gestionar todos los trámites necesarios.

- **Responsabilidad social en la Universidad de Huelva**

Como órgano dependiente del rectorado, podemos estudiar el Consejo Social de la Universidad de Huelva, encargado de controlar y gestionar los siguientes ámbitos: ámbito de gestión y programación universitaria, ámbito económico (presupuestario y patrimonial); y un tercer ámbito relacionado con los distintos sectores de la comunidad universitaria.

Así, como punto de mayor interés, se van a analizar algunas de las actuaciones relacionadas con los diferentes sectores de la comunidad universitaria:

- *“Participar en la promoción de la política de becas, ayudas y créditos a los estudiantes, así como en las modalidades de exención parcial o total del pago de los precios públicos por prestación de servicios de antiguos alumnos y alumnas, a fin de mantener los vínculos y de potenciar las acciones de mecenazgo a favor de la institución universitaria.*
- *Promover el establecimiento de convenios entre la Universidad y entidades públicas y privadas orientadas a completar la formación del alumnado y facilitar su empleo.*
- *Fomentar el establecimiento de relaciones entre la Universidad y sus antiguos alumnos y alumnas, a fin de mantener los vínculos y de potenciar las acciones de mecenazgo a favor de la institución universitaria del alumnado y facilitar su empleo.*
- *Establecer programas para facilitar la inserción profesional de los titulados universitarios.”*

Con todo esto, podemos ver que la entidad se centra principalmente en proteger los intereses de los estudiantes y promover la estrecha relación entre los mismos y las entidades que puedan favorecer su desarrollo profesional.

Al margen, posee también un estudio titulado “Responsabilidad Social Universitaria”, donde se hace alusión a la teoría y a las prácticas que comúnmente se han de adoptar por las universidades, pero sin describir de forma detallada las que en la actualidad ha desarrollado la Universidad de Huelva.

5.12. UNIVERSIDAD DE MARBELLA

- Descripción general

Institución privada, fundada en 2009 por Edward Schellhammer. Desde entonces, él se ha encargado de llevar a cabo también la gestión y dirección de la misma.

Entre la oferta académica encontramos el Bachillerato en Artes en Comunicación y Relaciones Públicas, las licenciaturas en Administración y Dirección de Empresas, Turismo, Hostelería y Ocio, Periodismo y Medios de Comunicación y Psicología, Psicoanálisis e individuación. Además, se ofertan programas anuales en Gestión del Conocimiento, Gestión de la Humanidad e idiomas.



- Responsabilidad social en la Universidad de Marbella

En esta institución, la RSC es observada entre los valores que se destacan en su filosofía. Entre los 9 valores principales, podemos encontrar ética, multiculturalidad y humanidad, haciendo referencia a la responsabilidad en el ámbito humano, ambiental y global, a la integración cultural y al cuidado y protección de los valores humanos y de la vida en sí.

Al margen de esto, la universidad no describe de forma detallada las actividades que realiza en cada ámbito, mostrando cierta opacidad.

5.13. UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA

- Descripción general



Universidad constituida a partir de la iniciativa social de la Compañía de Jesús. Es la primera universidad privada de Andalucía y tiene su origen en ETEA, vinculada a la Compañía de Jesús. ETEA es una Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Córdoba, con experiencia en el sector desde 1963, que desiste de su actividad independiente en 2013. A partir de este momento, ETEA pasa a ser una facultad más de la Universidad Loyola de Andalucía, constituida desde 2010 como una fundación, un proyecto universitario independiente; por tanto, es a partir de este momento cuando empiezan a ofertarse en la universidad distintos estudios de grado, postgrado y doctorado.

Desde la institución, se imparten un total de 34 programas de grado y doble grado, 12 másteres y una serie de programas de doctorado proyectados desde cada departamento. Además, se puede afirmar que la Universidad cuenta con capacidad para acoger un total de 5.000/6.000 alumnos, según Córdoba (2012).

