



Depósito legal ppi 201502ZU4662

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXIII. N°3
Julio-Septiembre 2017

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518



Revista de Ciencias Sociales (RCS)
Vol. XXIII, No. 3, Julio-Septiembre 2017, pp. 48-62
FCES - LUZ • ISSN 2477-9431

Responsabilidad social en universidades de gestión privada en Barranquilla *

Rincón Quintero, Yanyn Aurora **
Caridad Faria, Migdalia ***
Salazar Llamarte, Carmen ****

Resumen

La responsabilidad social es una función en la gestión y desarrollo de las organizaciones, amparada en el estado de consciencia colectivo, para el impulso de acciones de sensibilidad social, económica y medioambiental. Las universidades han visto la necesidad de incorporar estrategias de responsabilidad social. El artículo tiene como objetivo analizar la responsabilidad social en las universidades de gestión privada en Barranquilla, siendo una investigación de tipo descriptiva, bajo un diseño no experimental, de campo, transversal. La población estuvo conformada por 95 sujetos, directivos y empleados de tres universidades privadas en la ciudad Barranquilla, aplicando censo poblacional. Se empleó la técnica encuesta, mediante un cuestionario multivariado, de opciones múltiples y escala ordinal. Luego de la prueba piloto, se obtuvo una confiabilidad de 0,97, indicando alta consistencia del instrumento, y se procedió a la recogida de datos. Entre los resultados, se evidenció la aplicación de diversidad de estrategias de responsabilidad social por parte de las universidades, prevaleciendo calidad, ética, compromiso con la comunidad y medioambiente. En conclusión, se considera la responsabilidad social un concepto en construcción dentro de las universidades de gestión privada en Barranquilla; con un campo por desarrollar con el apoyo de estrategias e indicadores que se ajusten a la región Caribe.

Palabras clave: Responsabilidad social universitaria; gestión privada; universidades responsables; estrategias de responsabilidad social; Barranquilla

* Este artículo, se presenta en el marco del proyecto “Endomarketing como filosofía potenciadora para un modelo de organizaciones socialmente responsables en el sector universitario de gestión privada”, suscrito a la línea de investigación de mercadeo de la Universidad de la Costa CUC, con la participación del Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria, la Universidad Simón Bolívar, la Universidad del Zulia, la Universidad José Gregorio Hernández; y la Red de Cooperación Técnica en Biotecnología Agropecuaria para América Latina y el Caribe.

** Doctora en Ciencias Gerenciales. Post Doctora en Gerencia de las Organizaciones. Magister Scientiarum en Administración de Empresas Turísticas. Licenciada en Comunicación Social. Docente e investigadora del Tecnológico de Antioquia-Institución Universitaria y de la Universidad del Zulia. Conferencista Internacional. Colider del Grupo de Investigación Invius. E-mail: yanyn.rinco@tdea.edu.co

*** Doctora en Ciencias Gerenciales y Postdoctorado en Gerencia de las Organizaciones. Magister en Gerencia de Mercadeo. Lcda. en Comunicación Social. Docente e Investigadora de la Universidad de la Costa (CUC), vinculada al grupo de investigación de Administración Social, E-mail: ncaridad1@cuc.edu.co

**** Doctora en Ciencias Gerenciales. Postdoctorado Gerencia Pública y Gobierno. Magister Scientiarum en Gerencia de Empresas, mención Mercadeo. Lcda. en Comunicación Social. Docente titular de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE). E-mail: carmenlou71@hotmail.com

Recibido: 2017-01-17

Aceptado: 2017-05-09

Social responsibility in privately run universities in Barranquilla

Abstract

Social responsibility is a function in the management and development of organizations, based on the state of collective consciousness, for the promotion of actions of social, economic and environmental sensitivity. Universities have seen the need to incorporate social responsibility strategies. The article aims to analyze social responsibility in the universities of private management in Barranquilla, being a research of descriptive type, under a non-experimental design, cross field. The population was formed by 95 subjects, managers and employees of three private universities in the city Barranquilla, applying population census. The survey technique was used, using a multivariate, multiple choice and ordinal scale questionnaire. After the pilot test, a reliability of 0.97 was obtained, indicating high consistency of the instrument, and the data were collected. Among the results, the application of diversity of social responsibility strategies by universities was evidenced, prevailing quality, ethics, commitment to the community and the environment. In conclusion, social responsibility is considered a concept under construction within privately run universities in Barranquilla; With a field to be developed with the support of strategies and indicators that fit the Caribbean region.

Keywords: University social responsibility; private management; responsible universities; social responsibility strategies; Barranquilla

Introducción

La responsabilidad social constituye en la actualidad un eje transversal en las organizaciones con impacto individual y colectivo que requiere una correspondencia desde la gerencia hacia las necesidades y expectativas de colaboradores internos, proveedores, clientes, usuarios, consumidores, y ante el colectivo en forma general.

En tal sentido, la sociedad actual hace cada vez más recurrentes sus demandas y reclamos a las organizaciones para que actúen en función del *triple botton line*, refiriéndose a los tres vectores (económico, social y ambiental), que condicionan la inserción en los mercados de manera competitiva sostenidamente en pro del desarrollo sostenible de organizaciones y mercados de cara a una economía del bienestar.

