

Año 28 No. 101, 2023
enero-marzo



Año 28
No. 101, 2023

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Como citar: Salcedo-Muñoz, V., Arias Montero, V., Nuñez Guale, L., y Moreno Loaiza, C. (2023). Responsabilidad social universitaria en instituciones de educación superior de la Provincia de El Oro, Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(101), 419-434. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.26>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 28 No. 101, 2023, 419-434
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Responsabilidad social universitaria en instituciones de educación superior de la Provincia de El Oro, Ecuador

Salcedo-Muñoz, Virgilio*
Arias Montero, Vicente**
Nuñez Guale, Linda***
Moreno Loaiza, Carlos****

Resumen

La responsabilidad social universitaria se constituye en un elemento central para Instituciones de Educación Universitaria a nivel mundial; forma parte de la esencia del servicio que este tipo de instituciones ofrece a países y sociedades. La práctica de responsabilidad social exige compromiso social y ambiental, aspectos sobre los cuales se debe educar. En este sentido, el objetivo de la investigación es analizar la responsabilidad social universitaria y las principales prácticas y acciones que las Instituciones de Educación Superior están adoptando para hacer frente a las exigencias mundiales en torno a este fenómeno. La metodología es de orden documental y de revisión sistemática. Los resultados indican que la Responsabilidad Social Universitaria aun es un concepto en evolución, dado el dinamismo del mercado, y tiene repercusiones en factores como la internacionalización y la modernización tecnológica. Se concluye que la Responsabilidad Social Universitaria tiene un alto impacto en la construcción y reconstrucción de valores en la sociedad.

Palabras clave: responsabilidad social universitaria; responsabilidad social; educación superior; impacto; construcción de valores.

Recibido: 16.06.22 **Aceptado:** 11.10.22

* Doctor en Ciencias Económicas -Universidad del Zulia-Venezuela; Magister en Tributación y Finanzas-Universidad de Guayaquil-Ecuador; Economista Agropecuario-Universidad Técnica de Machala-Ecuador; Profesor Agregado 3 Carrera de Economía – Universidad Técnica de Machala – Ecuador. Email: vsalcedo@utmachala.edu.ec, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9821-3722>

** Doctor en jurisprudencia-Universidad de Cuenca-Ecuador; Magister en Derechos Fundamentales y Justicia Constitucional-Universidad de Guayaquil-Ecuador; Profesor Titular Agregado nivel 1 grado 3 Carrera de Contabilidad-Universidad Técnica de Machala. Email: varias@utmachala.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-5554-3980>

*** PhD(c) en Ciencias de la Administración – Argentina. Magíster en Administración de Empresas, especialidad Talento Humano. Magister en Gerencia Educativa. Ingeniera Comercial. Docente Titular de la Universidad Península de Santa Elena, Ecuador. E-mail: lnunez_ing@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6935-0768>

**** Magister en Administración de Empresas, ING Comercial, licenciado en Administración de Empresas _Universidad Técnico de Machala _ Ecuador, Profesor Titular Auxiliar Grado 2 tiempo completo Carrera de Administración de Empresas - Universidad Técnica de Machala. Email: cmoreno@utmachala.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6472-6044>

University Social Responsibility in Higher Education Institutions of the Province of El Oro, Ecuador

Abstract

University social responsibility is a central element for University Education Institutions worldwide; It forms part of the essence of the service that this type of institution offers to countries and societies. The practice of social responsibility requires social and environmental commitment, aspects on which education must be provided. In this sense, the objective of the research is to analyze university social responsibility and the main practices and actions that Higher Education Institutions are adopting to face global demands regarding this phenomenon. The methodology is documentary and systematic review, works by recognized authors in the area are reviewed. The results indicate that University Social Responsibility is still an evolving concept, given the dynamism of the market, and has repercussions on factors such as internationalization and technological modernization. It is concluded that University Social Responsibility has a high impact on the construction and reconstruction of values in society.

Keywords: university social responsibility; social responsibility; higher education; impact; construction of values.

1. Introducción

En el mundo organizacional el cambio es una constante. La responsabilidad social se ha implementado en las organizaciones, incluyendo a las instituciones de educación superior, como una estrategia para otorgarle un sentido más humano a las entidades, además de garantizar su sustentabilidad y consecuentemente su competitividad.

En este orden de ideas, la empresa representa un factor de cambio e influencia social, puesto que su rol exige que vaya más allá de la producción de bienes y servicios. Por tanto, las organizaciones deben adaptarse a

las demandas de un mercado cada vez más acelerado, competitivo y preocupado por el cumplimiento de los objetivos. Las empresas, y el conjunto de organizaciones en general, independientemente de su naturaleza, tienen una responsabilidad con la sociedad, ya no es solo que se dediquen a generar resultados económicos, sino que es transcendental que tengan en cuenta la dimensión ambiental, social, y ética en sus objetivos.

Según Montañez y Gutiérrez, (2015:9) ha crecido la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), debido a la conducta ética, el cuidado ambiental, la justicia laboral, el mercado competitivo y el comportamiento

del consumidor, lo cual ha incidido en su difusión tanto en medios impresos como en eventos académicos.