- **Responsabilidad social en la Universidad Loyola Andalucía**

Lejana a contar con un servicio o apartado dedicado íntegramente a la RSC, la Universidad Loyola Andalucía muestra total opacidad en la información relacionada con este ámbito. Se sabe, sin embargo, a través de su Identidad y Misión, que existe cierta búsqueda de valores sociales como solidaridad, justicia, igualdad, tolerancia, diálogo, responsabilidad, participación, veracidad y respeto; pero no se explican las actuaciones que desarrolla para la consecución de los mismos.

5.14. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS EN MATERIA DE RSC

Para comenzar con el análisis comparativo hay que indicar, en primer lugar, que me he centrado en las variables antigüedad de la entidad (teniendo en cuenta el año de fundación), y tamaño, medido a través del número de alumnos. A pesar de esto, se podían haber tenido en cuenta otros aspectos como número de docentes, número de facultades o incluso, la oferta académica, pero ésta, se considera una variable más ilustrativa.

Por otro lado, se ha indicado a nivel general, si la universidad correspondiente tiene en su página web un espacio destinado a la RSC, bien sea un espacio exclusivo, o un apartado insertado en la misión y valores. Asimismo, el análisis se ha considerado favorable para aquellas que permiten el acceso a la Memoria de RSC anual, o aquellas que a través de otros órganos, organizan y publican actividades relacionadas con el tema tratado.

Por último, es importante destacar que las universidades están sombreadas en función de la naturaleza de las mismas, es decir, si son públicas o privadas, pudiendo distinguir once públicas en total en Andalucía, y dos privadas.

Tabla 5. Antigüedad, Tamaño y Espacio Web de RSC de las Universidades de Andalucía.

UNIVERSIDAD	AÑO DE FUNDACIÓN	TAMAÑO: Nº DE ALUMNOS	ESPACIO WEB DE RSC
Universidad de Jaén	1993	17.000	✓
Universidad de Almería	1993	13.800	✓
Universidad de Granada	1531	60.000	✓
Universidad de Málaga	1968	35.000	✓
Universidad Internacional de Andalucía	1994	5.200	✓
Universidad de Sevilla	1505	70.000	✓
Universidad Pablo de Olavide	1997	11.000	✓
Universidad Internacional Menéndez Pelayo	1983	-	✗
Universidad de Cádiz	1979	22.000	✓
Universidad de Córdoba	1972	21.000	✓
Universidad de Huelva	1993	10.700	✓
Universidad de Marbella	2009	-	✗
Universidad Loyola Andalucía	2010	6.000	✗

Fuente: Elaboración a partir del análisis individual universitario

En un primer vistazo, el dato más destacable de este cuadro es observar como la mayor parte de las universidades llevan a cabo prácticas y actividades relacionadas con la RSC, disponiendo de un espacio web donde se les da visibilidad a las mismas.

Por otro lado, teniendo en cuenta el año de fundación de las organizaciones, podemos observar como inexplicablemente, las dos más nuevas, aparte de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, no disponen de espacio web dedicado a la RSC. En el caso de la UIMP, la información es totalmente opaca, no se muestra nada de las prácticas relacionadas. Para las otras dos, tanto la de Marbella, como la Loyola Andalucía, se nos dan a conocer algunos valores que en cierta medida podemos relacionar con la responsabilidad social. Como se indicaba en el análisis individual, mientras que la Universidad de Marbella muestra la responsabilidad como uno de los principios a seguir, la Universidad Loyola Andalucía la incorpora dentro de la Misión y Valores, pero sin aportar información extra, ni explicar prácticas relacionadas, motivo por el cual el análisis del espacio web no se ha considerado como favorable, como en el caso de otras universidades.

Si nos centramos en la naturaleza de las mismas, se puede destacar el hecho de que las dos únicas universidades privadas no muestran las prácticas ni las actividades relacionadas con la RSC. A parte de éstas, podemos ver como la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, de naturaleza pública, tampoco muestra nada acerca de sus actuaciones sobre RSC. Del resto, indicar que todas ellas poseen espacios en su página web destinados a dar visibilidad a las acciones relacionadas y a las prácticas más comunes. Estos espacios pueden constituirse bien con el nombre de RSC, o bien como espacios insertados en la misión y valores, en el consejo social u otros órganos.

6. CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo ha sido analizar el grado de Responsabilidad Social Corporativa de las universidades andaluzas. En este sentido, se han examinado las actividades y prácticas socialmente responsables que se realizan, el nivel de transparencia informativa que se ofrece, así como el grado de consolidación de dichas prácticas, tomando como base la información publicada en las páginas web institucionales de estas universidades.

A partir de todo lo anterior, tanto del análisis individual, como del análisis comparativo, podemos deducir que realmente existe, en el ámbito público, una importante concienciación acerca de la relevancia que supone interiorizar y adquirir ciertas prácticas relacionadas con todos y cada uno de los pilares básicos de la RSC. Esta implicación, puede derivarse de la necesidad de mejora de la imagen que, de cara a la sociedad, algunas de estas instituciones requieren. Asimismo, puede resultar, en muchos de los casos, del largo período de trato que la entidad ha mantenido con la sociedad y el entorno general que la rodea, obteniendo conciencia de la importancia de retribuirlo, en la medida de lo posible, a través de buenas prácticas.

Por otro lado, hemos podido observar como las entidades de titularidad privada no se centran en este ámbito ni le dan especial importancia, introduciéndolo como parte de los valores, pero sin explicar ni mencionar las actuaciones que día a día se realizan en búsqueda de alcanzar mayores niveles de RSC. Casualmente, las dos universidades públicas son las de fundación más reciente, por lo que éste, puede ser motivo que ayude también a explicar esta falta de interés: en un primer momento, sería lógico pensar que en los inicios se centren más en los temas realmente relevantes para el funcionamiento de la organización, como pueden ser la publicidad de la misma, las garantías y estudios que se ofrecen, etc. Asimismo, y puesto que hemos entendido la RSC como una nueva forma de gestión, adoptarla desde los

comienzos también tendría sentido, obteniendo mayor implicación y mejor imagen de cara a la sociedad con la que se relaciona.

Al mismo tiempo, indicar que el estudio se ha basado en la información disponible en la página web de cada universidad, pudiendo existir universidades que realicen más prácticas de las mencionadas, pero que no estén publicadas, es decir, los resultados dependen en gran medida de la transparencia u opacidad que cada institución elija aportar a su propia información.

Así, según hemos podido observar, las universidades de Jaén, Granada, Cádiz y Córdoba mantienen competencias basadas en los tres pilares básicos de la RSC, pero dándole una mayor importancia al ámbito social y medioambiental. Por otro lado, la Universidad de Almería en su Memoria se centra ampliamente en los tres ámbitos, aunque en la página web la información sea realmente escasa; mientras que la Universidad Internacional de Andalucía al margen de tener disponibles las memorias y el Manual de Buenas Prácticas, también aporta información adicional. Asimismo, la Universidad de Sevilla se centra principalmente en el enfoque medioambiental a través de la Oficina de Sostenibilidad, en contraposición a la Universidad Pablo de Olavide, la cual basa todas sus actividades y prácticas en el aspecto social. En último lugar, es importante destacar que la Universidad de Huelva centra sus prácticas en los pilares económico y social, dejando al margen el aspecto medioambiental, por lo que sería recomendable incluir o citar alguna de las prácticas en este sentido o, de no realizarlas, empezar a tenerlas en cuenta.

Como conclusión, podemos afirmar que mientras las dos universidades privadas y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo son las que menos información y transparencia muestran, las universidades de Jaén y Granada son las que ofrecen información más detallada acerca de los ámbitos y las prácticas realizadas.

