



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
PIRHUA

# PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA PARA LA UNIVERSIDAD DE PIURA

María Zapata-Novoa

Piura, febrero de 2018

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación

Zapata, N. (2018). *Propuesta de estrategia de sostenibilidad corporativa para la Universidad de Piura* (Trabajo de Suficiencia Profesional de licenciatura en Comunicación). Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)

**UNIVERSIDAD DE PIURA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**Propuesta de estrategia de sostenibilidad corporativa para la  
Universidad de Piura**

**Trabajo de Suficiencia Profesional que presenta**

**MARÍA GRACIA ZAPATA NOVOA**

**Para optar el Título de**

**Licenciado en Comunicación**

**Piura, febrero de 2018**



# Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Antecedentes de la organización</b> .....	<b>3</b>
1.1. Historia .....	3
1.2. Misión y visión .....	3
1.3. Funciones .....	3
<b>2. Problemática</b> .....	<b>4</b>
2.1. Problema central.....	4
2.2. Problemas secundarios .....	4
2.3. Limitaciones y oportunidades .....	5
2.3.1. Limitaciones internas.....	5
2.3.2. Limitaciones externas .....	5
2.3.3. Oportunidades internas .....	5
2.3.4. Oportunidades externas .....	6
<b>3. Estrategia</b> .....	<b>6</b>
3.1. Marco estratégico .....	6
3.2. Estrategia de sostenibilidad corporativa.....	6
3.3. Ejes estratégicos .....	7
3.3.1. Buen gobierno .....	8
3.3.2. Gestión ambiental .....	8
3.3.3. Compromiso social .....	9
3.4. Objetivos .....	11
<b>4. Plan de acción</b> .....	<b>11</b>
4.1. Identificar de acciones previas .....	11
4.2. Mapeo de stakeholders .....	12
4.3. Planeamiento estratégico.....	13
4.4. Evaluación del desempeño .....	13
4.5. Difusión de los impactos .....	14
4.6. Repetir el ciclo .....	14
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>15</b>

<b>6.</b>	<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>17</b>
<b>7.</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>18</b>
	Anexo 1. UI GreenMetric World University Ranking.....	18
	Anexo 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	20
	Anexo 3. Ejemplo de plan de acción: Gestión de residuos .....	21
<b>8.</b>	<b>Apéndice.....</b>	<b>24</b>
	<b>Informe de desempeño profesional.....</b>	<b>24</b>
	Presentación .....	24
	Desarrollo Profesional.....	24
	Reflexiones finales .....	26
	Certificaciones.....	28

## Introducción

En los últimos años, el rol de las universidades se ha visto ligado con mayor frecuencia al desarrollo social y ambiental del mundo moderno. La Global University Network for Innovation (GUNi, 2017) publicaba en su último reporte que existe una creciente demanda de los *stakeholders* por sistemas de educación superior de calidad capaces de asumir una responsabilidad activa frente a los apremiantes desafíos de la sociedad actual.

Al interpretar esta demanda social, las universidades deben convertirse en elementos claves que promuevan la sostenibilidad, a través del desarrollo social y ambiental del entorno. Aldeanueva y Benavides (2012) refieren que esto se debe realizar siempre en el marco de un ejercicio responsable y de respeto a la ética, dentro de una perspectiva de compromiso institucional.

Para establecer una estrategia de sostenibilidad corporativa, “se requiere definir las áreas o ámbitos de acción en los cuales, desde la esencia de la organización, se puede generar un aporte social basado en los principios, lineamientos y la filosofía organizacional, sin dejar de lado su naturaleza básica” (Hutt, 2012, p.96). Esto porque, actualmente, las organizaciones ya no se diferencian por lo que hacen ni por cómo lo hacen, sino por el propósito que los mueve a ejercer su función.

Si lo que se busca es lograr una estrategia transversal a la institución, esta debe partir de un conjunto de decisiones que tome la alta dirección y que se vea enriquecido con el aporte e involucramiento de todos los miembros de la comunidad universitaria; con el objetivo de generar un impacto positivo de orden académico, social y ambiental (Melgar, Leiner, Medina y Ávila, 2015).

Cárdenas (2014) afirmaba: “existe una tendencia mundial que muestra que las universidades están revisando su misión y la reestructuración de sus cursos, programas de investigación y operaciones en el campus para incorporar lo ambiental en sus funciones sustantivas”. Prueba de ello es, por ejemplo, la creación del UI Green Metric World University Ranking (ver Anexo 1), que compara el compromiso de las universidades alrededor del mundo en temas relacionados al medio ambiente y a la sostenibilidad en sus campus.

En el caso de América Latina, otro claro ejemplo es el Proyecto RISU (2014), que busca definir indicadores comunes para la evaluación de las políticas de sostenibilidad en las universidades latinoamericanas, con el objetivo de hacer un balance sobre la situación sostenibilidad de las universidades y formular recomendaciones para mejorar su desempeño.

Además de tener en cuenta el factor ambiental, las universidades deben involucrarse con la solución de los problemas de la sociedad, desarrollando conciencia social y construyendo ciudadanía. Este desafío implica que los procesos institucionales deben vincularse, en todas sus dimensiones, a la creación de valores sociales orientados al desarrollo local y regional y a la formación de sociedades democráticas sostenibles (GUNi, 2017).

Finalmente, cabe resaltar que mientras más integradas estén las acciones de sostenibilidad al propósito de la institución, mayores beneficios traerán a la universidad; pues el compromiso sincero con la sociedad y el medioambiente genera un marco de confianza con los stakeholders, basado en la integridad, la transparencia y en una visión de sostenibilidad a largo plazo.

En esta línea, la comunicación estratégica forma parte inherente de las actividades de responsabilidad social. Según el Observatorio de la Comunicación Corresponsable (ObservaRSE, 2017), una organización es responsable si desarrolla una adecuada comunicación que le permita informar sobre los impactos generados, mantener una escucha activa para seguir captando las demandas de sus grupos de interés y, de esta manera, establecer con ellos una relación armoniosa, responsable y constructiva.

Una universidad que anhela convertirse en líder y referente de sostenibilidad, deberá demostrar la capacidad de asumir riesgos y aprovechar las oportunidades que le permitan ratificar su compromiso con la reducción de los impactos en el medioambiente y apostar por el desarrollo de su personal, de los estudiantes y de la comunidad en general. Se vean reflejados en las cuatro funciones básicas de toda universidad: investigación, formación, gestión y extensión.

