

Vinculación universidad-empresa por un mundo más sustentable

University-Company linkage for a world more sustainable

Jorge Narciso España Novelo

Universidad Autónoma de Yucatán
narcisonovelo@gmail.com

Geovany Rodríguez Solís

Universidad Autónoma de Yucatán
rsolis@correo.uady.mx

Edith Cisneros Coenhour

Universidad Autónoma de Yucatán
cchacon@correo.uady.mx

Resumen

En este trabajo se comparte un ejemplo de Cooperación Universidad-Empresa basado en brindar información sobre cómo tener una empresa con administración sustentable. La principal motivación para una empresa con esas características es la ventaja competitiva que adquiere para realizar negocios con otras empresas y en el mejoramiento de su imagen ante sus consumidores. La vinculación consiste en la impartición de talleres y asesorías personalizadas a los directivos y tomadores de decisiones sobre la compra de insumos, producción y mercadotecnia. Al final de la intervención se evalúa el impacto ambiental desde la perspectiva de la empresa y el metaaprendizaje del alumno en su incursión a espacios reales de aprendizaje.

Abstract

In this paper, an example of University-Company Cooperation based on providing information on how to have a business with sustainable management is shared. The main motivation for a company with these characteristics is the competitive advantage that takes to conduct business with other companies and improving their image with consumers. Linkage is giving workshops and customized to managers and

decision makers about the purchase of inputs, production and marketing advice. At the end of the intervention, the environmental impact is assessed from the perspective of the company and the student metalearning in its incursion to real learning spaces. This experience is a benchmark for sustainable replication of university- business links.

Palabras clave / key words: Administración sustentable, vinculación universidad-empresa / Sustainable management, Linking University -Enterprise

Introducción

Las actuales condiciones de nuestro medio ambiente, del hábitat necesario para la vida humana, ésta en crisis. Por lo tanto reclama el involucramiento de todos y cada uno de nosotros. Es de esos casos que es fundamental la responsabilidad compartida del Estado, de las grandes industrias, de las empresas productivas y de servicios, de las instituciones educativas y de todo y cada uno de los ciudadanos que habitamos en este mundo. Cada quien, cada uno, desde sus espacios cotidianos tiene una tarea que cumplir para prolongar la calidad de vida del ser humano.

Este trabajo se enfoca en el tema de la administración sustentable de las empresas, en esa oportunidad que tienen las empresas de ser amigables con el medio ambiente sin dejar a un lado las ventajas de mercadotecnia que les ofrece este comportamiento.

En 1990 surge el Consejo Comercial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) quien funge como comité regulador de la administración de las empresas e instaura el concepto de “Administración sustentable”, término que intenta reducir la contaminación social, ambiental y económica. Se afilian 165 compañías internacionales unidas por un compromiso compartido por el desarrollo sostenible a través del crecimiento económico, equilibrio ecológico y progreso social.

La preocupación y ocuparse por la contaminación ambiental, desde la perspectiva de la vinculación de la educación con la empresa, es una tarea necesaria de las universidades para satisfacer los intereses particulares y comerciales del sector productivo. Muchos empresarios desconocen las ventajas de negocio, del posicionamiento que tendrían en el mercado si tuvieran una empresa con una administración sustentable.

El Consejo de la Administración Sustentable de la Deloitte señala que:

Para un número amplio y creciente de clientes, proveedores, empleados e inversionistas, entre otros, la sustentabilidad se ha convertido en un criterio clave cuando se determina si desean o no estar asociados a una organización. Existen pocos aspectos –además de la sustentabilidad– que se estima tengan impactos significativos en las compañías, la manera en que operan y los productos y servicios que ofrecen. (Deloitte, 2012).

De cierta manera la administración sustentable tiene relación con la reputación corporativa. La reputación corporativa es considerarla como un activo intangible como afirma Rojas (2011) Director del Centro de Gobierno Corporativo del IE Business School en el *Foro de Reputación Corporativa*:

Nos encontramos ante un posible intangible que probablemente sea difícil de valorar, aunque aporta valor a la empresa, que cuesta mucho ganarlo y poco perderlo y que cuando se pierde puede tener efectos dramáticos en términos económico-financieros.