Sabogal (2008) afirma que la sociedad se muestra interesada en que las organizaciones cumplan con sus responsabilidades y ven en la RSE una forma estratégica para crear valores. De acuerdo con Correa et al, (2004), la nueva actitud pública con respecto a la actividad empresarial se traduce en mayores exigencias para que esta opere según los lineamientos y estándares de la conducta responsable.

Actualmente, la responsabilidad social es entendida como un compromiso voluntario que asumen las empresas para tener en cuenta en su direccionamiento estratégico y operacional a los grupos de interés de su área de influencia, los cuales en el presente artículo serán abordados como actores involucrados en la responsabilidad social, especialmente en la vinculada a las universidades.

Vallaes (2008) menciona que la responsabilidad social empresarial no es nada más que una estrategia corporativa en la cual se invierte una fracción importante de su presupuesto en acciones sociales y medioambientales, funcionando de igual manera para las instituciones de educación superior, pero con una estrategia que apunta a su vinculación social y productiva.

La presente investigación se fundamentará específicamente en la responsabilidad social universitaria; sin embargo, para abordarla en ese contexto, es necesario discutir de manera específica los aspectos teóricos de la Responsabilidad Social empresarial de manera general, para luego precisar su impacto en las instituciones universitarias y su rol dentro de la sociedad.

La investigación está sustentada en el análisis exhaustivo de referencias

bibliográficas y documental, a través de los cuales se discute la responsabilidad social y los actores sobre los cuales ejerce impacto, así como también la responsabilidad social universitaria y el rol protagónico de las Instituciones de Educación Superior para la sociedad actual. Finalmente, se abordará la responsabilidad social universitaria en instituciones de educación superior ubicadas en la provincia del El Oro, Ecuador.

2. Responsabilidad Social y los actores involucrados: Reflexiones teóricas

En los años cincuenta apareció el término responsabilidad social, el cual adquirió relevancia gracias a varias tendencias económicas y sociales. En esa época se publicó el libro *Social Responsibilities of the Businessman* de Bowen, donde se presentaron las obligaciones sociales del empresario y la vinculación de sus decisiones en la vida de los ciudadanos (Montañez y Gutiérrez., 2015:19).

Posteriormente, en los años sesenta, el enfoque se dirigió hacia las obligaciones de las empresas con el desarrollo humano y el crecimiento económico. En los años setenta inició la discusión teórica que generó polémica, puesto que según Friedman (1970) la única responsabilidad de la empresa es ganar tanto dinero como sea posible, propiciando un nuevo escenario de discusión y crítica, al cuestionarse lo ético tanto en las empresas como en la sociedad en general.

Es en los años ochenta, cuando se iniciaron a desarrollar investigaciones sobre las acciones y prácticas empresariales. Y finalmente,

en la década de los noventa comenzó a utilizarse la expresión de responsabilidad social empresarial y se evidenció una correlación entre los escándalos de directivos gubernamentales y empresariales con el surgimiento del interés por el tema. Asimismo, se desarrollaron otros conceptos empresariales, como la teoría de los negocios, de ciudadanía corporativa o de grupos de interés. En esta década se comenzó a considerar la responsabilidad social de los actores de las áreas política y económica del mundo, incluidas las instituciones financieras, las organizaciones, las escuelas de negocio y los gobiernos (Montañez y Gutiérrez, 2015).

Desde aproximadamente el año 2000, los países miembros de las Naciones Unidas fijaron metas para el milenio destinadas a preservar el desarrollo humano y así facilitar la reconstrucción de un mundo que le otorgue mayor importancia a factores como: la inclusión social, el desarrollo de capacidades, una democracia participativa, vigilancia ciudadana, transparencia, sostenibilidad, equilibrio ecológico, entre otros (Urdaneta et al, 2016)

Para Cuevas (2011), son tres los factores que explican el creciente interés por aspectos vinculados con la ética, como es la responsabilidad social. En primer lugar, los daños al medio ambiente; en segundo, los repetidos casos de corrupción y las violaciones a los derechos del hombre; en tercero, el surgimiento de la tercera revolución en la informática y las comunicaciones o simplemente la revolución de la informática.

Es importante destacar que la Responsabilidad Social Empresarial va más allá del altruismo, no se trata

de filantropía pura (la clásica donación caritativa que no tiene relación alguna con la actividad de la empresa), tampoco filantropía interesada (la donación caritativa del producto de la empresa para promocionarlo y abrir nuevos mercados) que no son sostenibles en el tiempo, no guardan relación con la acción misma de la organización, y no tienen una visión integral de la sociedad y de la ubicación de la organización en ella (Vallaey, 2008).

Lo cierto es que la responsabilidad social empresarial es un concepto social que aún puede afirmarse que está en construcción, pues, que se presenta confusión con respecto al mismo, debido a la carencia de un concepto unívoco que cuente con la aceptación generalizada de todos los actores o partes interesadas (Aragón y Rocha, 2009).

Resulta pertinente reconocer por ello conocer los motivos que genera en las empresas la decisión de incluir o no en la gestión la dimensión de la responsabilidad. Palos (2005) se expone las principales motivaciones:

- Iniciativa propia. Son aquellos empresarios que están conscientes de los problemas que genera su empresa y deciden tomar medidas para cambiar.
- Presiones de competitividad. El cambio está motivado por las exigencias del mercado y la necesidad de mejorar la calidad de la empresa.
- Presión de empresas líderes. La empresa introduce cambios como requisito para acreditarse como proveedor de otra empresa mayor.
- Presión del gobierno. Empresas que se ven obligadas legalmente a efectuar cambios para ajustarse a las normas y regulaciones, y con ello evitar sanciones o multas.
- Presión social. Cuando el cambio está motivado por reclamos o denuncias

de la comunidad afectada por las actividades de la empresa.