Por tanto, las organizaciones de educación, más específicamente el sector universitario, no quedan exentas de esta realidad; todo lo contrario, precisan su inserción

en esta dinámica con mayor prioridad en virtud del impacto e influencia que ejerce la función de servicio educativo público y/o privado en el desarrollo y evolución de individuos y sociedades, constituyéndose un eslabón esencial, para ser una organización socialmente responsable, que impulse y proyecte ante sus públicos organizacionales la capacidad de propender el bienestar y responder desde su función de docencia, extensión, investigación e innovación las necesidades, expectativas, retos y oportunidades que demandan las exigencias de la realidad global-local.

De tal manera la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se erige como una aplicación del concepto responsabilidad social centrado en la gestión del conocimiento de individuos y organizaciones, en garantía de la evolución y desarrollo dinámica de individuos y organizaciones, para gestar procesos, formas de comportamiento individuales y colectivas, que perpetúen la existencia de las especies, optimizando prácticas y aprendizajes para un mundo mejor.

El propósito del presente artículo científico está orientado a analizar la responsabilidad social en las universidades de gestión privada en Barranquilla, para lo cual se procedió a: caracterizar los principios filosóficos de la responsabilidad social en el sector universitario de gestión privada; identificar las estrategias de responsabilidad social en el sector universitario de gestión privada; establecer algunos de los mecanismos que posibilitan la medición de acciones de responsabilidad social en el sector universitario de gestión privada en Barranquilla, Colombia.

1. Aproximaciones al concepto de responsabilidad social

La responsabilidad social conforma hoy día una función que orienta la acción administrativa-gerencial en empresas y organizaciones; las cuales han visionado la necesidad de responder y reconocer el orden social que priva en el contexto de las mismas; tanto a nivel interno como externo y que se ha hecho al margen de visiones que ha posibilitado una importante evolución de este concepto desde 1953 hasta alcanzar hoy día; según las consideraciones de Raufflet et al. (2012), un boom que incorpora nuevos elementos en la dinámica organizacional de las empresas.

La responsabilidad social no consiste en mera filantropía, no se trata de realizar acciones de beneficencia, desinteresadas, sino en diseñar las actuaciones de la empresa de forma que tengan en cuenta los intereses de todos los públicos que involucran la dinámica organizacional. La idea de beneficio se amplía al económico, social y medioambiental; y la de beneficiario, a cuántos son impactados por la actividad de las organizaciones, principios que no en todas las empresas u organizaciones y en diferentes países está internalizado (Parra y Rincón, 2009).

Al respecto, Toca y Grueso (2012), destacan que las empresas u organizaciones se auto asignan el significado simbólico de este término, se auto etiquetan, sin considerar que éste es un reconocimiento que tendría que ser otorgado por los diferentes públicos de interés

de determinada organización, pues más que un slogan interno es una actitud frente a las dimensiones económica, social y ambiental (*triple bottom line*).

En tal sentido, Parra y Rincón (2009), plantean que una institución es responsable cuando las decisiones, acciones y políticas que adopta, así como las consecuencias y efectos de las mismas respecto a los intereses en juego, pudieran ser aceptadas por todos los implicados y/o afectados presentes y futuros en un diálogo abierto en condiciones simétricas de participación. Por lo cual la responsabilidad social es la relación que la organización establece con todos sus públicos claves.

Un concepto simplista de responsabilidad social, permite señalar que es la capacidad de responder y atender las necesidades de un grupo social, Schwald (2004) define la responsabilidad social como la filosofía de la responsabilidad de los actos y anota que ser socialmente responsable es tomar conciencia de las consecuencias de nuestros actos en cualquier individuo o grupo social.

La teoría sobre la existencia de una responsabilidad social se sustenta según Martínez (2005) en el carácter social de la actividad económica que hace que la empresa tenga un compromiso con el bien de la comunidad en la que se desarrollan sus actividades. Kliksberg (2006) establece que la responsabilidad social ha resultado de un proceso de evolución de la concepción de la empresa privada en los últimos decenios, el mismo que ha estado determinado por demandas sociales que parten del reconocimiento de la empresa como motor clave de la economía. Por su parte, Pizzolante (2009) define la responsabilidad social como un estado de consciencia individual que se asume en el contexto social o colectivo pasando un estado de consciencia compartido.

Como puede vislumbrarse el común de los autores citados orientan sus definiciones hacia un estado de consciencia que soporta las actuaciones de individuos, y grupos sociales de interés enmarcados en una estructura organizativa formal o informal.

La responsabilidad social debe ser entendida más allá de la simple retribución que hacen las organizaciones a través de fundaciones sociales a poblaciones vulnerables o los esfuerzos dirigidos a reducir el impacto ambiental de ésta, como consecuencia de su actividad económica. Debe estar enfocada a contribuir con el bienestar y la satisfacción integral de los intereses, necesidades y expectativas de los colaboradores internos y demás públicos organizacionales brindándoles un papel preponderante a las comunidades que yacen en torno a las organizaciones, de manera que a la vez que se generan beneficios económicos se generan impactos positivos en la sociedad.