Las empresas verdes están dando forma a un nuevo modelo empresarial basado en la sostenibilidad ambiental, algo que implica una serie de cambios profundos en las actividades de la empresa y la necesidad de extender su aplicación para que los efectos resulten significativos (Arenas, 2013).

Ser una Empresa Socialmente Responsable es aquella que fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas, tomas de decisiones y acciones que benefician a su negocio y que inciden positivamente en la gente, en el medio ambiente y a las comunidades en que operan, más allá de sus obligaciones, atendiendo sus expectativas (Cajiga, 2005).

En el mercado internacional se ha mostrado una reacción natural de los clientes hacia los productos de las empresas con responsabilidad social, que incluye el compromiso por un mundo mejor.

En el caso de México, el Gobierno Federal ha impulsado leyes que se apegan este tipo de administración dos ejemplos son INAH y a la SEMARNAT, quienes tiene leyes reglamentarias en su prácticas considerando el factor ambiental.

En una conferencia sobre Economía Verde en la Universidad Politécnica de Aguascalientes la Mtra. Dolores Barrientos (Representante mexicana del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente): “¿Qué pasaría si se comprobara que es posible incrementar la productividad siendo amable

con el medio ambiente y con esto, lograr un mayor interés en los clientes? Sí, es posible. En este sentido se propone la 'Economía verde' " (Barrientos, 2013).

Nuestra universidad pública, la Universidad Autónoma de Yucatán, pertinente a esta necesidad: "...proporciona un espacio de análisis y reflexión crítica sobre los problemas mundiales, nacionales y regionales, conduciendo al desarrollo sustentable de la sociedad..." (Misión). Esto demuestra la voluntad de la universidad de poner el talento y potencial de sus estudiantes y profesores a favor, para apoyar la actualización de las empresas que estén interesadas en propiciar que su actividad productiva y/o de servicios sean amables con el medio ambiente.

Esta dualidad entre el vacío de esta valiosa información para la empresa y el potencial de satisfacerla generan un claro espacio de oportunidad de vinculación entre las empresas y las universidades.

En este caso las empresas participantes fueron la CANACINTRA, Restaurante Regional La Terracita Azul, Empresas Saxo A.C. de C. V. y Galletas Dondé. También se trabajó con el Centro Educativo "Brisas" que por ser una escuela privada se manejó como una empresa educativa.

Proyecto de vinculación universidad-empresas

Alineado esta inquietud sobre las empresas y la existencia del potencial universitario sobre administración sustentable se elaboró un proyecto que permitiera la vinculación mencionada anteriormente. El proyecto incluyó tres momentos: Gestión para el acercamiento o contacto con las empresas; diseño de la intervención y la evaluación en el sitio.

Gestión para el acercamiento o contacto con las empresas. El primer obstáculo a vencer fue el desconocimiento que existía sobre el tema de la administración sustentable por parte de las personas de las empresas. Sin embargo, esta circunstancia favoreció que los estudiantes fueran puestos en contacto con autoridades de las empresas, con los tomadores de decisiones. Esto fue importante porque la invitación a tomar los talleres estaba dirigida exactamente a ellos, los que toman las decisiones sobre proveedores, sobre materia prima, presentación del producto y publicidad.

Diseño de la intervención. Después de haber acordado los detalles de la intervención de realizar cursos o talleres, los estudiantes tuvieron que elaborar sus planes de clases con estrategias didácticas

apropiadas. Esto implicó un reto para ellos, ya que era la primera vez que los impartían a personas que no eran alumnos escolarizados. Las estrategias didácticas implicaban actividades específicamente dirigidas al personal directivo de la empresa, es decir, que debían estar orientadas en el sentido de la capacitación empresarial y no de la docencia.

La evaluación en el sitio. La evaluación se realizó desde la perspectiva de las personas de las empresas y de los alumnos. Las personas de las empresas reflexionaron sobre la importancia del tema y las posibilidades de su aplicación. Los alumnos sobre la experiencia formativa de esta práctica en escenarios reales que los habilita para el potencial campo de trabajo.