- Imitación. Cuando se recurre a imitar la experiencia de otros empresarios.

En un intento por establecer criterios que otorguen una mayor comprensión del tema, Montañez y Gutiérrez, (2015:21) exponen los conceptos de responsabilidad social de un conjunto de organizaciones reconocidas a nivel mundial, permitiendo así visualizar la pluralidad de las interpretaciones.

- El Libro Verde (2001) de la Comisión Europea indica que es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores o individuos o grupos que tienen interés e impacto en una organización y en los resultados de sus acciones conocidos como stakeholder.

- El Banco Mundial considera que el compromiso de la empresa es contribuir al desarrollo y mejorar la calidad de vida, esto con la colaboración tanto de los empleados y sus familias como de la comunidad local y la sociedad.

- Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF) de Inglaterra, define a la RSE como el conjunto de prácticas empresariales sustentadas en valores éticos.

- Business for Social Responsibility (BSR), en Estados Unidos, explica que es una forma de cumplir o sobrepasar las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.

De las definiciones anteriores, se deduce que la responsabilidad social empresarial implica que las organizaciones han de asumir voluntariamente una serie de

comportamientos éticos, que tomen en cuenta las consecuencias que estas tienen sobre los grupos de interés (actores vinculados), resultado de las relaciones que mantienen con ellos (De Castro, 2005).

Por su parte, Greaves (2006) afirma que la mayoría de las definiciones coinciden en que se asume como un compromiso voluntario y se concibe como una estrategia del negocio, como parte de su cultura y de sus operaciones.

Briseño et al, (2011) destacan elementos comunes como: a) El reconocimiento de un amplio número de personas para las cuales la empresa es responsable (denominados en el presente artículo actores involucrados y mencionados en la mayoría de los autores como grupos de interés), entre ellos se pueden mencionar los empleados, comunidades locales, proveedores, clientes y gobierno. b) La preocupación por mejorar el bienestar de estos grupos de interés. c) La visión sobre cómo las operaciones del negocio ayudan a tener un impacto social y ambiental en el largo plazo para los grupos de interés, y cómo estos pueden involucrarse en estas acciones.

Urdaneta et al, (2016) haciendo un análisis del origen de los términos de responsabilidad social señalan que representan el compromiso de un individuo o grupo de contribuir al bien común y al desarrollo de una sociedad. Actuando en la búsqueda de soluciones a los impactos negativos presentados en un momento determinado, para el beneficio de las partes interesadas y el buen desarrollo de una comunidad. Es importante destacar que la investigación de Urdaneta et al, (2016) considera el enfoque teórico de Vallaey (2007, 2008 y 2011), que incluye las políticas de responsabilidad social, docencia, gestión

interna, investigación y extensión

Un recorrido teórico ha sido elaborado por Urdaneta et al (2016) en el cual plantean un análisis del concepto de responsabilidad social a partir de una diversidad de autores de vieja y nueva data. Del mencionado análisis surge lo que las autoras denominan tipo de enfoque según los autores abordados. El primer tipo de enfoque especifica que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) va más allá de la responsabilidad económica, contractual o legal. El segundo especifica que consiste en maximizar los beneficios de los accionistas. Un tercer tipo de enfoque hace referencia a que el concepto discutido se fundamenta en responder a las necesidades de la sociedad de forma voluntaria.

El quinto tipo de enfoque está referido a que la responsabilidad social está compuesta por un conjunto de principios que se traslada a los niveles institucional, organizacional y de gestión. Finalmente, el sexto tipo de enfoque está referido a una visión ampliada en campo de acción (MultiStakeholder); al respecto vale la pena destacar la concepción de uno de los autores utilizados para determinar este tipo de enfoque, se trata de Freeman (1984) para quien el éxito de los negocios y las empresas debe construirse en torno a su relación con los grupos de interés clave, en este artículo los actores involucrados o participantes del proceso de responsabilidad social.

Según Montañez y Gutiérrez, (2015), se puede afirmar de manera concreta que una empresa responsable asume y se ocupa por cumplir tres tipos de responsabilidades: la económica, la social y la medioambiental. Sin embargo, Ospina citada por Vallaeys (2008) argumenta que son cuatro los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial:

en primer lugar se puede mencionar el aspecto laboral, relacionado con el cumplimiento de las normas de trabajo, respeto al trabajador en todos los niveles jerárquicos y puesta en marcha de códigos de conducta y principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); en segundo lugar está el aspecto económico, vinculado con la elaboración de cuentas transparentes y públicas, e inversiones socialmente responsables (utilizando criterios éticos y de exclusión, a la hora de invertir); en tercer lugar se encuentra el aspecto ambiental, el cual enfatiza en el respeto al medio ambiente y el uso de sellos de calidad ecológica, o alusión directa al consumidor de cómo se obtuvo el producto, o se prestó el servicio.