1.1. Responsabilidad social universitaria

La responsabilidad social ha sido considerada en la última década como tema de primer orden, siendo altamente debatido en el contexto de la educación superior en asociación a sus problemáticas; un concepto poco comprendido en virtud de los vacíos conceptuales y los ámbitos de aplicación en el sector universitario, por lo que tiene a considerar aspectos específicos del sector, lo que ha posibilitado el surgimiento y consolidación de la ‘Responsabilidad Social Universitaria’ (RSU), definida por Vallaey (2006) como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización universitaria en su entorno humano, social y natural.

Así mismo, al igual que la empresa que ha debido superar el enfoque filantrópico de la inversión social (como gasto extra) para entenderse a sí misma bajo el nuevo paradigma de la responsabilidad social, la Universidad trata de superar el enfoque de la proyección social y extensión universitaria como apéndices bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la ‘Responsabilidad Social Universitaria’.

Parece obvio que las universidades

no pueden quedarse alejadas de la reflexión sobre responsabilidad social, no sólo porque ellas también son organizaciones, sino porque además les toca formar a los futuros profesionales que trabajarán en las empresas, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos, y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común en el actual mundo globalizado.

En tal sentido, Vallaey (2006), señala que la formación humana y profesional (propósito académico) y la construcción de nuevos conocimientos (propósito de investigación), los cuales constituyen las principales actividades de la Universidad, genera impactos específicos, agrupados por el autor en cuatro rubros o ejes, a los cuales la Universidad debe manejar mediante una acción estratégica socialmente responsable.

Gaete (2011) presenta su preocupación por la exposición de las universidades al asumir conceptos más operativos de la responsabilidad social los cuales pueden ser un reflejo en cifras para rendir cuenta a la sociedad sobre sus actividades de docencia, investigación, extensión y gestión universitaria; que no necesariamente refleja la existencia de una cultura institucional de RSU.

La responsabilidad social pese a ser una nominación relativamente nueva cuenta con muy diversas y acertadas aportaciones conceptuales, en tal sentido para efectos de la presente investigación quienes investigan consideran que las aportaciones conceptuales de Vallaey (2006), resultan esenciales para definir la RSU como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización universitaria en su entorno humano, social y natural; insistiendo en la necesidad de que:

“La RSU debe articularse a partir de una visión holística, considerando las diferentes partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo pero sostenible, para la formación de profesionales, ciudadanos responsables,

que orienten la producción
y/o transmisión de saberes

responsables” (Vallaey, 2006: 4)

De tal manera, que esta visión de la RSU que muestra Vallaey (2006), parece pertinente y alineada al estudio de la responsabilidad social en las universidades de gestión privada en la ciudad de Barranquilla.

1.2. Herramientas e indicadores de medición de responsabilidad social

La responsabilidad social ha sido provista de diversas herramientas e indicadores de medición que permiten a las organizaciones sin distinción de su naturaleza articular acciones estratégicas; algunas certificables y otras más aun sin certificar; las cuales posibilitan visibilizar de manera ética y transparente las acciones de responsabilidad social que aplican las organizaciones.

Principios del pacto mundial

El pacto global conforma un instrumento de las Naciones Unidas para el fomento del diálogo social, anunciado en el Foro de Davos en 1999, y cuyo objetivo es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas con los valores éticos que promueven los derechos humanos, la responsabilidad social empresarial y la sustentabilidad (ONU, 2004).

Así mismo, se trata de una iniciativa voluntaria, en la cual las organizaciones se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12.000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo.

El pacto global es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas organizaciones que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales

basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas (ONU, 2004).

Asimismo, se instrumenta a partir de diez principios de libre adhesión que fundamentan sus estrategias y operaciones. Dichos principios están estructurados fundamentalmente en cuatro áreas: derechos humanos, ámbito laboral, medio ambiente y anti-corrupción. Los principios del Pacto Mundial anunciados en el Foro de Davos en 1999, conforman un instrumento de libre adhesión (ONU, 2004) (ver Cuadro I).

Principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es un organismo de cooperación internacional conformado por 34 países, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. Las líneas directrices de la OCDE tienen como finalidad garantizar que las actividades de las organizaciones se desarrollen en armonía con las políticas públicas; los principios del organismo constituyen normas de adhesión voluntaria y se enfocan fundamentalmente en: derechos humanos, manejo de la información, buenas prácticas laborales, resguardo de medio ambiente, la transparencia para la gestión, luchas en contra de la corrupción, la protección de los intereses de los consumidores, el uso responsable de la ciencia y la tecnología, competencia justa, cumplimiento de las leyes y las obligaciones tributarias.

Principios de la Coalición para una Economía Ecológicamente Responsable.