Caracterización de la intervención universitaria

Los alumnos participantes tienen prácticamente ya las competencias para involucrarse en la planeación y diseño de las actividades de enseñanza- aprendizaje; asimismo, son competentes para la impartición en el ámbito de la educación formal o informal.

Nuestra participación, desde la vinculación universitaria, era muy clara: generar la motivación por una empresa verde mercantil, enseñando las ventajas mercantiles de ser una empresa verde con una gestión administrativa sustentable. Con base en lo anterior se nota que los universitarios pueden llegar a fortalecer las habilidades que le permitan tener la creatividad para desarrollar un modelo de administración sustentable donde se encuentren laborando en el área administrativa, es por eso que se incorpora la *“Administración sustentable”* al currículo formal teniendo como competencia general de la asignatura *“que los alumnos complementaran su formación administrativa con las nuevas tendencias de la sustentabilidad y comprenderán la necesidad de conocer esta información para el desempeño de su profesión en los sectores público y privado”*. Este nivel de comprensión solo se puede lograr con las prácticas adecuadas en la realidad.

El rol de los alumnos en esta asignatura fue de completo protagonismo en las empresas donde fuesen. Los alumnos después de las sesiones teóricas fueron e impartieron pláticas informativas y evaluaciones que permitieron a los dirigentes ver en dónde se ubica su administración en un contexto de beneficio o perjuicio ambiental, es decir el impacto de sus producciones en el caso de las empresas del sector empresarial, y en sector social se orientó para verse como empresas con una administración pero que también son las promotoras de la educación ambiental en la ciudad.

Con temas como

- Hacia un Nuevo Paradigma de la Administración.
- La importancia del desarrollo sustentable en la formación de un administrador
- Sustentabilidad y rentabilidad en las empresas e instituciones educativa.

Este trabajo comparte la vinculación de nuestra Facultad de Educación a través de cursos y talleres impartidos al personal directivo de las empresas, cuyas decisiones pueden ser decisivas para tener una imagen de responsabilidad social ante sus clientes. Esta imagen ha demostrado su relación con los ingresos de la empresa.

Fue importante hacer visible la importancia de demostrar la relación de las prácticas ecológicas y las ganancias en sus negocios.

Existen beneficios por ser una Empresa Verde afirma Díaz (2013):

Significan un incremento en los costos, también es cierto que, a mediano plazo, la disminución del gasto en energía, el ahorro en materias primas y otros recursos, tendrán un impacto que después se verá reflejado en ganancias.

Además, un gran aliado para impulsar a las empresas a la dimensión ecológica es el Índice KPMG¹ de Impuesto Ecológico que:

Atribuye calificaciones a todas las penalizaciones e incentivos fiscales que se identificaron y analiza los incentivos y penalizaciones del impuesto “verde” en 21 de las principales economías, centrándose en los principales ámbitos tales como: eficiencia energética, eficiencia hídrica, emisiones de carbono, innovación ecológica y edificios ecológicos (KPMG, 2103).

Lo relevante de la KPMG es que es un referente en el mundo empresarial del siglo XXI y al igual que nuestro trabajo se proyecta hacia los directivos de las empresas y de cierta manera compartiríamos los propósitos:

Este instrumento pretende crear conciencia entre las empresas acerca del cambiante y complejo entorno global en cuanto a iniciativas y penalizaciones ecológicas, y exhorta a los

¹ Las siglas KPMG se forma con las iniciales de los apellidos de los fundadores de esta empresa (Klynveld, Peat, Marwick y Goerdeler).

directores de impuestos y a los jefes de sustentabilidad a trabajar conjuntamente para integrar las consideraciones del impuesto ambiental en las decisiones de inversión.

La universidad como promotora

De esta manera, la universidad está en sintonía con su quehacer y con los intereses de los empresarios obteniendo como resultado un mundo más sustentable. Se propician las condiciones para una experiencia escolar, en donde los alumnos, a través de cursos y talleres crean conciencia ambiental alineada a los intereses de las empresas. Las participaciones de los alumnos están centradas en el tema nada nuevo en el mundo (1917) de la administración sustentable, apoyándose en información actual de la Unión Europea y de México.