Finalmente pero no menos relevante, el cuarto ámbito es el social y se relaciona con invertir un porcentaje de las ganancias en proyectos que ayuden a mejorar el nivel de vida de personas sin recursos, o tener proyectos de vinculación a colectivos desfavorecidos.

Al hablar de una forma más general de Responsabilidad Social Empresarial, se abordan de manera implícita dimensiones como:

- a) el medio ambiente y la consideración de todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa, más allá de las regulaciones gubernamentales;
- b) los derechos humanos y lo relativo a la aplicación de principios que permiten la libertad individual de llevar una vida digna, libre de abusos y violaciones;
- c) el lugar de trabajo, en lo relativo a los métodos y las políticas establecidas por la empresa que impactan de manera favorable la vida profesional y personal del empleado;
- d) la inversión social comunitaria,

- vinculada con programas sociales, los cuales se consideran como un factor en el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa;
- e) el mercado, vinculado con diversos aspectos entre la actividad comercial y el trato hacia el consumidor; y
 - f) los valores y la ética fundamentados en el arte de aplicar las normas y valores morales a las actividades y objetivos de la empresa (Montañez y Gutiérrez, 2015: 24).

Robbins y Coulter (2010) aportan dos conceptos a partir de los cuales, según su criterio, se consolida la conceptualización de responsabilidad social, estos son: obligación social que es el compromiso de una empresa con acciones sociales, derivado de su obligación de satisfacer responsabilidades económicas y legales, desde esta perspectiva la organización hace lo que está obligada a hacer y nada más. En tanto, la sensibilidad social significa que la empresa se compromete con acciones sociales en respuesta a ciertas necesidades populares. Los gerentes de estas organizaciones se guían por sus normas y valores sociales y toman decisiones prácticas, orientadas al mercado, relacionadas con sus acciones y va más allá de lo que está obligada a hacer, se trata de los que desea hacer en función de sus valores institucionales.

En otro orden de ideas, Fernández (2005) afirma que ha surgido un escenario en el cual se observa un proceso de transición entre el modelo tradicional, y otro que se fundamenta en los pilares del desarrollo sostenible y la generación de valor de los actores involucrados; este escenario tiene un alcance de enfoque mundial lo que

revela el proceso de internacionalización de la Responsabilidad Social.

En este orden de ideas, otro elemento importante a considerar es la relación que puede tener la responsabilidad social empresarial con el proceso de internacionalización. Para Santa y Fajardo (2017), el proceso de internacionalización empresarial se hace cada vez más requerido en el mundo globalizado, donde las empresas que perciben esta tendencia tienen la posibilidad de acceder a un mayor mercado para comercializar sus productos y servicios en búsqueda de tener acceso a nuevos negocios, como una manera de derribar barreras de entrada.

De esta manera, la RSE tiene gran importancia en el desarrollo de procesos de internacionalización, siendo un factor de éxito donde aquellas organizaciones que asuman el reto, generen comportamientos socialmente responsables desde lo económico, social y ambiental; logrando así desarrollar procesos de gestión tecnológica y del conocimiento, valorar su capital intelectual como el humano, relacional y estructural, hacer relaciones sólidas con sus actores involucrados o grupos de interés y buen uso de sistemas de tecnologías de la información y comunicaciones (TICs) para generar prácticas administrativas verdes y amigables con el medio ambiente, acordes con los nuevos desafíos, siempre de acuerdo al contexto de cada organización.

En los referentes a los actores involucrados se asumen los planteados por (Montañez y Gutiérrez, 2015:35), haciendo la aclaratoria de que los autores lo abordan como grupos de interés, sin embargo, en pro de una visión más humana en el cual se resalta

la participación y el compromiso sobre el interés, para el presente artículo se abordan como actores involucrados.

Weiss (2006), considera fuerzas ajenas al mercado que afectan tanto a las organizaciones como a los individuos, en lo relativo a los intereses morales, políticos, legales y tecnológicos, al igual que los factores económicos. Por su parte, Perdiguero y García (2005) consideran que los actores involucrados se relacionan con las empresas a través de las responsabilidades; en las relaciones con los trabajadores, en la calidad y utilidad social del producto, en la creación y mantenimiento de empleos y en la actitud responsable.

Freeman (1984:25) define los grupos de interés o actores involucrados como "los participantes que son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sinnúmero de formas y clasificaciones y que, además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa"

González (2001) expresa que los actores se deben clasificar para entender las relaciones que pueda establecerse entre ellos. El autor lo clasifica de dos maneras: a) primarios y secundarios. Incluyendo en los primarios a: los propietarios, clientes, empleados y proveedores; mientras que los secundarios integran a todos los otros grupos interesados, como los medios masivos de comunicación, competidores, gobierno, el público y la sociedad. b) el otro tipo de clasificación los cataloga como internos y externos, es decir, entre aquellos que están dentro o fuera de la organización.