Finalmente, este trabajo no está exento de limitaciones derivadas del enfoque metodológico utilizado. En este sentido, sería interesante desarrollar futuras investigaciones en las que se tuviesen en cuenta otras variables que no se han considerado, como la opinión de informantes clave tales como alumnado, profesorado y otros stakeholders sobre el grado de RSC de las universidades. Asimismo, el tamaño muestral también es otra de las limitaciones del estudio y, en este sentido, podría ampliarse el estudio al conjunto de universidades españolas con la finalidad de conseguir una mayor profundización en el concepto de RSC universitaria. Por último, podría realizarse un estudio de carácter longitudinal que permitiese analizar la evolución en la estrategia de RSC de las universidades.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ¿Qué es el ecodiseño? Ihobe, Sociedad Pública del Gobierno Vasco (s.f.). Página web oficial. Recuperado el 29 de abril de 2015. Disponible on-line: <http://www.ihobe.eus/Paginas/Ficha.aspx?IdMenu=0e4d5b7a-bcae-4f11-8173-efef8a5c09dd&Idioma=es-ES>
- ¿Qué es la conciliación personal, familiar y laboral? Departamento de Empleo y Políticas Sociales. (2010) *Compromiso con las personas*. Eusko Jaurlaritza, Gobierno Vasco. Recuperado el 12 de mayo de 2015. Disponible on-line: http://www.gizartelan.ejgv.euskadi.eus/r45-conccont/es/contenidos/informacion/conc_que_es/es_info/que_es_conciliate.html
- ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (s.f.). Disponible on-line: http://www.pm-old.globalincubator.net/iniciativarsepyme/cap1_2.htm
- ¿Qué es producción más limpia? Centro de Producción Más Limpia. (2012). *Las técnicas de producción más limpia*. Nicaragua. Disponible on-line: <http://www.pml.org.ni/index.php/produccion-limpia>
- 10 Principios. Red Pacto Mundial España (s.f.). The Global Compact. Recuperado el 11 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- A comparison of web use in marketing by local government in the United States and Australia. Adam, S. y Featherstone, M. (2007). *Journal of Database Marketing and Customer Strategic Management*, vol.14, nº4, pp. 297-310.
- Àmbito social. Página web de Generalitat de Catalunya. (23 de marzo de 2010). Recuperado el 12 de mayo de 2015. Disponible on-line: http://rscat.gencat.cat/es/rscat_ambit_empreses_i_organitzacions/rscat_un_primer_contact_e_amb_la_gestio_responsable/rscat_en_quins_ambits_es_pot_actuar/rscat_ambit_social/
- Business and society. Davis, K., W. C. Frederick y R. L. Blomstrom (1988). *Concepts and policy issues*. McGraw Hill. NY.
- Compromiso RSE. Martínez, A. (26 de Julio de 2013). En cualquier lugar del mundo. Disponible on-line: <https://amartinezcuartero.wordpress.com/2013/07/26/compromiso-rse/>
- Cumbre Mundial de la Finanzas Solidarias. Promoviendo más justicia económica e incluyente. Velasco, M. (Mayo de 2013). *El pilar ambiental del desarrollo sostenible*. Disponible on-line:

http://eventos.forolacfr.org/recursos/2013_mexico_mayo/presentaciones/talleres/taller_08/3/Presentacion_MV.pdf

- El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Cajiga, J.F. (2009) *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?* Centro mexicano para la filantropía, p.2. Disponible on-line: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- El espíritu hambriento. Más allá del capitalismo. Handy, C. (1998). Apóstrofe. Clásicos del Management.
- El Marketing Ecológico. Chamorro, A. (2001). *5campus.org, Medio Ambiente*, p. 4. Recuperado el 12 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.5campus.org/leccion/ecomarketing>
- El turista contaminante. Hickman, L. (2007). *Foreign Policy* pp. 22, 28-37.
- Ética y RSU: Breve marco teórico de Responsabilidad Social Universitaria. Vallaey, F. (2005) *Definiendo cuáles son los impactos de la organización universitaria*, p.3, 5. Disponible on-line: <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/BreveMarcoTeodelaResponsabilidadSocialUniv.pdf>
- Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Observatorio de RSC. (2014) *La RSC, ¿qué es?*, p.5. Disponible on-line: http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf
- Is there a market for virtue? A critical appraisal of corporate social responsibility. Vogel, D. (2004). Ponencia presentada en la Transatlantic Business Ethics Conference, Barcelona.
- La agricultura orgánica. Organización de la Naciones Unidas. Departamento de Agricultura y Protección del Consumidor. FAO (1999). Disponible on-line: <http://www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm>
- La Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa. De la Cuesta, M. (2005) *El debate sobre la responsabilidad social de la empresa*. Jornadas de economía alternativa y solidaria, p.5. Disponible on-line: <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadsocialcorporativa.pdf>
- La Responsabilidad Social Corporativa. Un ámbito profesional propicio para el trabajo social. Relinque, F. y Burgos, E.J. (2013). *VII Congreso Estatal de Facultades de Trabajo Social*, p.1. Disponible on-line: <http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/factra/Congreso/13.pdf>

