

ANEXO 3

Lineamientos de RSU según DIRSU

¿Qué es la Responsabilidad Social?

Es una ideología personal o grupal de la ética se tiene hacia la sociedad. Dicho de otra manera, la RS es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico.

La Responsabilidad Social tiene otros conceptos íntimamente ligados como la sustentabilidad y la sostenibilidad para asegurar nuestro futuro. Adicionalmente, tiene a la economía circular y el valor compartido para lograr impactar lo menos posible al medio ambiente. En cuanto a iniciativas internacionales, la responsabilidad social se apoya en los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.

¿Qué no es Responsabilidad Social?

- Responsabilidad Social no es filantropía, es un nuevo sistema de gestión de organización (Buena gobernabilidad)
- Responsabilidad Social no es una función más, sino un modo permanente de operar todas las funciones de la universidad basado en un diagnóstico (Dialogo con y rendición de cuentas a partes interesadas)
- Responsabilidad Social no es una moda, es una obligación universal en sostenibilidad social y ambiental (gestión de los impactos)
- Responsabilidad Social no es solo para empresas, concierne a organizaciones privadas y públicas sin o con fines de lucro (implementar alianzas para participar en el desarrollo sostenible) (Vallaey – Manual de Primeros Pasos de RSU – 2009)

Uno de los cuatro ejes de la RSU es la participación social

Este eje es responsable de la participación de la universidad en la comunidad, por medio del desarrollo de proyectos con otros actores, creando vínculos de desarrollo social mutuo: Debemos responder a la siguiente pregunta

¿Cómo puede la universidad interactuar eficazmente con la sociedad para promover un desarrollo más humano y sostenible?

¿Qué características debe tener un proyecto de Responsabilidad Social?

Brindar un servicio altamente demandado, ser replicable y poder ejecutarse a otras escalas son requisitos indispensables para un emprendimiento de responsabilidad social, según Álvaro Valdez Fernández Baca, director de Comunicación, Imagen y Responsabilidad Corporativa de Telefónica del Perú.

"Tiene que estar orientado a dar un servicio que la sociedad demande per se, no es que solo ayude, tiene que estar la excelencia por delante. Debe tener un impacto, escalabilidad, 'replicabilidad', innovación, sostenibilidad", indica.