Haciendo referencia a los actores internos mencionados por González (2001), se encuentran los accionistas

o propietarios quienes son los que poseen participación en la propiedad de la empresa, y también se incluyen es esta categoría los empleados quienes son aquellas personas que trabajan en la organización. Los actores externos están representados por:

- a) los clientes quienes son los consumidores o usuarios de los productos o servicios que produce u ofrece la organización;
- b) los proveedores que son los que aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la organización y pueden ser exclusivos a ésta o no;
- c) el medio ambiente está representado por el entorno físico natural que incluye el aire, agua, tierra, flora, fauna, recursos no renovables, así como los patrimonios culturales o artísticos;
- d) el gobierno, está representado por los poderes públicos a nivel federal, estatal y municipal, según sea la clasificación en el territorio que aplique; finalmente los últimos actores externos
- e) la comunidad, sociedad o público en general y con ellos se hace referencia a entidades de naturaleza pública o privada del entorno local de la organización y aunque no posean relación directa pueden influir en las organizaciones.

Una vez discutida teóricamente la Responsabilidad Social empresarial e identificados los actores involucrados en ella, resulta importante dado el objetivo perseguido en este artículo abordar la responsabilidad social en el entorno universitario, considerando la relevancia de este tipo de instituciones para la sociedad, pues son las proveedoras de los profesionales que según la diversidad de disciplinas se insertan en los distintos

tipos de organizaciones, las cuales aplican estrategias de responsabilidad social con la finalidad de mejorar las condiciones que afectan a la sociedad en general.

3. Responsabilidad Social Universitaria: El rol protagónico de las Instituciones de Educación Superior para la sociedad actual

La universidad, al igual que todas las organizaciones, como la sociedad, se encuentra en permanente cambio, y de esta manera conserva y transforma los elementos que la han definido por siglos: formar personas, tratar de comprender el mundo (investigación), y actuar sobre la sociedad. Sin embargo, la importancia y combinaciones entre estos elementos ha ido variando en el tiempo, y ello ha ido acompañado en periodos más recientes de profundos cambios en el sistema universitario, tanto a escala nacional como internacional (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019).

La noción de pertinencia social en relación con la responsabilidad y vinculación social universitaria ha de tener en cuenta que las ideas autóctonas se enmarcan en contextos más amplios, de los que reciben influencia y sobre los cuales también pueden influir, es un proceso en el que se entrecruzan las escalas locales y globales (Beltrán-Llavorador, Íñigo-Bajo, y Mata-Segreda, 2014).

Las universidades en el mundo, desde el siglo diecinueve, se han caracterizado por el dinamismo de las tecnologías de la información y comunicación, la búsqueda de nuevas

formas de desarrollo social, la urgencia de la rendición de cuentas a la sociedad y la vinculación en redes internacionales, estos son algunos de los elementos conducentes al cambio. Por lo que, ya no es posible pensar en una universidad encerrada en su territorio, más bien se observan instituciones dinámicas y con mayor presencia en las actividades productivas, sociales, culturales y deportivas en cada uno de sus lugares de acción educativa.

Cogollo y Ruiz (2019), expresan que el contexto organizacional moderno está cambiando, incrementando el enfoque de actuación frente a las problemáticas sociales de su entorno directo e indirecto.

Para la Pontificia Universidad Católica del Perú, (2019:9), la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) forma parte de su compromiso institucional, y desde la dimensión de la gestión se preocupan por apoyar los esfuerzos del gobierno, las empresas, las organizaciones sociales, y las personas, por lograr un país más justo, equitativo y próspero.

Lo anterior "implica la ejecución de un conjunto de prácticas que permiten contar con un campus ambientalmente responsable y sostenible; alentando investigaciones e innovaciones que se orienten a resolver los problemas nacionales y mejorar las condiciones de vida de las comunidades involucradas; formando profesionales altamente calificados y conscientes de sus responsabilidades ciudadanas, capaces de ponerse en el lugar del otro, valorando su forma de comprender el mundo y actuar colectivamente sobre él, que asuman sus responsabilidades de sus acciones, y las del ejercicio del poder público para ampliar los espacios de oportunidad y libertad en beneficio de

todos". Esta definición hace alusión al ámbito nacional, pero la Responsabilidad Social Universitaria va más allá, traspasa fronteras y evoluciona constantemente.

Por su parte, Urdaneta et al, (2016) afirman que, en 1998, durante la celebración de la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI, realizada por la UNESCO, se reconoció la necesidad de reforzar y fomentar en las universidades la misión de contribuir al desarrollo sostenible, al mejoramiento del conjunto de la sociedad y la formación de ciudadanos responsables

Aunque la responsabilidad social se originó en el ámbito empresarial, actualmente es aplicada a cualquier tipo de organización. Las universidades están incluidas en la lista de organizaciones que deben incorporar la responsabilidad social, porque deben establecer relaciones con la sociedad para consolidar su rol como formadora de futuros profesionales con valores y principios éticos, socialmente responsables y comprometidos, los cuales laborarán en distintas organizaciones que conviven en una sociedad.

Adicionalmente, en las universidades se genera nuevo conocimiento y profesionales capaces de impulsar el desarrollo social sostenible. Propiciando la crítica del propio conocimiento humano y esto se crea a través de la investigación, originando desafíos constantes para el desarrollo de una nación (Urdaneta et al, 2016).

Gaete (2011) plantea tres perspectivas que orientan las diferentes propuestas del concepto de RSU. En primer lugar, la perspectiva gerencial, vinculada con el impacto del quehacer universitario, en la sociedad, primordialmente mediante la rendición

de cuentas. En segundo lugar, la perspectiva transformacional orientada a la revisión de la contribución para alcanzar una sociedad sostenible y justa. Y finalmente, en tercer lugar, la perspectiva normativa cuyo objetivo es desarrollar valores como eje normativo para hacer lo correcto en la vida en sociedad, mediante el establecimiento de redes universitarias.