El presente trabajo busca plantear una propuesta de estrategia de sostenibilidad corporativa para la Universidad de Piura. Con este objetivo, se recogieron los antecedentes de la organización y se identificó la problemática, así como las limitaciones y oportunidades de la institución en temas de sostenibilidad. Finalmente, se establecieron ejes estratégicos y líneas de acción que servirán de guía para planificar y desarrollar proyectos responsables con el medioambiente y la sociedad.



## **1. Antecedentes de la organización**

### **1.1. Historia**

La Universidad de Piura es una institución privada de educación superior, fundada el 7 de abril de 1969 en la ciudad de Piura. Nace como una obra de apostolado corporativo, por iniciativa del fundador del Opus Dei: San Josemaría Escrivá de Balaguer.

A lo largo de los años, la Universidad de Piura ha consolidado un reconocido prestigio por su rigurosidad académica, nivel de exigencia, seriedad y calidad institucional. Actualmente, cuenta con dos campus (Piura y Lima), 25 programas académicos de pregrado de las siete facultades: Ciencias de la Educación, Ciencias Económicas y Empresariales, Comunicación, Derecho, Humanidades, Ingeniería y Medicina). Además su oferta de posgrados incluye 38 diplomados, 31 maestrías y 5 doctorados.

### **1.2. Misión y visión**

#### **Misión**

La Universidad de Piura brinda una educación de calidad, impulsa la investigación científica y forma profesionales capaces de transformar la sociedad. Ha sido creada con el objeto de contribuir, de acuerdo con la genuina misión de la universidad, a la elaboración de una síntesis de la cultura, que armonice la dispersión especializada del saber con la unidad de la verdad humana, iluminada y unificada por la fe cristiana.

#### **Visión**

La Universidad de Piura se proyecta a ser un referente de excelencia de la educación superior del país, formando a personas que se distingan por su calidad humana y competencia profesional de primer nivel, traducidas en una actuación ética en el trabajo y rectitud de vida.

### **1.3. Funciones**

Actualmente, según lo especifica su ideario<sup>1</sup>, la Universidad de Piura cumple con cinco funciones primordiales:

---

<sup>1</sup> El ideario de la Universidad de Piura enuncia, en forma sumaria, aquellos principios fundamentales que, por reflejar los valores que identifican a la Universidad, deben presidir todas sus actuaciones, así como sus relaciones con quienes la integran: profesores, estudiantes, egresados graduados y personas que trabajan en los diferentes centros.

- Proporcionar, mediante la enseñanza universitaria, formación integral y preparación profesional a sus alumnos, de modo que puedan servir eficazmente a sus conciudadanos y a toda la sociedad promoviendo el bien común por medio de la propia profesión y actuación cívica, desempeñadas con competencia humana y técnica, responsabilidad, rectitud moral y espíritu solidario; y proporcionar a sus ex alumnos oportunidades suficientes para mantener, actualizar y perfeccionar la formación adquirida durante su paso por las aulas.
- Impulsar y divulgar la investigación científica en todos los campos, comenzando por los vinculados más directamente con la promoción de la calidad de vida de la comunidad regional, nacional e internacional.
- Procurar, en una auténtica igualdad de oportunidades, el acceso a los estudios universitarios de cuantos posean la necesaria capacidad académica y humana, con independencia de sus posibilidades económicas, su origen social, su raza o su religión.
- Realizar una amplia labor de extensión universitaria que contribuya a la elevación moral, cultural y material de los diversos sectores sociales.
- Llevar a cabo otras tareas de servicio a la sociedad en los ámbitos propios de su actividad docente y científica: labores asistenciales, intercambios culturales, asesoramientos técnicos, absolución de consultas, etc.

## **2. Problemática**

### **2.1. Problema central**

La Universidad de Piura no cuenta con una estrategia de sostenibilidad corporativa integrada al plan estratégico, por lo que no se aprovecha el impacto significativo que esta podría tener en la construcción de la reputación. Sin embargo, existen iniciativas y proyectos aislados, coordinados desde las diferentes facultades y centros, que buscan un impacto social o medioambiental en la comunidad piurana.

### **2.2. Problemas secundarios**

La falta de una estrategia sólida de sostenibilidad corporativa, trae consigo muchos problemas secundarios. En primer lugar, al no haber establecido previamente un objetivo general, las acciones específicas que se realizan no caminan hacia una misma dirección.

En segundo lugar, se desaprovecha la oportunidad de establecer sinergias entre centros o facultades para la realización de proyectos, lo que podría ocasionar un doble

esfuerzo o gastos innecesarios en el desarrollo de las acciones. También hace falta coordinar con organizaciones o instituciones externas, que tengan más experiencia en el terreno, mayor capacidad de organización y distribución de recursos, para realizar actividades colaborativas.

En tercer lugar, no existe una evaluación clara, al finalizar cada proyecto, de los impactos positivos generados en la comunidad y el medioambiente; debido a que no se establecen previamente indicadores pertinentes para medir los resultados de cada iniciativa.

En cuarto y último lugar, muchas veces, los grupos de interés -incluidos los miembros de la comunidad universitaria- no conocen los proyectos con fines sociales y/o ambientales que realiza la Universidad de Piura. Esto debido a que no existe un plan de comunicación que ayude a difundir, entre los principales *stakeholders*, los impactos obtenidos con dichas acciones.

## **2.3. Limitaciones y oportunidades**

### **2.3.1. Limitaciones internas**

- No existe ningún área o departamento específico que se encargue de gestionar los proyectos con fines sociales y ambientales.
- Tampoco hay un presupuesto fijo designado para estas acciones.
- Falta un estudio que ayude a definir con claridad los intereses, las expectativas y las necesidades de los diferentes stakeholders.
- Desconocimiento de la oportunidad que representan las iniciativas sociales y ambientales para fortalecer la reputación de la Universidad de Piura.

### **2.3.2. Limitaciones externas**

- Cambiante entorno legislativo respecto a las universidades.
- Falta de indicadores estándar que permitan evaluar el desempeño de las acciones de sostenibilidad en las universidades.

### **2.3.3. Oportunidades internas**

- El campus de la Universidad de Piura es un modelo de conservación del bosque seco, que representa un pulmón verde para la ciudad de Piura.
- El campus alberga una gran diversidad de especies de flora y fauna.
- Dentro del campus, se vive una cultura de respeto por el medioambiente.
- La Asociación Fomento de Investigación y Acción para el Desarrollo (FIAD) ejecuta proyectos de desarrollo integral para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales de la región.

