

EXTENSIÓN Y SERVICIOS EXTERNOS

Vicerrectoría de Investigación e Innovación

ESTADO

SOCIEDAD

EMPRESA

**CONSTRUIMOS
RELACIONES
SOSTENIBLES**

Impactando el desarrollo económico
y social del país

UNIVERSIDAD

MODELO DE RELACIONAMIENTO CORPORATIVO HACIA LA AGENDA 2030

DEPARTAMENTO DE EXTENSIÓN Y SERVICIOS EXTERNOS

Construimos relaciones sostenibles

Elaborado por:

Tatyana Bolivar Vasilef – Directora de Extensión y Servicios Externos

Diana C. Rojas Pabón – Coord Sostenibilidad Empresarial del Centro de Educación Continuada

Barranquilla 01 de abril de 2019

1. ANTECEDENTES

El fortalecimiento de relaciones con empresas, organizaciones públicas y privadas, y con el tercer sector se realiza estratégicamente a través de iniciativas, proyectos y servicios orientados y especialmente diseñados para mejorar el nivel de cercanía y colaboración entre estudiantes, egresados, profesores, empresas y organizaciones, lo que permite enriquecer la propuesta de valor al aprovechar los intereses, las características y las fortalezas de cada uno de los grupos de interés. En esencia, lo que se busca es la creación de sinergia entre los diferentes actores y con el fin de lograr un resultado superior a la suma de los resultados de cada elemento actuando en forma aislada.

Sin embargo hoy en día es imposible desarrollar cualquier modelo de gestión que busque trascender en la sociedad sin alinearlos a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles y sus 169 metas que representan un esfuerzo para todos los actores sociales, más aún de las Universidades las cuales ocupan un lugar privilegiado dentro de la sociedad. Con un incuestionable protagonismo en torno a la creación y difusión del conocimiento, las universidades han sido durante mucho tiempo potentes impulsores de la innovación global, nacional y local, el desarrollo económico, y el bienestar social. Como tal, las universidades tienen un papel fundamental para lograr el cumplimiento de los ODS, a la vez que pueden beneficiarse enormemente al comprometerse con esta Agenda¹.

Desde Extensión Universitaria se trabaja de la mano con el sector empresarial y son las empresas que tiene el desafío de actuar como facilitadores de todo el proceso. "El empresariado es un socio vital para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que pedimos a las empresas de todo el mundo, que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados." Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas.²

¹ CÓMO EMPEZAR CON LOS ODS EN LAS UNIVERSIDADES UNA GUÍA PARA LAS UNIVERSIDADES, LOS CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y EL SECTOR ACADÉMICO <http://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2017/02/Guia-ODS-Universidades-1800301-WEB.pdf>

² ¿Por qué los ODS son importantes para las empresas? <https://www.dnvgl.es/news/-por-que-los-ods-son-importantes-para-los-negocios--67216>

A diferencia de sus predecesores, los objetivos de desarrollo del milenio, los ODS involucran directamente a las empresas y aunque han sido acordados por todos los gobiernos, su éxito depende de la acción y la colaboración de todos los actores. Por lo anterior, hablar de desarrollo sostenible sin hablar de empresa se podría decir que es imposible, existe un rol clave para las empresas y es como motor del crecimiento económico y del empleo. El aporte de las empresas a los ODS puede darse desde tres enfoques, no excluyentes y con diferente retorno:

Se ha escuchado hablar del concepto de filantropía empresarial³ el cual ha ido tomando fuerza con el surgimiento de la RSE, aunque algunos estados no la incluyan como RS es una opción válida para que las empresas aporten a las condiciones sociales y ambientales de los entornos en los que opera o no la compañía y adquirir el beneficio reputacional.

También se habla de la implementación de iniciativas vinculadas a las operaciones como reducción de costos, atracción y retención de talento, interés y fidelización de los clientes, entre otros.

El tercer enfoque está constituido por la innovación en el desarrollo de productos y servicios.

Sin lugar a duda, cuando se analizan estos enfoques se podría entonces definir que la incorporación de los ODS en los objetivos estratégicos de las compañías se convierte en una oportunidad de crecimiento del negocio de manera sostenible y competitiva.