- La Responsabilidad Social de la universidad en la promoción del capital social para el desarrollo sustentable. Díaz de Iparraguirre, A.M (2009) *Introducción*, p.8. Disponible on-line: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/402/LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20DE%20LA%20UNIVERSIDAD%20EN%20LA%20PROMOCION%20DEL%20CAPITAL%20SOCIAL%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20SUSTENTABLE%20INTRODUCCION.htm>
- La Responsabilidad Social Empresarial, origen y actualidad. Jiménez, D. (13 de noviembre de 2013). *Gestion.Org*. Disponible on-line: <http://www.gestion.org/rsc/42712/la-responsabilidad-social-empresarial-origen-y-actualidad/>
- La Responsabilidad Social Universitaria. Pérez, F. (2009), *¿Por qué y para qué aplicar el concepto de RC en la Universidad?/ ¿Qué es, en síntesis, RSU?* Consejo Social de la Universidad de Huelva, pp.6-7, 15. Disponible on-line: <http://www.uhu.es/consejo.social/pdf/documentos/responsabilidadsocialuniversitaria.pdf>
- Libro Verde “Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”. Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?*, p. 6. Disponible on-line: <http://www.mas-business.com/docs/Libro%20verde%20de%20la%20RSE%20CCE%202001.pdf>
- Loyola Andalucía nace con vocación de ser “una Universidad de tamaño medio”, con unos 6.000 alumnos. Córdoba, 11 (Europa Press) (11 de diciembre de 2012). *La Vanguardia, Andalucía. Presentación oficial en sociedad*. Disponible on-line: <http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20121211/54357231620/loyola-andalucia-nace-con-vocacion-de-ser-una-universidad-de-tamano-medio-con-unos-6-000-alumnos.html>
- Manual de Buenas Prácticas Ambientales. Universidad Internacional de Andalucía. Sigue los pasos. Trófica Consultores S.L. (2013). Disponible on-line: http://www.unia.es/images/stories/Planificac_Calidad/manualbuenaspracticambientales.pdf
- Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004), *Concepto y definición de responsabilidad social corporativa. Grupos de interés* Comisión de Responsabilidad Social Corporativa, pp.9-19 Disponible on-line: www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC
- Producción más limpia. Un paquete de recursos de capacitación. Aoki, C., Clark, G., Kryger, J. y de Hoo, S., (Febrero de 1999). Programa de las Naciones Unidas para el