La lección aprendida

Desde las empresas

Al principio la aceptación de las empresas fue reservada, las razones eran el desconocimiento de la importancia del tema, subestimar el perfil del licenciado en educación para abordar esos temas administrativos y/o la falta de disposición de tiempo para esas actividades.² Sin embargo, vueltas más vueltas menos, aceptaron la impartición de los talleres y garantizar la participación de los tomadores de decisión de la empresa en ellos.

Los talleres realmente fueron un proceso de descubrimientos para los y las empresarias, a continuación se anexan algunos comentarios de los y las alumnas al respecto:

Grupo A: “Las dueñas del restaurante al principio no le dieron importancia al taller, pero ya durante los ejercicios se fueron dando cuenta de la importancia de tener una administración sustentable como dijo una de ellas”

Grupo B: “El dueño pudo notar este enfoque que teníamos en el discurso y se veía aburrido, pero cuando comenzamos a hablar del prestigio empresarial y en ejemplos concretos de las ventajas y desventajas que esta podría traerle fue cuando le comenzó a interesar, dejó su celular a un lado y nos prestó atención”.

² Obtenido de los diarios de campo de los alumnos.

Grupo C: “Esta empresa ya tiene un proyecto de Empresa Socialmente Responsable, incluso el ISO 14000, pero les interesó el nuevo enfoque que les presentamos con el nombre de la administración sustentable, nos pidieron más información y les proporcionamos alguna referencias. Aquí dudamos en ofrecerle algún otro curso o taller porque termina esta asignatura”.

Grupo D: “La directora fue la que lideró toda la convocatoria de sus secretarias y su jefe de compras. Vimos que esto no fue del agrado de todos, no dio miedo porque a lo mejor no iban a participar a gusto. Pero, cuando empezamos con las preguntas motivadoras que habíamos preparado para el diagnóstico de lo que sabían del tema, se fueron poco a poco involucrando, hasta hicieron comentarios de las carencias de la escuela”.

Desde los alumnos

La información de los metaaprendizaje de los alumnos es valiosa porque permite a los profesores evaluar la eficiencia y eficacia de la vinculación. Demuestra la capacidad de gestión de los alumnos en circunstancias reales, mide la creatividad de los alumnos en la ideación de las acciones para la construcción de una cultura del cuidado ambiental, muestra cómo valoran racionalmente las fortalezas de su actual formación y su capacidad para la elaboración de modelos administrativos sustentables, como lo dicen en sus reflexiones y como se ve ante esas empresas como licenciado en educación:

Alumna 1: “...me deja alerta a ser más cuidadosa en mis acciones, pero también me deja ese sentido de responsabilidad de correr la voz y concientizar a las personas más cercanas a mi acerca de los cuidados que debemos de tener en cuenta para preservar el ambiente y a los elementos que lo conforman. Hoy me siento convencida que como muchas veces dicen, poniendo nuestro granito de arena cada quien contribuimos a mejora y cuidado de todo lo que nos rodea y también de quienes nos rodean, porque si cuidamos la naturaleza y el medio ambiente no solo ayudamos a su conservación sino también a la nuestra.”

Alumna 2: “Como futura Licenciada en Educación considero que puedo poner en práctica estos aprendizajes a través de la realización de acciones como las que proponen en el Programa de Administración sustentable. No es objetivo pensar que al termino de mis estudios iniciaré mi vida laboral como la responsable de las decisiones de una institución, sin embargo, como profesora puedo poner en

práctica muchas acciones como usar eficientemente el agua; ahorrar energía, tratando de usar energía natural; usando mínimamente el material de oficina o papelería; separando la basura, reciclando; realizando compras verdes; etcétera. Estas acciones pueden ir incrementándose, realizando talleres o pláticas en las que se planteen todas estas acciones que favorecerán el desarrollo sustentable de la institución”

Alumna 3: “Otro beneficio que obtuve por participar en esta materia creo que fue la concientización de lo que sucede con el PET, creo que nunca me había puesto a pensar en lo que pasa cuando reciclamos, y creemos que ya estamos ayudando al planeta, cuando en realidad todo el proceso también contamina. Eso me hizo reflexionar sobre otros usos que se le pueda dar al PET y sobretodo ahora prefiero no comprarlo a menos que sea muy necesario. Como docentes debemos recordar que nuestros alumnos nos ven como un modelo a seguir y que debemos transmitirle buenos valores y ejemplos.”

Alumno 4: “Como estudiante de Educación y de acuerdo a mi perfil me ayudó para darme cuenta de la importancia y diferencia entre ser una institución sustentable a ser ecológica, que todo viene desde los altos mandos para administrar una institución siendo amigable con el medio ambiente y esto forjarlo en tus alumnos.”

Alumna 6. “Creo que en un principio solo porque les dimos pena nos dijeron que sí. Pero después, durante el taller los mismos directivos, revelaron su preocupación por el medio ambiente pero no lo habían visto como un plus para la imagen de las empresas”.

Al final de la intervención se analiza la intervención desde la perspectiva de la empresa y el metaaprendizaje del alumno en su incursión a espacios reales de aprendizaje. Este doble aprendizaje o aprendizaje granado es un ejemplo de que sí es posible la vinculación de la universidad con la empresa uniendo esfuerzos por una vida mejor.

Conclusión

Es necesario el compromiso de todos por mejorar y conservar el medio ambiente y ante la pregunta de ¿qué puedo yo hacer? La respuesta es desde tu ámbito inmediato y de acuerdo a tus posibilidades. Las universidades declaran en sus misiones su compromiso con todos los sectores de la sociedad, ese es su ámbito asumido, sus posibilidades dependerán de las iniciativas e inquietudes hechas acción de su

personal. Este trabajo hace visible la posibilidad de la vinculación la universidad y la empresa en una labor de mejoramiento de las condiciones de vida de todos nosotros. Abre ojos, oídos y se acerca a la conciencia colectiva para impulsar una acción comunitaria.

Revela la posibilidad de disminuir las distancias entre los intereses de las empresas y sus intereses por ser más responsables en sus negocios. Con esta experiencia se dio respuesta a la pregunta de la Dra. Barrientos: “¿Qué pasaría si se comprobara que es posible incrementar la productividad siendo amable con el medio ambiente y con esto, lograr un mayor interés en los clientes?

La vinculación de las universidades con las empresas tiene sentido si para ambos se cumplen sus pretensiones, por un lado el compromiso social de la universidad y, por las empresas, de cada día ser mejores sin sacrificar ganancias siendo amigables con la naturaleza.

Este trabajo es apenas una muestra del potencial de la vinculación, no concluye aquí, se hará eco a las peticiones de las empresas que se quedaron con la intención más de saber sobre el tema. Motivados por los resultados hay que idear, insistir, en actividades similares que fortalezcan los lazos de la universidad con la sociedad, es una acción en las que todos ganan.

Bibliografía

Arenas, D . (2013). *El giro hacia la empresa verde*. Instituto de Innovación Social. España.

Universidad Ramón Llull.

Barrientos, M. Conferencia en la Universidad Politécnica de Aguascalientes

Recuperado: http://www.upa.edu.mx/index.php/noticias/noticia_completa/68

Cajiga, J. (2005). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. México: CEMEFI.

Recuperado: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Deloitte (2012). Consejo de Administración Sustentable. Recuperado:

[http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Sustentabilidad/mx\(es-mx\)Consejo_de_Administracion_sustentable.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Sustentabilidad/mx(es-mx)Consejo_de_Administracion_sustentable.pdf)

Díaz, (2013). “Empresas Verdes”, Por qué conviene ser verde más allá de la imagen,

beneficios económicos. Recuperado: <http://hoy.lasalle.mx/articulo-de-opinion-empresas-verdes/>

Garicano, T. (2011). *REPUTACIÓN CORPORATIVA Introducción a la gestión de los riesgos reputacionales*. Ed. Foro de Reputación Corporativa. Madrid.

Naciones Unidas-Centro de Información, (s.f.). *Las Naciones Unidas y las Empresas. Colaboración Empresarial*. México, Cuba y República Dominicana. Recuperado de http://www.cinu.org.mx/negocios/colaboracion_em.htm#