Un elemento importante a considerar es el destacado por Cruz (2015), quien hace énfasis en el compromiso, el cual convoca a su cumplimiento, reclama su realización. La universidad, al poner al compromiso como clave de su enfoque, entiende que quien se retracta abandona su capacidad de comprometerse y reflexionar, y que con eso abdica de su condición ciudadana fundamental, excluyéndose de su agencia para el cambio social.

Según Vallaeys (2008), desde una visión holística, articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social, equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables.

Asimismo, para Vallaeys (2014) la responsabilidad social empresarial es la gestión justa y sostenible de los impactos universitarios. Dentro de un eje organizacional, por un lado, se encuentran los impactos internos referidos a asuntos laborales y ambientales (referidos a la organización) y por el otro los impactos externos, referidos a los aspectos laborales y contextuales. En lo referente al eje académico, se destacan los impactos educativos relativos a la formación estudiantil y los impactos cognitivos relacionados con la epistemología y la

investigación.

Arendt (2009), destaca la importancia de que las personas se reconozcan a sí mismas como agentes conscientes, tanto de su historia como de sus capacidades de transformación social, significa la ampliación de la libertad. Implica también un sentido de pertenencia a una comunidad política diversa y plural, en la que los actores individuales y colectivos ejercen su ciudadanía desde sus diferencias en términos subjetivo (Jiménez, 2013; Mouffe, 1999; Stojnic, 2019).

La responsabilidad social no admite parcialidad ni segmentaciones: no se pueden desarrollar actuaciones responsables en un ámbito y dejar otros ocultos a la mirada ética. No se trata únicamente de crear una nueva oficina de RSU o de mejorar el área de extensión y la proyección social solidaria de la universidad sin tocar a los demás procesos de la institución. La responsabilidad social debe lograr incorporar y vincular a toda la universidad (Vallaesys et al, 2009).

En este sentido, la responsabilidad social universitaria es una política de mejora continua de la Universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante 4 procesos: Gestión ética y ambiental de la institución; Formación de ciudadanos conscientes y solidarios; Producción y Difusión de conocimientos socialmente (Vallaesys, 2008).

Según Urdaneta et al, (2016) la responsabilidad social universitaria está conformada por una serie de dimensiones con sus respectivos indicadores. La primera dimensión que destacan es la relativa a las políticas de responsabilidad social, cuyo indicador está vinculado con la presencia de políticas de responsabilidad social en las funciones medulares de las

instituciones de educación superior. La segunda dimensión, es la docencia y sus indicadores están conformados por los elementos de responsabilidad social en el diseño curricular, programas formativos, ejes transversales, estrategias de enseñanzas-aprendizaje, recursos didácticos y tecnológicos y en la evaluación de los aprendizajes. La tercera dimensión es la gestión interna, y sus indicadores son: la relación de las universidades con sus grupos de interés (actores involucrados) (internos y externos), rendición de cuentas y la gestión medioambiental.

La cuarta dimensión es la investigación y sus indicadores están representados por la creación y divulgación del conocimiento hacia la solución de problemas sociales a través de proyectos de investigación, desarrollo de tesis de grado, publicaciones en revistas arbitradas y la participación en eventos científicos. Finalmente, la quinta dimensión es la referente a la extensión y entre sus indicadores se distinguen: la vinculación con el entorno para promover la formación académica en las comunidades, los valores y el acervo cultural, servicios y asistencia comunitaria.

Los objetivos de la responsabilidad social universitaria son según Ramírez et al, (2017) están enfocados en formar estudiantes capacitados para comprometerse con sus acciones, dar soluciones a los problemas de su entorno, ser empáticos, justos, solidarios y éticos, promover la democracia y participación, que sepan escuchar e intercambiar ideas para promover el bienestar común bajo principios de democracia.

La responsabilidad social universitaria se hace realidad cuando la organización toma conciencia de sí misma, de su entorno y de su papel en

dicho entorno; presupone la superación de un enfoque egocéntrico (Ayala, 2011).

En otro orden de ideas, Villar (2010:29) manifiesta la finalidad de la responsabilidad social universitaria, y expone que la misma:

- a) Orienta a las universidades hacia una clara conciencia de su misión;
- b) Invita y posibilita la generación de políticas y estrategias adecuadas que aseguren la congruencia de sus procesos de docencia, investigación, extensión y gestión adecuadas con dicha misión y a la cual direcciona su capital humano, relacional, intelectual, tecnológico y económico;
- c) propicia una adecuada concepción de la autonomía enfatizando la capacidad de tomar sus propias decisiones responsabilizándose de sus procesos e impactos y a la vez atendiendo a los requerimientos, interrelaciones y necesidades de todos;
- d) crea condiciones para una cultura de la observación y escucha, propia y externa, que genere el diagnóstico, la evaluación de sus procesos, acciones e impactos presentes y esperados, tanto cognitivos como educacionales, sociales y medioambientales;
- e) genera la transparencia y la rendición de cuentas tanto a la comunidad universitaria y la sociedad en general a la que se debe;
- f) permite la integración curricular de la responsabilidad social en forma de modelo educativo, programas específico de ética aplicada y responsabilidad social, así como procesos evaluativos propios o característicos de técnicas y metodologías pedagógicas ad hoc.

4. Responsabilidad Social Universitaria en la provincia El Oro de Ecuador

El Oro es una provincia situada en la República del Ecuador, ubicada en el sur del país, en la zona geográfica conocida como región litoral o costa. Su capital administrativa es la ciudad de Machala, la cual además es la urbe más grande y poblada. La provincia es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la industria y la agricultura. Lo anterior revela la importancia de la Responsabilidad Social Universitaria, considerada como el compromiso que desde las instituciones de educación superior se propicia frente a la sociedad en pro de su bienestar en sus diferentes áreas o campos de acción que la Provincia del Oro posee.

La provincia de El Oro cuenta con dos universidades al servicio de la comunidad orense; La Universidad Técnica de Machala (UTMACH) institución pública y La Universidad Metropolitana sede Machala (UMET) institución privada, destinadas a formar profesionales calificados, competentes, emprendedores, innovadores, críticos y comprometidos con el desarrollo de diversas áreas del conocimiento para mejorar la calidad de vida de la población.

Huanca (2004) concibe la relación entre universidad y empresa de una manera interactiva, a la cual la denomina, estrategia de desarrollo. Por su parte, Castro y Vega (2009) expresan que la preparación de profesionales; ya no es el objetivo único de la universidad, más bien se vive la importancia de generar

conocimiento a través de la vinculación entre enseñanza e investigación (Campusano et al 2017).

Los objetivos de los centros universitarios de la Provincia del Oro, Ecuador caminan a profesionalizar al estudiante mediante procesos fuertes de vinculación a la investigación empresarial, que deben coordinarse con mallas curriculares fortalecidas con prácticas investigativas y la enseñanza de conocimientos que promueven la aptitud emprendedora entre los universitarios. El gran desafío sigue vigente y se enmarca, en el cómo la academia puede crear y difundir conocimiento y hacer del saber científico-tecnológico un bien comercializable; sin que esto se convierta en un estigma interno para los que promueven el cambio acelerado en las instituciones de educación superior, frente a los que mantienen viejas prácticas docentes e investigativas (Campusano et al, 2017).

Definitivamente, se está en presencia de una “nueva universidad” con mayores reivindicaciones y desafíos en el campo educativo, el que debe reestructurarse internamente para responder a esos cambios (Chaparro, 2010), considerando la importancia de identificar la relación adecuada entre universidad y empresa, alejándose de generalidades para encontrar relaciones específicas mutuamente exitosas a las que se podrían denominar alianzas; teniendo en cuenta que cada institución tiene diferentes misiones y visiones estratégicas.

Contribuir al progreso de los pueblos por parte de la universidad, es actualmente la misión a alcanzar en la Provincia del Oro, y dentro de ella, la formación de profesionales con calidad investigativa y propositiva es un factor clave (Sanabria et al, 2015).

5. Conclusiones

A pesar de que la RSE es un enfoque que tiene más de veinte años, todavía es un concepto multidimensional en construcción. De manera progresiva, su concepto e implementación se han venido adaptando al contexto, este mismo que ha traspasado límites fronterizos y se ha estandarizado a nivel mundial.

La responsabilidad social implica un compromiso con los individuos, las organizaciones y la sociedad en general y puede ser considerada como una estrategia para ofrecer una imagen positiva ante la colectividad, logrando con ello una fortaleza y posibles ventajas competitivas.

En lo que respecta a la Responsabilidad Social Universitaria representa para cualquier institución de educación superior un reto, pues no resulta suficiente la conformación de una unidad encargada para tal fin, se requiere del compromiso de todos los miembros de la organización desde el nivel estratégico hasta el nivel operativo, así como la vinculación de los estudiantes en proyectos de índole social resaltando el elemento ético. Son las Universidades las formadoras de los profesionales del mañana, los cuales a su vez se incorporarán en organizaciones de diversa naturaleza y son el medio para garantizar la sostenibilidad del bienestar social.

El impacto de las universidades como instituciones socialmente responsables es invaluable y totalmente necesario, sobre todo en un entorno organizacional tan dinámico y competitivo. Por ello, las Universidades deben responder oportunamente a ese dinamismo organizacional, formando profesionales con alto compromiso

social.

En cuanto a la Responsabilidad Social en la Provincia de El Oro, es muy poco el material documental existente. Se debe fomentar el estudio e impulsar la responsabilidad social universitaria en las universidades ubicadas en la Provincia, así como promover la inclusión de la misma en su currículo, como también la creación y desarrollo de proyectos para fomentarla.