- Medio Ambiente. Industria y Medio Ambiente (PNUMA/IMA). Disponible on-line: <http://www.pnuma.org/eficienciarecursos/documentos/pmlcp00e.pdf>
- Promoviendo un modelo de Responsabilidad Social en la Universidad de Zaragoza. Universidad de Zaragoza. (s.f.). *Marco de la Responsabilidad Social en las universidades*, p.6. Disponible on-line: <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/informe%20UNIVERSIDAD%20ZARAGOZA.pdf>
 - Reflexiones sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XXI. Galán y Sáenz (2012), *La Responsabilidad Social de la Universidad*, pp. 141-142. Disponible on-line: <https://books.google.es/books?id=NNR7hjQUJRoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
 - Relaciones entre empresa y tercer sector en el marco definido por la Responsabilidad Social Corporativa. Pinto, V. M. (2008). *Origen y Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa en las Empresas*, p. 3. Disponible on-line: <http://www.formacionsocial.org/eventos/RSCDIS/victor-pinto-notas.pdf>
 - Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado. Milán, N., Rosa, M. y Villarroel, M. (Septiembre de 2009). Trabajo Final para la obtención del título de Master en Gerencia y Administración. Universidad de la República. Disponible on-line: <http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/Responsabilidad%20Social%20y%20Medio%20Ambiente.%20El%20Rol%20del%20%20%20%20%20%20%20%20Estado.pdf>
 - RSE fundamental en tiempos de crisis. Canyelles, J. M. (2015). Responsabilitat Global. Disponible on-line: http://www.collaboratio.net/mm/File/es/Art.jmcanyelles_RSE_crisis.pdf
 - Turismo sostenible. Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J. C. y Macías, O. (2014). Disponible on-line: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=10>
 - Universidad de Almería. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.ual.es/>
 - Universidad de Cádiz. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uca.es/es/> / <http://www.uca.es/es/formacion-integral-en-la-uca/accion-social-y-solidaria/participacion-social-y-voluntariado>
 - Universidad de Córdoba. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uco.es/>
 - Universidad de Granada. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <https://www.ugr.es/>

- Universidad de Huelva. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uhu.es/index.php/>
<http://www.uhu.es/consejo.social/competencias.htm>
- Universidad de Jaén. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www10.ujaen.es/> / <http://www10.ujaen.es/conocenos/servicios-unidades/aulaverde>
- Universidad de Málaga. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uma.es/> / <http://www.uma.es/uma-responsable/info/10751/inicio/>
- Universidad de Marbella. Página web oficial. Recuperado el 8 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.marbellauniversity.com/>
- Universidad de Sevilla. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.us.es/>
- Universidad Internacional de Andalucía. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.unia.es/> / <http://www.unia.es/content/view/1843/560/>
- Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uimp.es/>
- Universidad Loyola Andalucía. Página web oficial. Recuperado el 8 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.uloyola.es/>
- Universidad Pablo de Olavide. Página web oficial. Recuperado el 6 de mayo de 2015. Disponible on-line: <http://www.upo.es/portal/impe/web/portada/>
<http://www.upo.es/fcs/contenido?pag=/portal/fder/responsabilidad/responsabilidad>
- Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. Jensen, M. C. (Octubre de 2001). *Journal of Applied Corporate Finance*, 14. Disponible on-line: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=220671
- Ventajas de ser socialmente responsable. Página web de Generalitat de Catalunya. (22 de febrero de 2010). *Información sobre Responsabilidad Social (RS)*. Recuperado el 25 de mayo de 2015. Disponible on-line: http://rscat.gencat.cat/es/rscat_ambit_empreses_i_organitzacions/rscat_principals_caracteristiques/rscat_avantatges_de_ser_socialment_re/

ANEXOS

ANEXO 1. FIGURAS

Figura 1. Evolución del concepto de RSC.	8
Figura 2. Pilares básicos de la RSC.	20
Figura 3. Tipos de impactos universitarios.	23
Figura 4. I Encuentro centrado en la ética y responsabilidad social anunciado en la UJA.	28
Figura 5. Portada de la Memoria de RSU de la Universidad de Almería para el curso 2012/13.	31
Figura 6. Índice de: “Conoce la Universidad de Málaga”.	34
Figura 7. Sedes andaluzas de la Universidad Internacional de Andalucía.	36
Figura 8. Arquitectura ecológica, un logro de la Universidad de Sevilla.	38
Figura 9. Cursos impartidos por la Universidad de Córdoba en materia de RSC.	46

ANEXO 2. TABLAS

Tabla 1. Ventajas para la comunidad de ser socialmente responsable.	12
Tabla 2. Ventajas para las empresas y organizaciones de ser socialmente responsables.	12
Tabla 3. Áreas de RSC y principios asociados.	14
Tabla 4. Marco de la Responsabilidad Social en las universidades.	25
Tabla 5. Antigüedad, Tamaño y Espacio Web de RSC de las Universidades de Andalucía.	50