La Coalición para una Economía Ecológicamente Responsable (CERES) es una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo la promoción de actividades y prácticas responsables en el

Cuadro I
Principios del pacto Global

Derechos Humanos	Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos
Ámbito Laboral	Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva. Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil. Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.
Medio Ambiente	Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
Anti – Corrupción	Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

Fuente: ONU (2004).

mundo. Luego del desastre ecológico causado por el petrolero EXXON Valdez en las costas de Alaska para marzo del año de 1989, se pronuncian los principios de CERES también conocidos como los principios de Valdez, para sensibilizar a las empresas y sus accionistas en torno a la responsabilidad ambiental de sus organizaciones, como mecanismo para cooperar y asumir el desarrollo sostenible:

1. Protección de la biósfera
2. Uso protector de los recursos naturales
3. Reducción y eliminación de desechos
4. Uso prudente de la energía
5. Reducción de riesgos
6. Comercialización de productos y servicios seguros
7. Compensación de daños
8. Divulgación de información para el análisis y prevención de riesgos reales y potenciales, mejores prácticas, siniestralidad.
9. Directores y administradores ambientales
10. Evaluación y auditoría anual

1.3. Estrategias de responsabilidad social

La responsabilidad social es concebida en muchas organizaciones como una estrategia sostenible que procura articular acciones vinculadas a lo social, lo medioambiental, lo cultural y lo económico desde una visión sostenible para garantizar y optimizar el uso de los recursos.

En el marco de la responsabilidad social la estrategia es concebida en atención a diversos factores; Gibson et al. (2007), consideran tres dimensiones de la responsabilidad social a) la obligación social, b) la reacción social y c) la sensibilidad social; las cuales han posibilitado la estructuración de estrategias en torno a esas dimensiones.

La obligación social está respaldada por acciones que establecen más allá de una acción responsable, el cumplimiento de una obligación social, cuya mirada indiferente genera sanciones por incumplimiento de normativas y regulaciones legales establecidas. Sin embargo, Robins y Coulter (2010), refieren

que la estrategia de responsabilidad social, como obligación social, es aquella perspectiva teórica que define que la única responsabilidad de una organización es realizar su actividad dentro de los límites legales y normativos que impone la sociedad. Esta idea refleja la visión clásica de responsabilidad social, la cual dice que la única responsabilidad social de la administración es maximizar las utilidades.

Por su parte la reacción social puede interpretarse como una acción inminente ante situaciones que afectan de manera directa e indirecta a la organización; por cuanto accionar en atención a esta significaría el resguardo y protección de los capitales organizacionales, con lo cual se genera un control preventivo de posibles riesgos y se controla el desencadenamiento de consecuencias directas e indirectas asociadas.

Gómez y Balkin (2011), al describir a la estrategia de responsabilidad social desde la dimensión reacción social, refieren que una organización es responsable si reacciona a normas, valores, y expectativas sociales vigentes. Reaccionar de manera responsable requiere ir más allá de los límites legales, se trata entonces de una manera de lograr una conexión con elementos o particularidades de individuos, organizaciones de acción colectiva, donde los valores son fundamentales en toda su dimensión.

El abordaje de la responsabilidad social, desde la sensibilidad social resulta distintivo, donde la consciencia colectiva sistémica reconociendo a los otros en articulación con la realidad social, medioambiental, cultural y económica que les circunda, hace parecer en algunos casos que las acciones de sensibilidad social no tienen articulación directa con la organización y su entorno; más, posibilita el reconocimiento de valores y compromisos compartidos.

Para Zerpa De Márquez (2010) la perspectiva de sensibilidad social constituye un significado más amplio de la responsabilidad social, pues coloca a los gerentes y a sus organizaciones en una posición muy lejana a la tradicional, dedicada exclusivamente a fines y medios económicos. Según Rodríguez

(2009) el término sensibilidad social se ha utilizado ampliamente en referencia a acciones que van más allá de la obligación social y de la reacción social. Estas características de la conducta socialmente sensible incluyen tomar posiciones sobre asuntos públicos, responsabilizarse de acciones ante cualquier grupo, prevenir las necesidades futuras de la sociedad y actuar para comunicarse con el gobierno en lo que respecta a la legislación actual y potencial que sea socialmente deseable.

Por su parte Werbach (2009) orienta las estrategias de responsabilidad en torno a la sostenibilidad y la rentabilidad; considerando cuatro componentes: a) social, b) económico, c) medioambiental y d) cultural; señalando que estos componentes proveen el mínimo aceptable para la sostenibilidad posibilitando la rentabilidad.

Al tiempo que Epstein (2009) señala que las estrategias de responsabilidad social organizacional no solo deben medir riesgos e impactos social, ambiental y económico, sino que deben orientar el desempeño hacia la sostenibilidad y por ende instar el compromiso de los colaboradores internos y los públicos organizacionales en general.

Como puede vislumbrarse el diseño de estrategias de responsabilidad puede obedecer a diversos elementos y componentes en concordancia con la naturaleza organizacional y su filosofía de gestión; en tal sentido, las autoras consideran que el total de las estrategias de responsabilidad social expuestas podría ser considerada en un momento por cualquier organización al diseñar sus estrategias de RSO, incluyendo a las universidades de gestión privadas en Barranquilla.