- Cada facultad de la Universidad de Piura tiene a su cargo proyectos sociales donde aprovechan sus habilidades profesionales para brindar capacitaciones o asesorías gratuitas a quienes más lo necesitan
- A través de Univas- Universitarios Voluntarios para la Ayuda Social, los alumnos participan en diversos proyectos de voluntariado asistencial

#### **2.3.4. Oportunidades externas**

- La creación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por las Naciones Unidas (ver Anexo 2).
- Los atributos de sostenibilidad se vuelven cada vez más relevantes como drivers de diferenciación.
- La exigencia de la nueva ley universitaria para que se asignen esfuerzos y recursos para acciones de Responsabilidad Social Corporativa.
- Inclusión de criterios de sostenibilidad en rankings internacionales.

### **3. Estrategia**

#### **3.1. Marco estratégico**

La identidad de la Universidad de Piura está intrínsecamente ligada a su propósito centrado en la persona humana. Su razón de ser es justamente formar personas íntegras comprometidas con el servicio a la sociedad, que se distingan por su calidad humana y competencia profesional de primer nivel, características que deben verse reflejadas en una actuación ética en el trabajo y rectitud de vida.

En este afán de servicio y compromiso con la sociedad, la Universidad de Piura no es ajena a los problemas que afectan al hombre y al entorno en el que se encuentra. Por este motivo, se torna necesario contar con una estrategia sostenible que integre criterios éticos, sociales y medioambientales, que sean transversales a las cuatro funciones básicas de toda universidad: investigación, gestión, formación y extensión.

#### **3.2. Estrategia de sostenibilidad corporativa**

La estrategia se enfoca en integrar todos los programas y proyectos con finalidad social y/o ambiental al propósito de la Universidad de Piura, de manera que respondan a su identidad corporativa. Esta integración se logra coordinando tres grandes ejes de armonización que permitan tener un panorama general y, al mismo tiempo, ayuden a filtrar las iniciativas con impacto a largo plazo y que aporten significativamente a la organización. La estrategia establece el marco necesario para que, posteriormente, se puedan desarrollar planes de acción más detallados que cumplan con los objetivos estratégicos trazados.

Estas acciones deberán conectar las preocupaciones de los *stakeholders* con temas y actividades que son parte del propósito de la institución. El cruce de estas expectativas de los grupos de interés con las acciones concretas derivadas del cumplimiento de los compromisos asumidos por la Universidad, tendrán un impacto muy positivo en la reputación corporativa.

### 3.3. Ejes estratégicos

El enfoque planteado considera el desarrollo de tres ejes estratégicos: Buen gobierno, Gestión ambiental y Compromiso social (Figura 1). Estos ejes, integrados al propósito y quehacer diario de la Universidad de Piura, serán claves para el posicionamiento estratégico de la UDEP como universidad sostenible y fortalecerán su reputación con los diferentes grupos de interés.



Figura 1. Ejes propuestos para la estrategia de RSC. Se establecieron a partir de una revisión de los ODS y de la guía que establece la norma ISO26000.

Cada eje estratégico responde a un objetivo general y reúne las líneas de acción que definen los ámbitos de trabajo que agruparán a los proyectos según su naturaleza:

Ejes estratégicos	Objetivo general	Líneas de acción
<b>Buen gobierno</b>	Velar por la actuación responsable y ética de la institución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Relación con los grupos de interés</li> </ul>
<b>Gestión ambiental</b>	Fomentar una cultura respetuosa con el medioambiente y de protección de los recursos naturales y la biodiversidad del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campus verde</li> <li>• Ecoeficiencia</li> <li>• Gestión de residuos</li> </ul>

<b>Compromiso social</b>	Participar activamente en la elevación moral, cultural y material de la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DDHH</li> <li>• I+D+i</li> <li>• Cultura</li> <li>• Voluntariado</li> <li>• Desarrollo de comunidades</li> </ul>
--------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.3.1. Buen gobierno

“Hoy más que nunca, la agenda de la sostenibilidad, integrada en un mundo interconectado tecnológicamente, exige máxima responsabilidad por las acciones emprendidas y una mayor transparencia en los procesos de toma de decisiones” (Corporate Excellence, 2017). Este escenario exige a las universidades compromisos éticos y relaciones transparentes con los públicos de interés.

- **Ética**

Promover, monitorear y mantener prácticas y estándares éticos en el cumplimiento de sus funciones de formación, investigación, gestión y extensión. En pocas palabras realizar el *core business* de manera responsable.

- **Transparencia**

Revelar oportunamente información relacionada a sus actividades, permitiendo a los grupos de interés el acceso a ella. Rendición de cuentas, disponibilidad permanente de dicha información y publicación pertinente de reportes de sostenibilidad.

- **Relación con los grupos de interés**

Mantener una escucha activa para captar las demandas de los *stakeholders*. Entender y gestionar sus expectativas, con el objetivo de gestar con ellos una relación armoniosa y constructiva, basada en la honestidad y la confianza.

### 3.3.2. Gestión ambiental

El ecosistema dentro del campus forma parte de uno más grande e interconectado: el de la región (y, en consecuencia, el del país); por lo que las acciones tomadas tendrán siempre un efecto en el medioambiente. La Universidad de Piura se comprometerá con el cuidado y mejoramiento de los suelos, la flora y la fauna que posee e impacta, con el fin de proteger la biodiversidad. Además, incentivará el uso eficiente de los recursos naturales.

- **Campus verde**

La educación ambiental, tanto de los miembros de la comunidad universitaria como de la sociedad en general, resulta uno de los objetivos prioritarios. No se puede esperar un cambio de comportamiento en el cuidado del medioambiente si antes no se ha hecho el trabajo de concientizar a las personas.

Uno de los atractivos de la Universidad de Piura son sus espacios verdes, que han convertido a la institución en un pulmón verde para la ciudad de Piura, pues contribuye con la reducción de gases de efecto invernadero. En esta línea, resulta coherente que la Universidad promueva la reforestación y el cuidado del bosque seco de la región.

Además, el campus alberga una gran diversidad de fauna silvestre: venados, zorros, ardillas, lagartijas, más de 70 diferentes especies de aves y una alta concentración de insectos. Toda esta variedad es una oportunidad para que el campus sirva como un laboratorio vivo para investigadores locales y extranjeros.

- **Ecoeficiencia**

Resulta imprescindible lograr el compromiso de toda la comunidad en el uso eficiente de los recursos, principalmente del agua y la energía eléctrica. Esto se logra promoviendo hábitos de consumo responsable que disminuyan la huella ambiental de la Universidad en el planeta y que, además, se vean reflejados en un ahorro económico para la institución.