Teniendo en cuenta la definición desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones”⁴, las empresas podrían analizar sus impactos en un mercado donde los consumidores son cada vez son más sensibles y exigentes y a su vez identificar que ODS están en su cadena de valor y priorizar acciones concretas que deban implementar para asegurar su cumplimiento escalable y a largo plazo.

En conclusión las empresas pueden utilizar los ODS como un marco general para dar forma, dirigir, comunicar e informar acerca de sus estrategias, metas y actividades, lo que les permite capitalizar una serie de beneficios tales como identificar futuras oportunidades de negocio, mejorar el valor de la sostenibilidad empresarial y fortalecer las relaciones con las partes interesadas.

Y ahora bien, cuando se habla de Universidad – Empresa- Estado- Sociedad se podría enmarcar en un concepto de Grupos de Relación, como un conjunto de personas, organizadas en torno a un interés común, con el fin de actuar conjuntamente en defensa del mismo. Los Grupos de Relación están compuestos de individuos o agrupaciones de personas cuyos intereses podrían verse afectados por las decisiones y actividades de una organización.⁵

³ LA FILANTROPÍA: ¿UN ACTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL? http://www.iese.edu/es/multimedia/Cuaderno%2015_tcm5-83109_tcm42-62548.pdf

⁴ Wikilibro: Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial > Capítulo 1: RSE y sostenibilidad - concepto macro http://www.eoi.es/wiki/index.php/Desarrollo_sostenible_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial

⁵ Máster en Responsabilidad Social y Sostenibilidad – Universidad Complutense

Es importante mencionar que no existe una categoría completa de Grupo de Relación que pueda ser aplicada a todos los casos, ni siquiera del mismo sector ya que la identificación de estos grupos dependerá de las condiciones sociales, económicas y políticas de cada caso.

2. MODELOS DE RELACIÓN ENTRE LAS UNIVERSIDADES Y SU ENTORNO.

Teniendo en cuenta que el conocimiento es producido por una variedad de organizaciones, como las universidades, las empresas, los laboratorios y que son tres vértices los que principalmente estructuran el campo de generación y circulación de conocimiento y su impacto: los sistemas políticos, los sistemas económicos y los sistemas educativos (Maldonado, 2008), para el avance de las actividades de ciencia y tecnología se han planteado distintos modelos teóricos tendientes a explicar la integración de las universidades con otros actores de la sociedad. En este sentido, el tema de las interacciones entre la Universidad y su entorno ha sido objeto de una vasta cantidad de investigaciones que han evidenciado una relación positiva entre las vinculaciones Universidad-entorno y la intensidad con que se realizan actividades de I+D.

De acuerdo con Villaveces (2006), las primeras vinculaciones entre la academia y el entorno se dieron bajo un esquema de oferta-demanda en el llamado **modelo lineal o modo 1** de transferencia del conocimiento, desde el ámbito académico hacia el ámbito industrial, bajo un carácter disciplinar, homogéneo y jerárquico, realizado solo en universidades y centros de investigación para satisfacer intereses académicos y disciplinarios. Posteriormente, el modo 2 se caracterizó por plantear una transferencia de conocimiento más transdisciplinaria, heterogénea y heterárquica, donde primó la aplicabilidad y la utilidad social de la investigación, realizada alrededor de un problema, por grupos creados ad hoc. El planteamiento de este modo 2 de transferencia de conocimiento, dio paso a modelos más concretos de relación entre universidades, empresas y Estado, como el **modelo del triángulo de Sábado, el de sistemas de innovación** (Freeman, 1987; Lundvall, 1985 citados en Lundvall, 1997) y **el de la triple hélice** (Etzkowitz y Leydesdorff, 1995).

En Colombia, al igual que en la región, existen limitaciones y avances frente a la relación Universidad-entorno. En este sentido, el Estado, las empresas y las instituciones de educación superior han realizado inversiones para actividades de ciencia, tecnología e innovación, aunque estas son insuficientes para lograr un desarrollo significativo en relación con las necesidades del país. Uno de los avances importantes para la consolidación de relaciones interinstitucionales es la conformación, a partir de 2007, de ocho comités Universidad-empresa-Estado, promovidos por el Ministerio de Educación Nacional y Colciencias. Estos comités se encuentran en Bogotá-región, Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Eje Cafetero, Costa Caribe, Tolima-Huila y Nariño-Cauca.