1.4. Estrategia de responsabilidad social en el contexto universitario.

Al indagar sobre las estrategias de responsabilidad social universitarias, se encontraron diversos casos de prácticas ejemplarizantes para el sector universitario en Iberoamérica, entre las cuales destaca la propuesta del Foro de los Consejos Sociales

de las Universidades Públicas de Andalucía (2009) estructurada considerando los aspectos: social, medioambiental y económico; al tiempo que consideran de alta trascendencia la declaración de la RSU en el marco de los principios organizacionales o filosofía de gestión, y la generación de compromisos: a) con el alumnado, b) con el personal, c) compromiso social, d) compromiso ambiental, e) compromisos con el tejido empresarial e institucional, y f) compromisos de mejora continua.

Castañeda et al. (2007), establecen doce áreas estratégicas para la comprensión de la responsabilidad social universitaria: ética, crecimiento económico, medio ambiente, equidad social, sostenibilidad ciudadana y democrática, calidad, compromiso con la comunidad, marketing responsable, evaluación crítica, pluridisciplinariedad, e interdependencia; áreas que podrían ser consideradas en el marco de la formulación de estrategias de RSU.

Por su parte Vallaes y Carrizo (2014) proponen indicadores para valorar las acciones de responsabilidad social universitaria en torno a cinco áreas fundamentales: a) gestión ética y calidad de vida institucional, b) gestión medioambiental responsable, c) participación social responsable, d) formación académica socialmente responsable, e) investigación socialmente útil y gestión social del conocimiento.

La aplicación de la responsabilidad social en el ámbito universitario debe poseer un significado que refleje acciones o estrategias que posibiliten un comportamiento socialmente responsable, por tanto, las autoras sugieren que puede alcanzarse un constructo ecléctico para responder las necesidades y expectativas del sector universitario local y gestar el compromiso de los públicos organizacionales.

Lo anterior permite considerar tres etapas básicas para el desarrollo de una estrategia de Responsabilidad Social Universitaria, en atención a los postulados de Rincón (2006): (a) Análisis Situacional (b) Determinar las Áreas de Atención Prioritaria;

y (c) Definición de lineamientos estratégicos para la acción.

2. Metodología

El estudio fue tipificado como descriptivo, el cual según Hurtado (2012:413), “tiene como objetivo lograr la precisión y caracterización del evento de estudio en un contexto particular”. Asimismo, señala Hurtado (2012), que se realiza cuando la experiencia y la exploración previa evidencia que no existen descripciones precisas del evento en estudio. Según Bernal (2016:143), las investigaciones descriptivas muestran, señalan o identifican las características o rasgos de un objeto de estudio-

Tomando como referencia a los autores antes citados, la presente investigación se basa en un formato de tipo descriptivo, dado que se propone analizar la responsabilidad social en las universidades de gestión privada en Barranquilla.

Se determina el diseño de la presente investigación como no experimental, transeccional, y de campo. Según Hernández et al. (2014), en un estudio con diseño no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente. En tanto, los diseños transeccionales, recopilan datos en un solo momento, en un tiempo único, además de contar con el propósito de describir variables y de analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández et al., 2014). Según Arias (2006:31), la investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna”.

La población estuvo conformada por directivos y empleados de las universidades privadas de Barranquilla. Se aplicó censo poblacional por lo cual todos los elementos o unidades clave fueron considerados. Sabino (2006) define el censo poblacional, como el análisis de la totalidad del universo de estudio, permitiendo la generalización de los resultados obtenidos garantizando la validez externa de la

investigación.

La recolección de datos se realizó con base en la observación por encuesta, mediante un cuestionario multivariado y de opciones múltiples. Luego de la prueba piloto, se obtuvo una confiabilidad de 0,97, indicando una alta consistencia del instrumento, es decir, muy válido, por lo cual se ejecutó su aplicación. Los datos fueron procesados con apoyo del software SPSS, y posteriormente fueron analizados de forma descriptiva e inferencial.

3. Resultados y discusión

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la investigación que dio origen al presente artículo científico, a objeto de establecer algunos de los indicadores

o mecanismos que posibilitan la medición de acciones de responsabilidad social en el sector universitario de gestión privada en Barranquilla, Colombia.

Al solicitar información respecto a la adopción de valores y principios éticos en las universidades privadas del municipio Barranquilla (Colombia) destaca la existencia de valores de manera informal en un 50%, no obstante, el 44,12% representa tres opciones que evidencian la declaración documental de valores y principios y la presencia de un código de ética, lo cual conforma un importante avance, en tanto un porcentaje mínimo (5,88%) se declara ajeno al tratamiento o aplicación de valores y principios en el seno de las instituciones universitarias (ver Tabla I)

Tabla I
Adopción y alcance de valores y principios éticos

Descripción	Porcentaje
Existencia de valores de manera informal (poco incorporados a los procesos de trabajo)	50,00%
Valores documentados y diseminados (no hay nexo entre la formación curricular y valores)	17,65%
Poseen código de ética (entrenando a todos para su adopción)	14,71%
El código de ética prevé la participación de la comunidad. Universitaria en su elaboración y revisión, siendo sometido a control y auditoría periódicos	11,76%
No habíamos tratado antes este asunto, o no vemos aplicación de estas situaciones en nuestra universidad	5,88%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Si bien se evidencia la existencia de códigos y políticas, lo cual es cónsono con los postulados de Vallaey (2006), quien la define como la gerencia ética e inteligente

de los impactos que genera la organización universitaria en su entorno humano, social y natural. Se considera la necesidad de atender y reforzar los valores y principios,

hasta sensibilizar a un mayor número de miembros de la comunidad universitaria de la necesidad de su aplicación para una actuación socialmente responsable.