Referencias bibliográficas

- Aragón, J. y Rocha, F. (2009). Los actores de la responsabilidad social empresarial: el caso español. *Cuadernos de relaciones laborales*, (1), 147-168.
- Arendt, H. (2009). *La condición humana*. Ed. Paidós
- Ayala García, M. (2011). Responsabilidad Social Universitaria. *Revista Realidad y Reflexión*, 11(33).
- Beltrán-Llavador, J., Íñigo-Bajo, E., y Mata-Segreda, A. (2014). La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(14), 3-18. [https://doi.org/10.1016/S2007-2872\(14\)70297-5](https://doi.org/10.1016/S2007-2872(14)70297-5)
- Briseño, A., Lavín, J. y García, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. *Revista Contaduría y Administración*, (233), 73-83.
- Campusano V., Jhon; Uriguen A., Patricia; Pizarro R., Johanna y Cedeño F. Eileen (2017). La actividad emprendedora en la Provincia de El Oro, una revisión desde la Universidad. *INNOVA*, 2(11), 42-53. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.296>
- Castro, E., y Vega, J. (2009). Las relaciones universidad-entorno socioeconómico en el Espacio Iberoamericano del Conocimiento. *Revista CTS*, 4(12), 72-74. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1850-00132009000100008&script=sci_arttext
- Chaparro, F. (2010). Universidad, creación de conocimiento, innovación y desarrollo. *Ciencia, tecnología y universidad en Iberoamérica*, 45-46. http://blogs.ua.pt/isabelpmartins/bibliografia/ciencia_tecnologia%20universidad_iberamerica.pdf#page=45
- Cogollo Flórez, J. M., & Ruiz Vásquez, C. (2019). Prácticas de responsabilidad sostenible de cadenas de suministro: Revisión y propuesta. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(87), 668-683. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24661>
- Correa, M., Flynn, B. y Amit, J. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. CEPAL - SERIE Medio ambiente y desarrollo (N° 85). <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>
- Cruz, M. (2015). *Hacerse cargo. Por una responsabilidad breve y unas identidades débiles*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Cuevas, R. (2011). *Ética y Responsabilidad Social de las Empresas*. Editorial Porrúa.
- De Castro, M. (2005). La responsabilidad social de la empresa, o un nuevo concepto de empresa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 29-51.

- Fernández, D. (2005). Reflexiones en torno a la responsabilidad social de las empresas, sus políticas de promoción y la economía social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 261-283.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston.
- Friedman, M. (1970) the social responsibility of business is to increase its profits. <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.
- Gaete Ricardo (2011), La responsabilidad social universitaria para la Gestión estratégica de la educación: el caso de España. *Revista de Educación*, 355, 109 – 133.
- González, E. (2001). *La Responsabilidad moral de la empresa: una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. [Tesis doctoral. España].
- Greaves, L. (2006). *Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social*. Serie análisis del desarrollo. Universidad Iberoamericana. México.
- Huanca, R. (2004). La investigación universitaria de países en desarrollo y la visión de los académicos sobre la relación universidad empresa: universidades públicas de la región occidental de Bolivia. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia: Departamento de Organización de Empresas, Economía Financiera y Contabilidad. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/2672/tesisUPV2149.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jiménez, J. (2013). La propuesta de ciudadanía democrática en Hannah Arendt. *Política y Sociedad*, 50(3).
- Montañez Moya, G. S., y Gutiérrez Olvera, S. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*. Editorial Cenid.
- Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político: Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Paidós
- Palos, H. (2005). *La administración ambiental en las pequeñas y medianas empresas*. Universidad de Guadalajara.
- Perdiguero, G. y García, R. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. [Publicaciones Universitat de Valencia. España].
- Pontificia Universidad Católica del Perú – PUCP. Dirección Académica de Responsabilidad Social (2019). *La responsabilidad social universitaria en la pontificia universidad católica del Perú*. (1ra ed). <https://cdn01.pucp.edu.pe/dars/uploads/2019/07/10145640/libro-rsu-pucp-final-1007.pdf>
- Ramírez, Y., Moctezuma, M. y González, O. (2017). Importancia de la responsabilidad social en la formación de los futuros profesionales. Recuperado de <https://www.uv.mx/iesca/files/2017/10/07CA201701.pdf>
- Robbins, S., y Coulter, M. (2010). *Administración*. (10ma ed). Editorial Prentice Hall.
- Sabogal, A. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, (1), 179-195.
- Sanabria, P., Morales, M., & Ortiz, C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación*

y educadores, 18(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429699>

Santa Fajardo, L. M., y Fajardo Calderón, C. L. (2017). La responsabilidad social empresarial (RSE), estrategia efectiva para la internacionalización y competitividad de las empresas del Quindío. En: *Compilación titulada Responsabilidad Social* (2017). Coordinada por Cortés, José. Instituto Tecnológico Superior Cordillera (ITSCO). Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE).

Stojnic, L. (2019). Democracia y ciudadanía. Participación ciudadana [Material de clase. Maestría en Derechos Humanos, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú]. <https://es.calameo.com/read/002989894f451e158dc39?authid=eYpBWZux9zZ2>

Urdaneta, M., Cova, M. L., Chirinos, A., & González, X. (2016).

Responsabilidad social en las universidades del municipio Maracaibo del estado Zulia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 21(73). <https://doi.org/10.37960/revista.v21i73.21057>

Vallaey, F. (2008). ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? http://portal.ucv.ve/uploads/media/Responsabilidad_Social_Universitaria_Francois_Vallaey.pdf

Vallaey, F., De la Cruz, C. y Sasía, P. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria. Manual de primeros pasos*. McGraw Hill Interamericana.

Villar, J. (2010). *Responsabilidad social universitaria: nuevos paradigmas para una educación liberadora y humanizadora de las personas y las sociedades*, Chile. Universidad Católica de Temuco.

Weiss, W. J. (2006). *Ética en los negocios*. (4ta. ed). Editorial Thomson.