- **Gestión de residuos**

Brindando información clara sobre cómo reciclar los residuos, se puede promover esta práctica sostenible dentro del campus. En el caso del papel y el plástico, se puede obtener un porcentaje de ingresos por la venta de este material reciclado.

Mientras que los desperdicios de comida se podrían aprovechar para la producción de abono orgánico de calidad, que serviría para fertilizar los jardines, disminuyendo así los gastos de gestión. De esta manera, el compost producido cierra el ciclo de la materia orgánica que vuelve a la tierra y la enriquece naturalmente.

### **3.3.3. Compromiso social**

Teniendo en cuenta que uno de los principales propósitos de la Universidad de Piura es el servicio a la sociedad, esta tiene la gran responsabilidad de enseñar

a reflexionar sobre problemas como la pobreza, la desigualdad, la injusticia, la violencia y a generar conocimientos para solucionarlos de modo interdisciplinario.

- Investigación, desarrollo e innovación

Los proyectos de investigación deben estar enfocados en dar soluciones a los problemas sociales, empezando por los miembros de las comunidades más cercanas, y en establecer medidas de protección del medioambiente. La innovación se convierte entonces en un pilar clave para enfrentar los desafíos del mundo actual. Es necesario que docentes, investigadores y alumnos asuman el compromiso que tienen de generar beneficios para la sociedad y de contribuir al desarrollo del planeta.

- Cultura

Promover una amplia actividad cultural entre los miembros de la comunidad universitaria y facilitar el acceso a la cultura a los diferentes grupos sociales, convirtiendo a la Universidad en un actor cultural activo.

Indudablemente, las manifestaciones culturales son aliadas de inclusión social y de desarrollo integral. La conservación del patrimonio, la participación social creativa, el respeto por el entorno y la formación o difusión de las tradiciones culturales son algunas de las iniciativas que permiten a la Universidad implicarse socialmente con su entorno.

- Voluntariado

Asumir el compromiso de formar nuevas generaciones reflexivas y participativas, con mayor vocación de servicio a la sociedad. En otras palabras, comprometerse con educar a las personas en valores como la solidaridad y la justicia.

En el caso de los universitarios, se debe fortalecer tanto el voluntariado asistencial como el profesional. Más allá de la ayuda inmediata a quienes sufren una desgracia material, el voluntariado encierra un acto de nobleza más profundo, pues puede llegar a convertirse en una misión de vida. Además, representa uno de los actos de responsabilidad social más sostenibles.

- Desarrollo de comunidades

Ejecutar proyectos que aumenten las capacidades de los miembros de las comunidades y generen valor en las poblaciones. La estrategia es empoderarlos a través de la educación, salud y gestión. La clave aquí es involucrar activamente a los pobladores para favorecer el desarrollo de comunidades cada vez más fuertes,



asegurar la convivencia pacífica y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.

- **Derechos humanos**

Apostar por un firme compromiso de protección a la libertad, al bienestar y a la dignidad de las personas que se relacionan, de alguna manera, con la Universidad. Entender y promover el respeto a las personas y el resguardo de los derechos humanos.

### **3.4. Objetivos**

- **Fortalecer el relacionamiento con los stakeholders**

Integrar las demandas sociales y ambientales de los diferentes grupos de interés a la estrategia de sostenibilidad. “Cuando una organización, del tipo que sea, cumple con esas expectativas sociales, se dice que está legitimada socialmente, que es una empresa justa y socialmente responsable” (Navarro, 2012, p. 125).

- **Generar un impacto social y ambiental positivo**

Contribuir a la creación de sociedades más sostenibles, a través de dos frentes: proporcionando soluciones que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas y desarrollando iniciativas respetuosas con el medioambiente.

- **Mejorar la reputación de la Universidad de Piura**

Un cambio sustantivo, que integre las preocupaciones de los *stakeholders* al propósito de la Universidad, mejorará su reputación. Esto también representa un punto a favor frente a potenciales crisis, pues una organización que actúa con integridad y honestidad se recupera más rápido y sale fortalecida después de una crisis.

## **4. Plan de acción**

Se han elaborado una serie de lineamientos generales que se deben seguir para desarrollar planes de acción más detallados (Ver Anexo 3), que respondan a los ejes estratégicos planteados y que cumplan con los objetivos trazados.

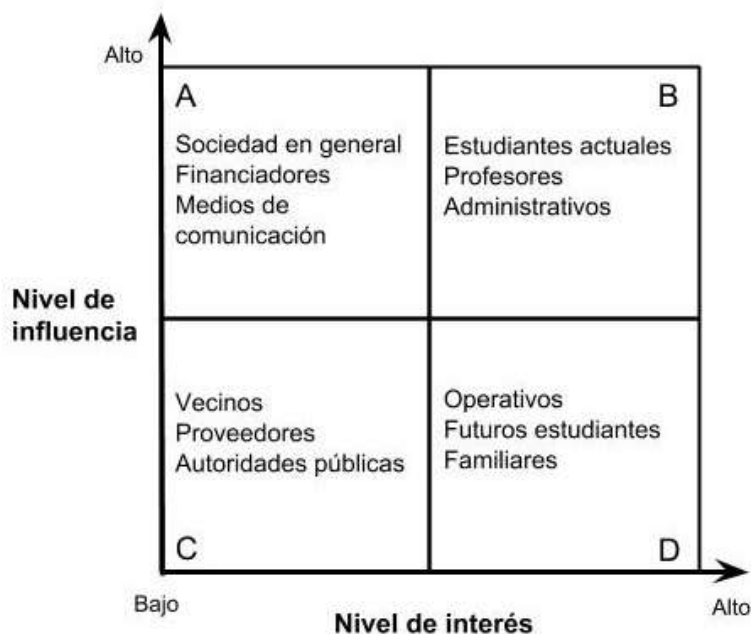
### **4.1. Identificar de acciones previas**

Identificar los proyectos e iniciativas con fin social y/o ambiental que realiza la Universidad de Piura, tanto dentro del campus como fuera de él. Además, identificar los impactos sociales, ambientales y económicos obtenidos con cada una de las actividades y reconocer las oportunidades de mejora.

Eje	Acciones
Buen gobierno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura corporativa comprometida con la búsqueda de la verdad y con el servicio a la sociedad</li> <li>- Información de transparencia disponible en la web</li> </ul>
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña “Campus Verde”</li> <li>- Siembra y protección de plantaciones de algarrobo</li> <li>- Anillamiento de aves y estudios de entomofauna</li> <li>- Tachos de reciclaje segregado ubicados en el campus</li> </ul>
Compromiso social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas de la Oficina de Proyectos</li> <li>- Consultorio Jurídico gratuito</li> <li>- Oficina de vinculación Universidad - Empresa</li> <li>- Centro de asesoría microempresarial (CAM)</li> <li>- Actividades del Centro Cultural</li> <li>- Charlas de concientización sobre Piura La Vieja</li> <li>- Centro de Familias Empresarias</li> <li>- Universitarios Voluntarios para la Ayuda Social (Univas)</li> <li>- Radar que monitorea las condiciones climatológicas de Piura</li> <li>- Eco Reto</li> <li>- Feria UDEP saludable</li> <li>- Instituto de Ciencias para la familia</li> <li>- Sonqo: Centro de atención psicológica</li> </ul>

## 4.2. Mapeo de stakeholders

Identificar los principales grupos de interés con los que se relaciona la Universidad y determinar el nivel de interés y de influencia que tienen en la institución (Figura 2). Posteriormente, se deberá proceder al levantamiento de información para recoger las expectativas y preocupaciones de cada grupo, con el fin de incluirlas en el plan de acción. Las herramientas idóneas para este proceso serían las encuestas, los *focus group* y las entrevistas a profundidad.



*Figura 2. Matriz de poder/interés de los stakeholders. Sirve para definir las medidas que se deben tomar con cada grupo: mantener satisfechos (cuadrante A), gestionar atentamente las oportunidades y amenazas (cuadrante B), monitorear (cuadrante C) y mantener informados (cuadrante D).*

### 4.3. Planeamiento estratégico

Después de recoger la información necesaria de los diferentes grupos de interés, se deben determinar los asuntos relevantes de sostenibilidad y priorizar los focos de gestión. Seguidamente, establecer objetivos y elegir los medios más idóneos para llegar a cada público.

En este punto se deben coordinar posibles sinergias entre centros y facultades o también el relacionamiento estratégico con organizaciones externas. Además, es necesario fijar una calendarización y asignar responsables para cada acción. Finalmente, se establecen los indicadores claves que permitirán medir los impactos logrados.

### 4.4. Evaluación del desempeño

Durante la ejecución de cada proyecto, se hará un seguimiento cercano del desarrollo de las acciones. Una vez finalizado el proceso, se hará la evaluación de los resultados y de los impactos sociales y ambientales obtenidos, gracias a los indicadores establecidos en el punto anterior.

#### **4.5. Difusión de los impactos**

Toda organización que busque comprometerse de fondo con la sostenibilidad necesita pensar no solo en ejecutar un buen plan de acción, sino también en comunicar estos esfuerzos a sus *stakeholders*, con el fin de convertirlos en aliados para mejorar su impacto a nivel ambiental y social.

Por esta razón, la Universidad de Piura debe comprometerse a difundir los resultados sociales, ambientales y económicos de las actividades realizadas. Una buena alternativa para dar a conocer esta información es la publicación de memorias o de reportes de sostenibilidad. A su vez, estos pueden servir como una herramienta para realizar procesos de mejora.

En este sentido, hay que tener en cuenta que el lenguaje técnico muchas veces utilizado en estos informes no los convierte en el canal adecuado para todos los grupos de interés. Si lo que se busca es que las personas comprendan y se adhieran al propósito de la organización, una mejor forma de hacerlo es contando historias. A través del *storytelling*, por ejemplo, se puede utilizar la información de los impactos reales obtenidos y convertirlos en pequeñas historias que conecten con el público y que reflejen el propósito de la Universidad y el cambio que está generando en el mundo.

#### **4.6. Repetir el ciclo**

Como la estrategia de sostenibilidad corporativa de la Universidad de Piura es una apuesta a largo plazo, la institución debe convertirse en un receptor capaz de establecer canales de diálogo con sus grupos de interés, que le permitan mantener una escucha activa de sus expectativas y necesidades, para continuar integrándolas en el planeamiento estratégico. Es así que la comunicación se convierte en el pilar fundamental para la estrategia, pues permite que se repita el ciclo y sea sostenible en el tiempo.

## 5. Conclusiones

### Primera

En la revisión de la literatura se evidencia una creciente exigencia de los stakeholders para que las universidades asuman una responsabilidad activa con los problemas que enfrenta el mundo moderno, especialmente en lo que respecta a temas sociales y ambientales. Ha pasado de ser un *nice-to-have* a un *must-to-do*.

En este escenario, la Universidad de Piura debe integrar acciones de sostenibilidad, asumiendo el compromiso que tiene de servir a la sociedad. Mientras sean más coherentes con la razón de ser de la Universidad, se generará una mayor confianza con los grupos de interés, mejorando la reputación de la institución.

### Segunda

Cada año se realizan proyectos aislados, coordinados desde las facultades y los centros, que buscan un impacto social o medioambiental en la comunidad piurana. Esto sumado al característico “campus verde” de la institución, es una muestra de que existen muchas más oportunidades que limitaciones para el desarrollo de una estrategia integral de sostenibilidad corporativa.

### Tercera

La estrategia planteada propone tres ejes estratégicos de sostenibilidad para la Universidad de Piura: Buen gobierno, Gestión ambiental y Compromiso social. Una correcta coordinación entre estos ejes, aplicados transversalmente a todas sus actividades y funciones, permitirá un impacto social y ambiental sostenible en el tiempo que, en consecuencia, redundará en una mejor reputación de la institución.

### Cuarta

El trabajo establece una serie de lineamientos generales que se deben seguir al momento de establecer un plan de acción específico: identificar acciones previas, mapeo de *stakeholders*, planeamiento estratégico, evaluación del desempeño, difusión de impactos y repetir el ciclo. Estos pasos son referenciales y se adaptan a cada caso concreto.

### Quinta

Queda claro que la comunicación estratégica forma parte inherente de las acciones de sostenibilidad. Una organización será responsable siempre que mantenga una escucha activa para seguir captando las demandas de sus grupos de interés, que le permita establecer una relación armoniosa, responsable y constructiva con ellos.

Siempre que la comunicación esté bien gestionada, se convertirá en un aliado clave en la generación de confianza y reputación.

### **Sexta**

Finalmente, al momento en que una universidad asume una postura de liderazgo en temas de sostenibilidad, inspira a otras organizaciones través del ejemplo y las anima también a llevar a cabo prácticas socialmente responsables. La incorporación de estrategias de sostenibilidad siempre tendrá un efecto multiplicador.

## 6. Referencias bibliográficas

- Aldeanueva, I., y Benavides, C. (2012). La dimensión social de la educación superior: universidades socialmente responsables. *Revistas ICE*, (3024), 51-57.
- Cárdenas, J. (2014). Incorporación de la perspectiva ambiental en las universidades peruanas: Reporte sobre el compromiso ambiental de las universidades.
- Corporate Excellence. (2017). *Aprendizajes TransveRSa 2017*. Recuperado de <https://goo.gl/1FtgMd>
- Global University Network for innovation. (2017). *Higher education in the world 6. Towards a socially responsible education: Balancing the gobal with the local*. Recuperado de <https://goo.gl/fvHFUH>
- Melgar, J., Leiner, M., Medina, M., y Ávila, M. (2015). La responsabilidad social universitaria desde el pensamiento estratégico: un acercamiento a la literatura. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 1146.
- Observa RSE. (2017). *Claves para una comunicación sostenible y responsable con los grupos de interés*. Barcelona, España: Medioresponsable.
- Red de Indicadores de Sustentabilidad en las Universidades. (2014). *PROYECTO RISU: Definición de indicadores para la evaluación de las políticas de sustentabilidad en Universidades Latinoamericanas*. Recuperado de <https://goo.gl/1Bo5kh>
- Sterling, S., Maxey, L., Luna, H. (Ed.). (2013). *The Sustainable University: Progress and prospects*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.
- Universidad de Piura. (2017). *Conoce la UDEP*. Piura, Perú. Recuperado de <https://goo.gl/JKb11V>

## **7. Anexos**

### **Anexo 1. UI GreenMetric World University Ranking**

The UI GreenMetric World University Ranking is an initiative of Universitas Indonesia which is being launched in 2010. As part of its strategy of raising its international standing, the University hosted an International Conference on World University Rankings on 16 April 2009. It invited a number of experts on world university rankings such as Isidro Aguillo (Webometrics), Angela Yung-Chi Hou (HEEACT), and Alex Usher (Educational Policy Canada).

It was clear from the discussions that current criteria being used to rank universities were not giving credit to those that were making efforts to reduce their carbon footprint and thus help combat global climate change. We were aware that a number of top world universities, for example Harvard, Chicago, Copenhagen have been taking steps to manage and improve their sustainability. There are also cooperative efforts among groups of universities. We saw the need for a uniform system that would be suitable to attract the support of thousands of the world's universities and where the results were based on a numerical score that would allow ranking so that quick comparisons could be made among them on the criteria of their commitment to addressing the problems of sustainability and environmental impact.

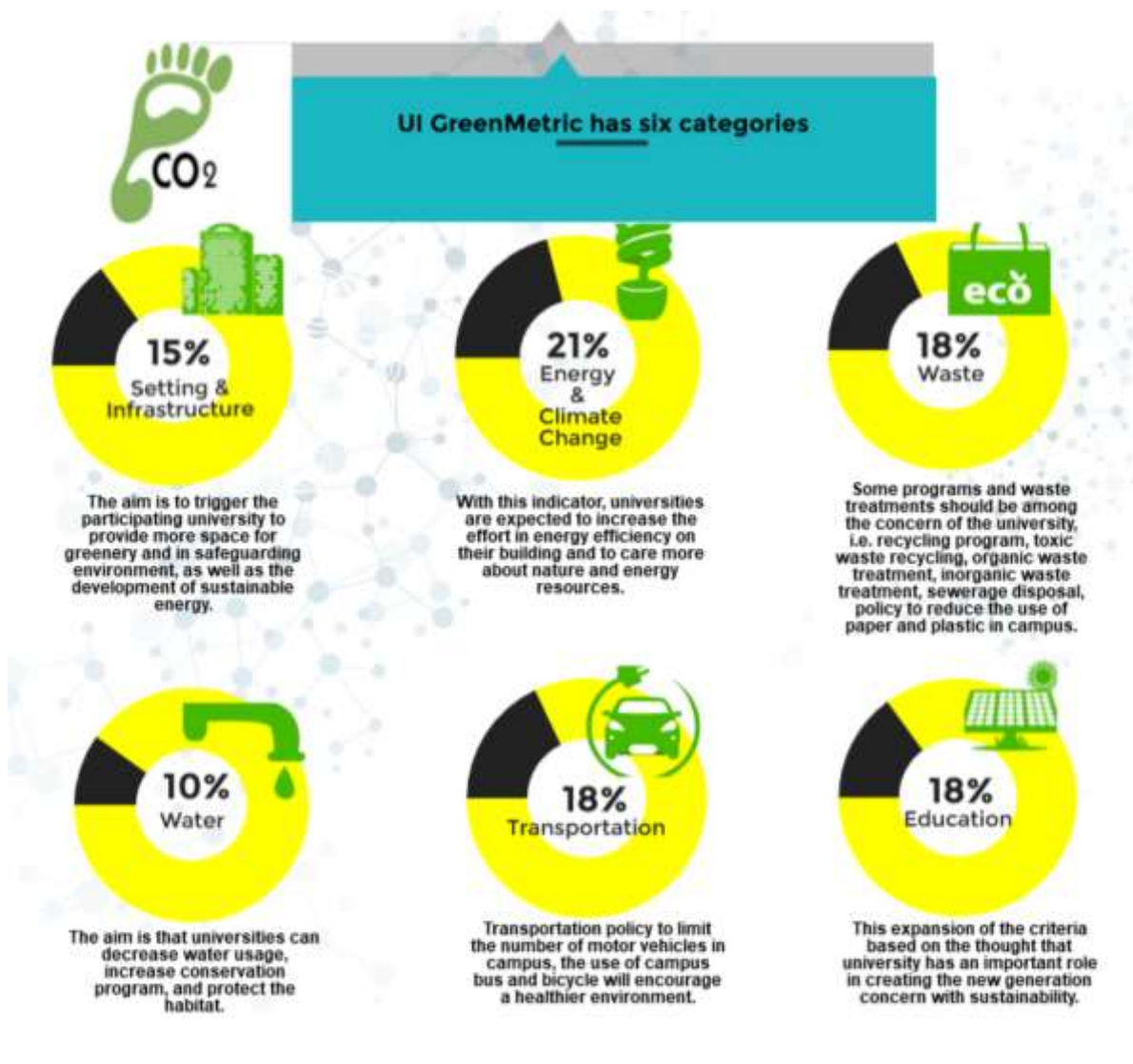
#### **Aim of the Ranking**

The aim of this ranking is to provide the result of online survey regarding the current condition and policies related to Green Campus and Sustainability in the Universities all over the world. It is expected that by drawing the attention of university leaders and stake holders, more attention will be given to combating global climate change, energy and water conservation, waste recycling, and green transportation. Such activities will require change of behavior and providing more attention to sustainability of the environment, as well as economic and social problem related to the sustainability.

We believe that the universities that are leading the way in this regard need to be identifiable and so we have decided to make a start in doing this. Initially, we will collect numeric data from thousands of universities worldwide and process the data provided to arrive at a single score that reflects the efforts being made by the institution to implement environmentally friendly and sustainable policies and programs.



## Green Metric Criteria and Indicators



## Top 10 Greenest University in the World

N°	University	Country	Score
1	Wageningen University & Research	Países Bajos	7552
2	University of Nottingham	Reino Unido	7464
3	University of California Davis	Estados Unidos	7365
4	University of Bradford	Reino Unido	7290
5	Nottingham Trent University	Reino Unido	7210
6	University of Oxford	Reino Unido	7199
7	University of Connecticut	Estados Unidos	7148
8	Bangor University	Reino Unido	6881
9	University College Cork	Irlanda	6861
10	Hochschule Trier – Umwelt-Campus Birkenfeld	Alemania	6806

## Anexo 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En el 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades.

Los ODS conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general. Los ODS son una agenda inclusiva. Abordan las causas fundamentales de la pobreza y nos unen para lograr un cambio positivo en el planeta.



### Anexo 3. Ejemplo de plan de acción: Gestión de residuos

- **Identificar acciones previas**

La Universidad de Piura cuenta con tachos segregados para depositar los residuos sólidos, divididos por colores: residuos comunes (verde), papel y cartón (amarillo), botellas y envases (azul). Sin embargo, las personas siguen botando los desechos sin tener en cuenta la clasificación establecida.

Otro problema es que los recipientes, que se encuentran en diferentes puntos estratégicos del campus, no coinciden con el código de colores aprobado a nivel nacional por INDECOPI y respaldado por el Ministerio del Ambiente.

#### Colores que se deben utilizar según los tipos de residuos

CÓDIGO DE COLORES PARA LA SEGREGACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS		
Norma Técnica Peruana-NTP 900.058 (2005) aprobada por INDECOPI		
Amarillo		Para metales
Verde		Para vidrio
Azul		Para papel y cartón
Blanco		Para plástico
Marrón		Para orgánicos
Rojo		Para residuos peligrosos
Negro		Para lo que no se puede reciclar y no es catalogado como residuo peligroso.

- **Mapeo de stakeholders**

Las acciones deberán estar dirigidas principalmente a todos los miembros de la comunidad universitaria: alumnos, docentes, administrativos y personal operativo. En este punto es imprescindible recoger información, a través de encuestas y *focus group* a los diferentes miembros de la comunidad universitaria, para entender cuáles son los motivos de la falta de involucramiento y compromiso con el proyecto de reciclaje.

- **Planeamiento estratégico**

Se plantea la creación de la campaña “UDEP Recicla”. Los objetivos, las acciones y los principales aliados se encuentran detallados en el diagrama de Gantt adjunto a continuación.



Objetivos	Acciones	Público	Aliados	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV
Crear posicionamiento de marca	Creación de línea gráfica, stickers y souvenirs de material reciclado con la marca: UDEP recicla	Público general	Dircom									

- **Evaluación del desempeño**

Para hacer una medición de los resultados y evaluar los impactos de la campaña, se establecen los siguientes indicadores:

- Asistencia del público a los talleres organizados.
- Aumento del material reciclado: papel, plástico y residuos orgánicos.
- Árboles salvados por el reciclaje de papel.
- Ingresos obtenidos por la venta de material reciclado.

- **Difusión de impactos**

Con el objetivo de comunicar los cambios logrados en la campaña, se elaborará un reporte de los resultados obtenidos y se compartirán en una conferencia abierta al público, donde se rescaten los principales aprendizajes de la experiencia. También se hará una proyección del impacto que tendría en el ambiente continuar con estas acciones a un largo plazo.

## 8. Apéndice

### Informe de desempeño profesional

#### Presentación

Actualmente soy bachiller en Comunicación, con mención en Marketing, por la Universidad de Piura, y trabajo en la Dirección de Comunicación de la misma universidad. Mi interés profesional está orientado al ámbito de la comunicación corporativa.

Durante mi época como universitaria, fui primer puesto de mi promoción y formé parte del Aula de Comunicación, dirigido a estudiantes destacados de los últimos años. También participé en actividades extracurriculares como miembro del Comité de Olimpiadas, voluntaria del VSU y coordinadora en las Jornadas de Comunicación.

Tuve la oportunidad de realizar un año de intercambio en la Capital Normal University (Beijing, China), gracias a una beca del Instituto Confucio. Esta experiencia me permitió adquirir ciertas habilidades como la facilidad de adaptación a nuevos entornos, la capacidad para resolver problemas y el respeto a las diferentes opiniones y formas de ver el mundo.

En mi experiencia laboral, he trabajado en áreas de prensa y oficinas de comunicación, realizando funciones desde la creación de estrategias de comunicación, hasta la redacción de notas de prensa. Las empresas en las que he trabajado son: China Files, Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, Trotamundia y la Universidad de Piura.

Cabe mencionar que tengo una gran afición por aprender nuevos idiomas; por lo que aprendí a hablar y escribir en inglés, a nivel avanzado; en chino mandarín, a nivel intermedio y en portugués, a nivel básico. Además, tengo dos certificaciones internacionales en idiomas: Certificate in Advanced English (CAE) de la Universidad de Cambridge y el Hanyu Shuiping Kaoshi (HSK) II de Hanban.

#### Desarrollo Profesional

- **China Files**

*Redactora*

Mi primera experiencia laboral fue en una agencia de noticias con sede en Beijing (China) llamada China Files. En medio de un ambiente internacional, compartiendo con compañeros de origen latinoamericano e italiano (la web funcionaba en español e italiano), ocupé el puesto de redactora en el Área de Prensa.

Aquí redacté mis primeras notas de interés, las cuales iban dirigidas a hispanohablantes en China. También me encargué de elaborar la *newsletter* que recogía las publicaciones más destacadas de cada semana. Además, de la búsqueda de material académico que explicara las relaciones entre China y países de América Latina para la sección “Sinología” y de la traducción de artículos del inglés al español.

Una de las experiencias más gratificantes en China Files fue en relación a un artículo que publiqué sobre la situación de los orfanatos no estatales en China. Gracias a esta nota, la Asociación de Familias Adoptantes en China (AFAC), con sede en Barcelona, se comunicó conmigo para pedir los contactos de los establecimientos y, finalmente, realizó una donación a un orfanato situado en Gaoyi, en la provincia de Hebei, que atiende a niños con discapacidades físicas y mentales severas.

- **Ministerio de Relaciones Exteriores**  
*Asistente de Comunicación*

Durante un verano realicé prácticas preprofesionales en la Oficina de Comunicación del MRE en Lima. Mi principal función fue gestionar el contenido a publicar en las cuentas oficiales en Facebook y Twitter.

Además de realizar community management, me encargué de elaborar infografías y generar bases de datos que recogían información de contacto sobre públicos clave. También ayudé en la búsqueda de información para desarrollar políticas de comunicación.

A nivel táctico, aprendí a manejar mejor el Excel para la generación de bases de datos y, a nivel estratégico, entendí la importancia de mantener una cercanía permanente con las embajadas y consulados alrededor del mundo e informar sobre las diversas actividades que realizan con miembros de la comunidad peruana en el extranjero.

- **Centro de Investigación en Opinión Pública de la Universidad de Piura**  
*Practicante de Investigación*

Apoyé en el análisis y elaboración del material gráfico para la exposición de los resultados del estudio “Los escolares piuranos en la era digital: Un estudio a partir de la experiencia de los alumnos de 5to de secundaria de los colegios públicos de la región”.

Además, colaboré con el diseño de fichas de análisis de contenido y la creación de documentos descriptivos que sirven de soporte para la etapa del levantamiento de datos. Aquí entendí la importancia de mantener la rigurosidad científica antes, durante y después de realizar una investigación cualitativo o cuantitativo, para que los datos puedan ser extrapolables al universo de estudio.

- **Trotamundia**

*Directora de Comunicación*

Trotamundia es una startup tecnológica creada por un grupo de jóvenes piuranos. Este emprendimiento trabajaba en la propuesta de una app que muestre información y ofertas de destinos en donde se pudieran realizar actividades de turismo alternativo.

Inicié mis primeros meses en Trotamundia como practicante y luego pasé a formar parte del equipo trabajo. Algunas de mis funciones incluyeron la elaboración de documentos oficiales como el Elevator Pitch, Company Profile, Brief Ejecutivo, entre otros.

Además, fui la encargada de gestionar las relaciones con los socios clave del proyecto y posibles inversionistas. Tuve la oportunidad de asistir a importantes ferias de turismo y tecnología: Fitur en Buenos Aires (Argentina) y ABAV en Sao Paulo (Brasil), donde pude establecer contacto con CEOs y miembros de startups del mismo rubro.

Durante el tiempo que estuve en Trotamundia, aprendí a trabajar en equipo, a organizar bien mis tiempos para cumplir con los deadlines y algunos conceptos sobre User Experience y términos básicos de programación.

- **Dirección de Comunicación de la Universidad de Piura**

*Gestora de contenidos*

Trabajo en Dircom desde inicios del año pasado. Mis principales funciones incluyen la creación de contenido para públicos internos y externos y la cobertura de eventos donde participa la Universidad de Piura.

Además, he participado apoyando en otros proyectos concretos como la creación de la Memoria Anual 2016, donde reorganizamos las herramientas de recojo de información y estructuramos la versión impresa en grandes secciones. También formé parte del equipo que tuvo a cargo la estrategia de relanzamiento de la Revista Amigos en el campus.

## **Reflexiones finales**

Considero que gran parte de lo aprendido durante mi época de estudiante universitaria he podido aplicarlo, de alguna manera, en los lugares donde he trabajado. Algunos de los conocimientos que más me han servido son los relacionados a la generación de contenidos, el marketing estratégico y la investigación de públicos.



Sin embargo, también creo que existen ciertas habilidades que se van adquiriendo en el mismo campo laboral, con la experiencia y la práctica. En el camino, aprendí a usar programas de Adobe como Illustrator, Premiere Pro, InDesign, Photoshop y otras herramientas útiles para la elaboración de piezas gráficas y audiovisuales, necesarias al momento de ejecutar planes de comunicación.

Finalmente, puedo decir que todas mis experiencias laborales representaron un desafío profesional diferente, del que rescato mucho el aprendizaje obtenido tanto de la misma ejecución del trabajo, como de parte de mis compañeros. Espero seguir desarrollándome profesionalmente en el campo de la comunicación corporativa, siempre dispuesta a asumir los nuevos retos que se presenten en el camino.

## Certificaciones

**CONSTANCIA DE TRABAJO**

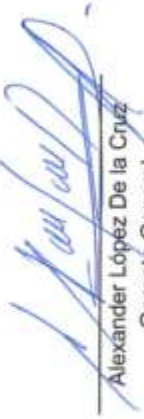
Por medio de la presente, quien suscribe certifica que la Srta:

**MARIA GRACIA ZAPATA NOVOA, identificada con DNI N° 71743679**

Ha laborado en nuestra empresa TROTAMUNDIA S.A.C, en el cargo de DIRECTORA DE COMUNICACIÓN, en el periodo del 30 de abril de 2016 hasta el 31 de diciembre de 2016; y durante su prestación de servicios ha demostrado respeto, honestidad, disciplina y eficiencia en las tareas que le fueron encomendadas.

Se expide la presente para los fines que el interesado(a) estime conveniente.

Piura, diciembre de 2016



Alexander López De la Cruz  
Gerente General

UNIVERSIDAD DE PIURA

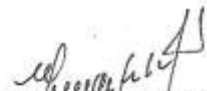
APARTADO 353  
PIURA - PERU**CONSTANCIA LABORAL**

Por medio de la presente, yo Mercedes Fujihara Fujimaki, identificada con D.N.I. No. 02824195, en mi calidad de Gerente de Desarrollo y Talento Humano de la institución **UNIVERSIDAD DE PIURA**, identificada con Registro Único de Contribuyente 20172627421, dejo constancia de:



La Srta. Maria Gracia Zapata Novoa, identificada con D.N.I. N° 71743679, labora en nuestra institución desde el 16 de enero de 2017 hasta la actualidad, desempeñándose como Responsable de Contenidos de Dirección de Comunicación Campus Piura.

Se extiende la presente constancia a los veinticuatro días del mes de enero de 2018 para los fines que el interesado considere convenientes.

  
Mgtr. Mercedes Fujihara Fujimaki  
Gerente GDTH