Al solicitar información en torno a las estrategias de responsabilidad social aplicadas en las universidades privadas en Barranquilla

(Colombia), es notorio y evidente el uso diverso y frondoso de estrategias en su naturaleza, no obstante, se puede destacar la utilización concéntrica en las áreas de: calidad, ética, compromiso con la comunidad, compromiso con el medioambiente, crecimiento económico y equidad social (ver Tabla II).

Tabla II
Estrategias de responsabilidad social aplicadas en la universidad

Descripción	Porcentaje
Calidad	18,33%
Ética	15,00%
Compromiso con la comunidad	12,50%
Medio ambiente	11,67%
Crecimiento económico	7,50%
Equidad social	6,67%
Sostenibilidad ciudadana y democracia	5,83%
Evaluación crítica	5,83%
Pluridisciplinariedad	5,83%
Marketing responsable	5,00%
Interdependencia	4,17%
Ninguna de las anteriores	1,67%
Otras	0,00%
Todas las anteriores	0,00%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Esto evidencia que la estrategia de responsabilidad social universitaria en Barranquilla se alinea con los postulados de Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía (2009), las cuales señalan que las estrategias de RSU deben ser estructuradas considerando el triple botton: social, medioambiental y económico;

al tiempo que ratifica lo señalado por Zerpa De Márquez (2010) de colocar a los gerentes y a sus organizaciones en una posición muy lejana a la tradicional, dedicada exclusivamente a fines y medios económicos.

Respecto al desenvolvimiento y participación de la comunidad universitaria en la gestión de RSU (ver Tabla III), puede

observarse que un 83,22% obedece a respuestas favorables a la participación parcial o total de la comunidad universitaria, lo que señala una orientación firme hacia las acciones de responsabilidad social en el marco de las universidades. Solo un 16,67% desestima estas

acciones, lo que refleja que aún hay trabajo por hacer para sensibilizar y comprometer a los miembros de la comunidad universitaria y el entorno en las acciones de responsabilidad social universitaria bajo el empleo de un código común.

Tabla III
Desenvolvimiento de la comunidad universitaria en la gestión

Descripción	Porcentaje
Se rige por los estatutos para la designación de las autoridades y representaciones gremiales internas pero los responsables toman solos las decisiones que juzgan adecuadas.	33,33%
Además de brindar información económico-financiera, entrenan al personal para que pueda comprenderlas y analizarlas. Se consulta a los principales afectados antes de tomar una decisión.	8,33%
Posee un programa para estimular y reconocer sugerencias del personal administrativo, docente y de los estudiantes para la mejoría de los procesos internos.	22,22%
Prevé la participación de representantes de toda la comunidad universitaria en los comités de gestión, suministrando entrenamiento para que participen de la formulación de su estrategia. No se toman decisiones sin una amplia consulta a la comunidad universitaria para involucrarla en el cambio institucional; se integra el trabajo de consulta en las actividades pedagógicas de las asignaturas afines; el gobierno democrático y participativo forma parte de los principios de conducta y de formación de la universidad.	19,44%
No habíamos tratado antes este asunto o no vemos aplicación de estas situaciones en nuestra universidad.	16,67%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Lo anterior es congruente con el planteamiento del Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía (2009) donde se considera de alta trascendencia la declaración de la RSU en el marco de los principios organizacionales o filosofía de gestión, y la generación de compromisos: a) con el alumnado, b) con el personal, c) compromiso social, d) compromiso ambiental, e) compromisos

con el tejido empresarial e institucional, y f) compromisos de mejora continua.

Respecto a la valoración de la diversidad (ver Tabla IV), se evidencia al 100% la existencia de políticas explícitas para revalorizar la diversidad social, cultural, racial e inclusiva, en asistencia a grupos especiales que deben ser considerados de atención prioritaria.

Tabla IV
Valorización de la diversidad

Descripción	Porcentaje
Existe una política explícita para no segregar el acceso a la formación académica a grupos de personas poco representados (población indígena, minoría racial, estudiantes de escasos recursos, personas con discapacidad) a través de becas de estudios u otros medios, existiendo medidas para sancionar cualquier tipo de discriminación (de raza, género, edad, religión y orientación sexual).	72,73%
Existe una política explícita para el empleo de grupos poco representados (población indígena, minoría racial, personas con discapacidad física o mental, padres de familia mayores de 45 años, personas con VIH, ex convictos).	9,09%
Existe una política explícita para buscar equidad en la participación de hombres y mujeres en los cargos gerenciales.	18,18%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

En tal sentido, se puede considerar que las instituciones privadas de educación superior en Barranquilla, resguardan los derechos humanos y dignifican y atienden a los grupos especiales y de atención prioritaria; alineado con los postulados del Pacto Global ONU (2004) encaminado a la construcción de prácticas basadas en principios universales que contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas.