Dentro de las actividades que han venido desarrollando los comités, cabe destacar programas de innovación y gestión tecnológica, y diferentes proyectos direccionados a fortalecer las relaciones con el entorno.

Otros esfuerzos realizados para aumentar las interacciones incluyen la creación de incubadoras de empresas que tiene nodos en distintas ciudades del país; clusters de TIC como Parquesoft; parques tecnológicos y programas de emprendimiento dirigidos por las cámaras de comercio

3. CARACTERÍSTICAS DEL MODELO DE RELACIONAMIENTO CORPORATIVO HACIA LA AGENDA 2030 -USB

El Departamento de Extensión y Servicios Externos de la Universidad Simón Bolívar adscrito a la Vicerrectoría de investigación e innovación construye relaciones sostenibles a través de un modelo de relacionamiento corporativo con el fin de impactar en forma positiva el desarrollo económico y social, cuyo propósito es seguir generando un ambiente de confianza entre UNIVERSIDAD – EMPRESA- ESTADO- SOCIEDAD para contribuir con el desarrollo de la agenda 2030 de los objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para la elaboración del modelo de relacionamiento de extensión universitaria, se desarrollaron algunas ideas que facilitaron su comprensión y facilitaron su argumentación.

Primera idea: el modelo de relacionamiento tiene entradas que, de acuerdo con las funciones de las estructuras y procesos, se convierten en salidas. El modelo está compuesto por entradas, procesos y salidas. Las entradas constituyen un elemento esencial del modelo, por cuanto aportan toda la información que sirve de base para el desarrollo de este, a partir del análisis de la situación del país, programas priorizados y datos estadísticos, características y potencialidades de la comunidad intra y extra universitaria, recursos materiales y financieros, comunidad intra y extra universitaria.

Segunda idea: El modelo está diseñado bajo el enfoque del ODS número 17 (Alianza para lograr los objetivos) buscando de esta manera desarrollar estrategias y una cultura que apoyen abiertamente el desarrollo, mantenimiento y mejora de las alianzas con otras entidades, tanto interna como externamente⁶ y de esta forma mantener una retroalimentación constante que genere aprendizaje, trabajo colaborativo, innovación, reputación y confianza de las partes involucradas.

Aunque las relaciones entre las universidades y su entorno pueden tener un enfoque social, cultural o empresarial, la necesidad de relacionarse con el entorno debe responder a las capacidades y necesidades internas de interacción entre las

universidades y las necesidades últimas de la sociedad, que no necesariamente son económicas, sino de diferente índole. Esto significa una innovación y generación de valor para las universidades, las empresas y el Estado, sin forzar la interacción únicamente hacia enfoques empresariales de transferencia de conocimiento. Adicionalmente, un factor fundamental para el avance de las interacciones ha sido la capacidad de aprendizaje que las organizaciones tienen y, más aún, las personas que integran la organización.

⁶ CÓMO EMPEZAR CON LOS ODS EN LAS UNIVERSIDADES <http://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2017/02/Guia-ODS-Universidades-1800301-WEB.pdf>

Desde este modelo de relacionamiento se gestiona el impacto social de la Universidad a través de:

1. Integrar la función de extensión con la formación académica y la de investigación a través de comunidades de aprendizaje.
2. Articular el proceso de enseñanza aprendizaje con proyectos de extensión universitaria que contribuyen con la solución de problemáticas sociales.
3. Implementar, iniciativas, proyectos y programas con enfoque de Responsabilidad Social y/o Sostenibilidad, con una visión holística de la intervención.
4. Fomentar el desarrollo de proyectos, estrategias y acciones emprendidos en el marco de la interrelación Universidad – Empresa - Estado – Sociedad, para aportar al desarrollo social.
5. Participar activamente en la agenda de desarrollo local y nacional, y en la formulación de políticas públicas.
6. Desarrollar acciones de difusión y socialización de los procesos y resultados de la gestión del impacto social con los diferentes grupos de interés.
7. Realizando seguimiento permanente a los impactos generados por los proyectos sociales desarrollados desde la función de extensión.
8. Realizando seguimiento permanente a la inserción y desempeño laboral de los egresados y del impacto que estos generan en el proyecto académico de la universidad y en su entorno.
9. Fomentando el desarrollo de competencias y la actualización de conocimientos a lo largo de la vida a través de la implementación de estrategias académicas que articulan los diferentes niveles y modalidades de formación.

4. ESTRUCTURA DEL MODELO

El modelo de Relacionamiento Corporativo es el resultado de un aprendizaje de 10 años de trabajo permanente en alianzas con el sector productivo y entidades gubernamentales. Para lo anterior la Universidad ha desarrollado programas de articulación con el sector externo, ofreciendo a la comunidad de la localidad y de la región formación continuada a través de diplomados, seminarios y programas empresariales a la medida; participa activamente en las mesas de trabajo de los principales Gremios y Actores empresariales tales como: Comisión de Competitividad, Corporación Empresarial del Oriente del Atlántico CEO, agencia de inversión y promoción del atlántico – Probarranquilla, Cientech; Asamblea de Accionistas del Centro de Eventos Puerta de Oro, Consejo Territorial de Planeación del Atlántico.

Con miras a materializar dicho modelo se construyó la **RUTA: (A+CE)** (Ruta de aprendizaje y colaboración empresarial) la cual busca generar en el ecosistema una cultura de colaboración entendida a partir de la participación de todos; es un desafío, que necesitará que todas las instituciones estén dispuesta, motivadas y comprometidas.

La **RUTA: A+CE** se proyecta desde diferentes caminos, buscando que los grupos de relación que la conforman la puedan apropiarse fácilmente. Para acceder a los diferentes caminos que plantea la **RUTA**, la Universidad cuenta con diferentes estrategias y servicios quienes estarán vinculados de manera directa en la ejecución de los mismos, como son:

1. **Visitas empresariales**
2. **Misión internacional de relacionamiento multisectorial**
3. **Cátedra de valor compartido**
4. **Formación a la medida – Sostenibilidad empresarial**
5. **Fondo de Becas Merito empresarial**
6. **Premio Merito Empresarial**
7. **Centros de investigación: Crecimiento empresarial -Macondolab, Ciencias de la vida, e Innovación Social CIISO**

LA RUTA: **A+CE** estará siendo documentada por el equipo periodístico de Merito Empresarial TV, el cual se transmite por Telecaribe y se expande en otras plataformas digitales, como el canal de YouTube. Este espacio se abre para que las Empresas Meritorias puedan lograr mayor posicionamiento de marca y proyección efectiva de sus productos y servicios teniendo en cuenta que se incorporaran a nuestra bitácora digital y serán publicadas previa autorización.

Descripción de los componentes de la Ruta:

- 1. VISITAS EMPRESARIALES:** Con el objetivo de visibilizar las buenas prácticas de las empresas meritorias se implementará un tour de visitas empresariales con involucramiento ejecutivo que permitirán compartir experiencias y conocimientos, así como tejer redes de contactos. En definitiva, es un ejercicio que se basa en la relación de confianza y su aportación de valor para conseguir incrementar la ventaja competitiva de las empresas participantes.

 - Dirigido a: Empresas ganadoras y participantes del Premio al Mérito Empresarial, así como aliados del mismo

- 2. MISIÓN INTERNACIONAL DE RELACIONAMIENTO MULTISECTORIAL:** Con la finalidad de promover el desarrollo y crecimiento empresarial de Colombia, a través de relacionamientos comerciales permanentes con empresas internacionales de todos los sectores, realizaremos visitas y reuniones de alto nivel con empresarios, entes gubernamentales, entidades financieras, centros de innovación.

 - Dirigida a sectores económicos: Agroindustria, Manufacturas y prendas de vestir, Servicios

- 3. CÁTEDRA DE VALOR COMPARTIDO:** Es un espacio de encuentro empresarial, académico y cultural entre los egresados, emprendedores y empresarios con el mundo académico local, nacional e internacional, que cuenta con el respaldo de la RED ACADÉMICA DE VALOR COMPARTIDO. Su objetivo es consolidarse como un escenario apropiado para reflexionar, debatir y analizar asuntos económicos, educativos, sociales, políticos, y culturales relacionados con oportunidades de negocio y desarrollo que ayudan a superar los desafíos de sostenibilidad del mundo.

 - La primera Cátedra se realizó el 29 de noviembre de 2018 en nuestras instalaciones y el tema central fue “CONSTRUCCIÓN CORRESPONSABLE DE VALOR COMPARTIDO”. Para el 2019 le corresponde la organización de dicha cátedra a la Universidad del Norte. Y desde del Centro de Educación Continuada de la Universidad se estará ofertando el diplomado de Valor Compartido

4. **FORMACIÓN A LA MEDIDA:** Conocedores de las tendencias de innovación del entorno, la Universidad Simón Bolívar por intermedio del Centro de Educación Continuada, brinda diversas opciones de formación de acuerdo a los requerimientos identificados por cada organización, siendo un aliado para potencializar la gestión del conocimiento de las empresas y contribuir a la competitividad de las mismas.

- Desde el CEC se consolidan alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas del ámbito nacional e internacional dando respuesta al constante proceso de innovación y atenta a contribuir al cierre de brechas de habilidades en las organizaciones, se cuenta con la Unidad de Servicios Empresariales denominada **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL** la cual busca acompañar la sostenibilidad empresarial, gremial y gubernamental, a nivel nacional e internacional a través de la preparación del talento humano que las componen y de sus grupos de interés, con habilidades claves para hacer frente a las dinámicas globales

Dentro de los servicios que se diseñaron se encuentran: Escuelas de Formación a la medida, Programas de actualización específica, proyectos educativos 4.0, Bootcamps, Programas de Entrenamiento Directivo, Cátedras, Misiones, Certificaciones y diferentes EVENTOS EMPRESARIALES como jornadas de networking, visitas empresariales, ruedas de negocios,



foros, entre otros. Con diferentes modalidades de formación como son presencial, semipresencial y/o virtual que se pueden tomar in house o in campus. VER GRAFICO

5. FONDO DE BECAS MERITO EMPRESARIAL: La empresa podrá constituir un Fondo de Becas: MERITO EMPRESARIAL para empleados y núcleo familiar, lo que permitirá garantizar la movilidad social de estas familias y de esta manera contribuir a la transformación de la sociedad.

- El fondo de becas puede ser usado por las empresas para los estudios de pregrado y posgrados y el aporte otorgado por la Universidad dependerá de los recursos destinados por la empresa aportarte.

6. PREMIO AL MERITO EMPRESARIAL. Hace 10 años nació en barranquilla una iniciativa que busca reconocer aquellos empresarios audaces que se atreven a confiar en el talento humano de sus equipos de trabajo y desarrollan capacidades distintas para incrementar las ventajas competitivas.

El PME se ha constituido en el máximo reconocimiento que se entrega a empresas y empresarios del país. Las empresas ganadoras tienen como beneficios, reconocimiento y posicionamiento de su marca en los diferentes medios y publicaciones con alcance nacional e internacional, participar en eventos de relacionamiento y actividades de coworking creando alianzas y relaciones inter-empresariales, involucrar al equipo directivo a realizar un auto diagnóstico sobre sus fortalezas, entre otros.

- ✓ Compartir aprendizajes, espacios de trabajo colaborativo.
- ✓ Involucrar al equipo directivo a realizar un auto-diagnóstico sobre sus fortalezas y amenazas del entorno para ser más competitivos.
- ✓ Posibilidad de ser acompañado por macondolab, el centro de innovación más importante de Colombia.
- ✓ Participar en eventos de conexiones empresariales.
- ✓ Recibir una retroalimentación externa.

7. **Centros de Investigación e Innovación: -Macondolab:** Desde el centro de crecimiento empresarial podemos acompañar la innovación de su empresa mediante la integración de elementos esenciales de innovación abierta, y herramientas de desarrollo y prototipado rápido. **Centro de Investigaciones en Ciencias de la Vida –CICV** ha direccionado su actuar al fomento y desarrollo de la actividad científica mediante la integración de la Biomedicina y la Sostenibilidad Ambiental. **Centro de Investigación e Innovación Social José Consuegra Higgins –CIISO** busca de una forma transdisciplinar articular las ciencias sociales, y jurídicas, las ciencias de la salud y los campos ingenieriles para concebir, formular y ejecutar proyectos que aporten a la solución de problemas concretos, incentivando el bienestar de la población y a la construcción de reconciliación y paz en los territorios