Al tratar la relevancia y responsabilidad

de los impactos ambientales (ver Tabla V), se puede evidenciar que las universidades privadas en Barranquilla, atienden de manera diversa este impacto. Llama la atención que aún un 11,11% se encuentra de espaldas a esta temática; más aún que solo un 2% trabaja con la certificación ISO 14000. Sin embargo, resulta muy favorable reconocer que un 52,78% la incluye en su planificación, posee programas y líneas de investigación asociados a esta área, lo cual es indicativo de que se está en la dirección adecuada.

Tabla V
Relevancia y responsabilidad sobre los impactos ambientales

Descripción	Porcentaje
Además de cumplir rigurosamente los requisitos exigidos por la legislación nacional, reconoce tener ella también un impacto ambiental desarrollando programas internos de mejoramiento ambiental.	16,67%
Prioriza políticas preventivas y posee una oficina responsable de los asuntos medioambientales en articulación con la administración central. Dispone de académicos investigadores que se especializan en el tema y sugieren cambios institucionales.	16,67%
Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizacional y la incluye en la planificación estratégica, así como en la currícula de diversas carreras académicas. Tiene líneas de investigación dedicadas al estudio de su impacto ambiental y publica un balance anual sobre su desempeño medioambiental.	52,78%
Considera el tema ambiental como un eje de su administración, selecciona y capacita a sus proveedores en el tema. Logra su certificación ISO 14000 y su sistema de gestión ambiental le permite un alto nivel de sustentabilidad que abarca a toda la comunidad universitaria por estar integrado en las actividades pedagógicas de las asignaturas de carrera. Se la reconoce como una “universidad verde”.	2,78%
No habíamos tratado antes este asunto o no vemos aplicación de estas situaciones en nuestra universidad.	11,11%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Lo anterior ratifica los señalamientos de Castañeda et al. (2007), quienes establecen doce áreas para la comprensión de la responsabilidad social universitaria, entre las cuales se encuentra el medio ambiente; lo cual es ratificado por Vallaeys y Carrizo (2014) quienes lo enuncian en los indicadores propuestos para valorar las acciones de responsabilidad social universitaria: a) gestión ética y calidad de vida Institucional, b) gestión medioambiental responsable, c) participación social responsable, d) formación académica socialmente responsable, e) investigación socialmente útil y gestión social del conocimiento.

Conclusiones

La Responsabilidad Social como estrategia universitaria se considera de alta importancia para la formación y el desarrollo académico, profesional y ciudadano de los miembros de la comunidad universitaria. Afortunadamente muchas de las herramientas de responsabilidad social son adaptables a la naturaleza y realidad de las instituciones universitarias.

En el caso de las instituciones de educación superior de gestión privada en Barranquilla, cabe destacar la preocupación por una concepción de responsabilidad social dentro del contexto axiológico y ético, que en muchos casos se orienta un poco más al cuidado de la imagen y la reputación organizacional asociada a las instituciones universitarias. No obstante, se hace evidente que las instituciones de educación superior de gestión privada en Barranquilla, han iniciado el desarrollo de acciones de responsabilidad social; y que si bien, aún no alcanzan la solidez de una estrategia corporativa universitaria articulada, donde se vislumbre la integralidad del triple componente social, económico y medioambiental se evidencian los esfuerzos en las diversas áreas.

Asimismo, se destaca como favorable la existencia de unidades como bienestar y extensión que atienden preliminarmente estas acciones, pese a la inexistencia de una

unidad de responsabilidad social universitaria, reconociendo que los esfuerzos que se orientan hacia la consolidación de la RSU, se dificultan ante la inexistencia de patrones de medición unificados sobre responsabilidad social universitaria, aun y cuando se pudieron identificar algunos indicadores que reflejan de manera aislada la intencionalidad de visibilizar dichas acciones.

Se concluye entonces que la responsabilidad social universitaria es un concepto en construcción dentro de las universidades de gestión privada en Barranquilla; considerándose que es un campo por desarrollar y consolidar con el apoyo de estrategias e indicadores que se ajusten a la realidad del contexto universitario en la región Caribe.

En tal sentido se procede a realizar las siguientes recomendaciones: a) formular un compromiso de responsabilidad social universitaria declarado de manera explícita en los principios básicos de la organización y/o filosofía de gestión; b) adoptar la responsabilidad social de manera transversal en los procesos académicos de formación, investigación, desarrollo e innovación, difusión, relacionamiento e internacionalización; c) generar compromisos articulados con el mapa de públicos de la Universidad para la mejora continua en las instituciones de educación superior; d) desarrollar estrategias de sostenibilidad y rentabilidad con base en las áreas que se enuncian: ética, medio ambiente, equidad social, sostenibilidad ciudadana y democrática, comunicación responsable, calidad, compromiso con la comunidad, marketing responsable, y evaluación crítica; y e) generar comunidades de prácticas y aprendizajes responsables que articulen el componente académico, sector socio productivo y representatividad del estado-gobierno.

Referencias Bibliográficas

Arias, Fidias (2006) **El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica**. 5a. Edición.

- Caracas, Venezuela. Editorial Episteme. Pp. 136.
- Bernal Torres, César Augusto. (2016). **Metodología de la Investigación**. Bogotá, Colombia. Editorial Pearson educación. Pp.384.
- Castañeda, Gregoria; Ruíz, Miguel; Vilorio, Olga; Castañeda, Rosa; y Quevedo, Yajaira. (2007) "El rol de las universidades en el contexto de la responsabilidad social empresarial". **Revista Negotium. Ciencias Gerenciales**. Año 3 No. 8. Pp.100-132.
- Epstein, Marc Traducido por Mantilla Blanco, Samuel (2009). **Sostenibilidad empresarial. Administración y medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos**. Bogotá, Colombia. Ediciones ECOE. Pp. 340.
- Foro de los Consejos Sociales de las Universidades de Andalucía (2009) Responsabilidad Social del Sistema Universitario Andaluz. Síntesis del Informe de la memoria del proyecto. Disponible en: <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/librocompleto.pdf> Consulta realizada el 31 de Agosto de 2016.
- Gaete Quezada, Ricardo A. (2011). "La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la educación superior". **Revista Educación**. No. 355. Pp. 109-133.
- Gibson James, Ivancevich John, Donnelly James y Konopaske Robert. (2007). **Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos**. Duodécima Edición. México, D.F. Editorial Mc Graw Hill. Interamericana Editores. Pp.569.
- Gómez-Mejía R. y Balkin, David B. (2011). **Administración**. Madrid, España. McGraw-Hill. Pp. 434.
- Hernández, Roberto.; Fernández, Carlos. y Baptista, Pilar. (2014). **Metodología de la Investigación**. México. D.F. McGraw Hill Editores, S.A. Pp. 600.
- Hurtado, Jacqueline (2012). **Metodología de la Investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia**. Cuarta Edición. Caracas. Venezuela. Ediciones Quirón. Pp. 1327
- Kliksberg, Bernardo. (2006). **Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable?** Washington, Estados Unidos. Fundación Carolina. Disponible en: http://cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_etica_moda.pdf. Consulta realizada el 16 de Febrero de 2016.
- Martínez, Horacio. (2005). **El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial**. Bogotá, Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Pp.124
- Organización de Naciones Unidas. (ONU) (2004). **Guía del Pacto Global**. Sistema de Naciones Unidas en Argentina. Disponible en www.pactoglobal.org. Consulta realizada el 16 de Febrero de 2016.
- Parra, Eleonora y Rincón, Yanyn (2009). "El aspecto estratégico de las relaciones públicas en el servicio comunitario en el sector universitario". **Revista Electrónica Razón y Palabra**. No. 70. Año 14. Edición Especial de Relaciones Públicas.
- Pizzolante, Italo. (2009). **De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable**. Madrid, España. Ediciones Ciencias Sociales. Pp.665.
- Raufflet, Emmanuel; Lozano, José-Felix; Barrera, Ernesto y García, Consuelo. (2012). **Responsabilidad Social Empresarial**. Naucalpan de Juárez, México. Editorial Pearson. Pp. 368.
- Robins, Stephen P. y Coulter; Mary. (2010). **Administración**. México. Prentice Hall. Pp.584.
- Rodríguez, Joaquín. (2009). **Dirección Moderna de Organizaciones**. México. Thompson Editores. Pp. 445
- Sabino, Carlos. (2006). **Los caminos de la ciencia. Una introducción al método**

- científico.** Buenos Aires, Argentina. Lumen Humanitas Editores. Pp. 208
- Schwald, María. (2004). **Responsabilidad social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible.** Lima, Perú. Universidad del Pacífico. Pp. 248.
- Toca Claudia y Grueso Carrillo, Jesús (2012). **Responsabilidad Social.** Barcelona, España. Editorial Académica Española. Pp. 140.
- Vallaey, François (2006). **La responsabilidad social universitaria.** Lima, Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).
- Vallaey, François y Carrizo, Luis. (2014). Hacia la construcción de indicadores de responsabilidad social universitaria. Disponible en: file:///C:/Users/Windows%208/Documents/1.%202014/Investigaciones%20en%20Curso%202014/Endomarketing%20y%20Responsabilidad%20Social/ANTECEDENTES/francoi_vallaey%202.pdf. Consulta realizada el 24 de Junio de 2016.
- Werbach Adam. (2009). **Estrategias Sostenibles.** Barcelona, España. Ediciones Urano. Pp.281.
- Zerpa De Márquez, Damaris. (2010). “Responsabilidad Social de las Empresas”. **Revista Saber.** Vol. 12. Año 1. Sucre, Venezuela. Universidad de Oriente. Pp.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

RCS

Revista de Ciencias Sociales

Vol. XXII, No. 3

Esta revista fue editada en formato digital y publicada en septiembre del 2017, por la Universidad del Zulia, Vicerrectorado Académico, Serbiluz - Fondo editorial, Maracaibo -Venezuela.

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve