

Percepciones sobre acciones de responsabilidad social universitaria: ¿son iguales para todos los tipos de *stakeholders*?

Víctor Hugo Higuera Ojito* 

Estudiante, Departamento de Economía, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

vhiguera@uninorte.edu.co

Gustavo Rafael Henríquez Fuentes 

Doctor en Administración, Escuela de Negocios, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

grhenriquez@uninorte.edu.co

Camilo Antonio Mejía Reatiga 

Director Centro de Innovación y Desarrollo Sostenible, Escuela de Negocios, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

cmejia@uninorte.edu.co

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar si las percepciones para 20 postulados sobre acciones de responsabilidad social universitaria son iguales para los seis tipos de *stakeholders* estudiados, lo que permite conocer la forma como son percibidas estas acciones. A partir de los datos de una encuesta que emplea escala ordinal, y una muestra de 364 encuestados, se formularon hipótesis para cada postulado aplicando la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis. Se concluye que las percepciones sobre acciones de responsabilidad social desarrolladas por la universidad no son iguales para todos los tipos de *stakeholders* en la mayoría de los postulados. Se recomienda que las directivas consideren los medios que promuevan entre todos los *stakeholders* el conocimiento y los resultados sobre las acciones de responsabilidad social.

Palabras clave: responsabilidad social universitaria; *stakeholders*; pruebas no paramétricas; Kruskal-Wallis; percepciones; sostenibilidad.

Perceptions about university social responsibility actions: Are they the same for all types of *stakeholders*?

Abstract

The present study aimed to evaluate whether the perceptions for 20 postulates about university social responsibility actions are the same for six types of *stakeholders* studied, allowing for an understanding of how these actions are perceived. From the data of a survey that uses an ordinal scale, and a sample of 364 respondents, hypotheses are formulated for each postulate by applying the non-parametric Kruskal-Wallis test. It is concluded that the perceptions of actions in social responsibility developed by the university are not the same for all types of *stakeholders* for most of the postulates. It is recommended that university leaderships consider means to promote among all the *stakeholders* the knowledge and results about the actions of social responsibility.

Keywords: university social responsibility; *stakeholders*; non-parametric tests; Kruskal-Wallis; perceptions, sustainability.

Percepções sobre as ações de responsabilidade social universitária: são iguais para todos os tipos de *stakeholders*?

Resumo

O objetivo deste estudo foi avaliar se as percepções para 20 postulados sobre ações de responsabilidade social universitária são as mesmas para os seis tipos de *stakeholders* estudados, o que nos permite saber como essas ações são percebidas. Com base em dados de uma pesquisa que utiliza escala ordinal, e em uma amostra de 364 respondentes, foram formuladas hipóteses para cada postulado por meio da aplicação do teste não paramétrico de Kruskal-Wallis. Conclui-se que as percepções das ações de responsabilidade social desenvolvidas pela universidade não são iguais para todos os tipos de *stakeholders* na maioria dos postulados. Recomenda-se que as diretrizes considerem meios que promovam o conhecimento e os resultados das ações de responsabilidade social entre todos os *stakeholders*.

Palavras-chave: responsabilidade social universitária; partes interessadas; testes não paramétricos; Kruskal-Wallis; percepções; sustentabilidade.

*Autor para dirigir correspondencia.

Clasificación JEL: I21; I23; M14.

Cómo citar: Higuera Ojito, V. H., Henríquez Fuentes, G. R. y Mejía Reatiga, C. A. (2023). Percepciones sobre acciones de responsabilidad social universitaria: ¿son iguales para todos los tipos de *stakeholders*?. *Estudios Gerenciales*, 39(169), 502-515. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.6176>

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.6176>

Recibido: 27-05-2023

Aceptado: 17-10-2023

Publicado: 22-12-2023

1. Introducción

La responsabilidad social es considerada un enfoque de gestión originado en los años veinte del siglo XX, cuyo concepto se fortaleció durante las décadas del cincuenta y del sesenta (Lazo-Serrano, 2022). Esta se percibe como el desarrollo de estrategias y acciones asociadas al cuidado medioambiental y su conservación, para difundir principios y valores y procurar trabajar sobre problemáticas de la comunidad (Severino et al., 2020).

El concepto de *responsabilidad social* es aplicable a compañías de todos los sectores; no obstante, sobre las universidades se ejerce una mayor presión debido a que estas cumplen con una función de tipo social (Santana, 2022). La responsabilidad social universitaria convoca entonces el conjunto de políticas, programas y acciones definidas y ejecutadas por la institución, y estas se extienden más allá de la obligatoriedad jurídica mientras se amplía el alcance de iniciativas que benefician a los actores sociales que interactúan con la universidad (Sendin, 2021). Aplicada como un enfoque de gestión, promueve la medición y la eficiencia en las estrategias y procesos, y permite que los discursos enfáticos tengan resultados reales en el campus y la sociedad (Vallaey y Álvarez, 2019). La responsabilidad social universitaria puede ser explicada como gestión integral y estratégica de impactos generados por las funciones educativas, de investigación y proyección social sobre los *stakeholders* de la universidad (Santana, 2022). La medición que se haga sobre sus resultados ayudará en la mejora del enfoque.

El estudio de la percepción de los *stakeholders* sobre acciones en responsabilidad social se ha realizado en estudiantes de educación superior para medir su percepción sobre la gestión en este aspecto (Severino-González et al., 2021), se ha estudiado la percepción de docentes y autoridades universitarias sobre responsabilidad social universitaria (Condori et al., 2022) y se ha conocido la percepción de grupos de interés externos sobre la forma de administrar recursos en responsabilidad social universitaria (Sendin, 2021).

La percepción puede cambiar según como se desarrolle un evento o situación. Contreras-Pacheco et al. (2020) evaluaron el equilibrio en la percepción general sobre la importancia de los diferentes *stakeholders* asociados a momentos de crisis de acuerdo con nociones de *influencia, interés, legitimidad y urgencia*. Severino-González et al. (2021) han explorado diversos grupos de interés y sus percepciones sobre acciones de responsabilidad social en la universidad. En el caso de los centros educativos, las percepciones son distintas desde la óptica de distintos *stakeholders*, esto debido a que tienen diferentes expectativas de cara a los procesos de formación (Rojas-Arenas et al., 2020). La utilización de cuestionarios de percepción en estudios sobre responsabilidad social universitaria es una de las principales tendencias identificadas (Santana, 2022).

En el presente estudio, se utiliza el enfoque cuantitativo a través de una encuesta validada y testeada por Henríquez (2021) que consta de 20 postulados agrupados en seis elementos relevantes para la gestión responsable en una organización. A través de las respuestas obtenidas en la investigación de este autor, se procede con pruebas de hipótesis a cada postulado aplicando la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis, con el objetivo de dar respuesta a la pregunta de si las percepciones sobre las acciones de responsabilidad social universitaria son iguales para todos los tipos de *stakeholders*. Se hallaron diferencias entre las percepciones de los *stakeholders*, que se amplían en los apartados de resultados y conclusiones.

Luego de esta introducción, se presenta el marco teórico que soporta los elementos de la responsabilidad social universitaria y los postulados identificados por Henríquez (2021), los cuales conducen a las hipótesis de la investigación. Después, se organizan los datos empíricos tomados de Henríquez (2021) y se presentan los resultados de la prueba no paramétrica aplicada a cada postulado. Para terminar, se presentan las discusiones alrededor de los hallazgos y se presentan las conclusiones como respuesta a la pregunta problema.

2. Marco teórico

Para efectos de la presente investigación, se emplea la definición de responsabilidad social propuesta por Henríquez (2021), quien afirma que:

- 1) la Responsabilidad Social es un compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales;
- 2) que para ser adquirida necesita de acciones factibles para organizarse como son reuniones, mesas de trabajo, ajustes, patrones de conducta;
- 3) que propone desarrollar iniciativas y disponer de recursos para organizar la universidad;
- 4) que obliga a formular propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica debido a la preocupación sobre el impacto del hombre y las empresas en el planeta;
- 5) que obliga a explotar el conocimiento aprendido en RSU, lo cual significa que se deben cambiar rutinas mientras se promueve la correspondencia entre la universidad y los hechos sociales;
- 6) que legitima la gestión a través de la valoración de los *Stakeholders* sobre el desempeño social y ambiental de la universidad en un diálogo abierto con estos. [p. 33]

A partir del conjunto de aproximaciones, Henríquez (2021) postula seis elementos que, a juicio del autor, orientan la adquisición, asimilación y explotación de la responsabilidad social en la gestión universitaria:

1) Compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales, 2) Organización y desarrollo de acciones factibles, 3) Iniciativas y recursos necesarios para organizarse, 4) Propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica, 5) Explotación del conocimiento aprendido en RSU, 6) Legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad. (pp. 33-34)

2.1 Elemento 1. Compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales

La responsabilidad social universitaria puede verse como compromiso cívico y ciudadanía activa que deben ser fortalecidos voluntariamente para incentivar tanto a los estudiantes como al personal académico a ofrecer servicios sociales a su comunidad o promover la ecología y el medioambiente (Vasilescu et al., 2010), y puede entenderse como el compromiso permanente propio del quehacer de la universidad frente a las necesidades y problemáticas de la sociedad (Gaete, 2020). La universidad de hoy ha entendido que su función va más allá de la docencia, y se ha esforzado por influenciar el desarrollo económico y social de la región a la que pertenece (Rubio-Rodríguez et al., 2022).

Todas las funciones de la universidad son alcanzadas por su compromiso social, y se propone sinergia entre todas incluyendo la gestión organizacional (Vallaes et al., 2009). Parte del compromiso o misión de la universidad actual consiste entonces en tener en cuenta la opinión de los aportantes con un papel activo en el rol que esta ostenta como promotora de cambio responsable (Rubio-Rodríguez et al., 2022).

La responsabilidad social puede entenderse como un modelo de gestión en construcción que permite direccionar los esfuerzos de las organizaciones en lo que respecta a la administración de sus recursos. En este punto, la percepción de la sociedad es relevante para los intereses públicos de las organizaciones. Las empresas responsables socialmente tienen a la ética, la moral, los principios cívicos y a los ciudadanos como ejes de su cultura organizacional (Rojas-Martínez et al., 2020). Al desarrollar responsabilidad social, la organización debe además reflexionar sobre temas ambientales, ya que el medioambiente es parte de la naturaleza misma del ser humano y no debe haber empresa que no lo cuide, por lo que se considera un elemento estructurador de la responsabilidad social (Severino et al., 2020).

Teniendo en cuenta los aportes anteriores, y que la responsabilidad social puede concebirse como un compromiso de la organización para contribuir con el bienestar social y ambiental en la comunidad, en la [tabla 1](#) se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que [Henríquez \(2021\)](#) agrupa alrededor del elemento *compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales*.

2.2 Elemento 2. Organización y desarrollo de acciones factibles

La responsabilidad social no puede quedarse en un discurso que envuelva a las personas y muestre las bondades de la gestión de la organización. Debe ser congruente con las acciones desarrolladas por las directivas, quienes se encargan de organizar las funciones de la empresa y de asignar los recursos para este propósito. Es la responsabilidad social universitaria un reto para la universidad, con cierta dificultad para ser asimilado, practicado y operado a nivel práctico (Vallaes y Álvarez-Rodríguez, 2022). En la actualidad, algunas organizaciones desarrollan acciones comunes teniendo como enfoque la mejora para la comunidad y la economía local (Moura y Tortato, 2021).

Con el fin de implementar la responsabilidad social universitaria, [Herrera \(2019\)](#) recomienda planes de evaluación y seguimientos anuales para medir los estados de percepción de los grupos de interés, y propiciar espacios de opinión con estos, con diálogos constantes para conocer sus requerimientos. [Espitia et al. \(2020\)](#) sugieren categorías que deben contemplarse al construir un modelo de gestión basado en la responsabilidad social para la universidad. De acuerdo con [Henríquez \(2021\)](#), se deben considerar las normas, directrices, políticas, valores y principios que inciden en el comportamiento de las personas y las organizaciones al momento de gestionar sus impactos. La literatura es amplia y contempla múltiples acciones para desarrollar responsabilidad social en las universidades.

La responsabilidad social universitaria es un enfoque de gestión que necesita acciones como reuniones y mesas de trabajo ([Henríquez et al., 2018](#)), en las que se comprenda y se diagnostique la situación de la universidad para desarrollar, priorizar y socializar iniciativas en responsabilidad social universitaria, con el fin de evaluar, rendir cuentas y mejorar continuamente ([Schwalb et al., 2019](#)). La implementación de prácticas sostenibles en diferentes organizaciones inculca la idea en la cultura organizacional; además, promueve la colaboración de los empleados e integra el desarrollo sostenible como un elemento para alcanzar la competitividad. De esta forma, se puede mejorar la imagen de la organización y conducir a mejores ingresos y ahorro de costos, y se integran los demás actores de su cadena de suministro ([Moura y Tortato, 2021](#)).

Considerando los aportes de los autores aquí citados, y que la responsabilidad social universitaria es, más que un discurso, un enfoque que propone acciones factibles agrupadas en planes, programas y proyectos que persiguen unas metas en favor de la sociedad, en la [tabla 2](#) se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que [Henríquez \(2021\)](#) agrupa alrededor del elemento *organización y desarrollo de acciones factibles*.

Tabla 1. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 1.

H ₀₁	La percepción sobre el postulado	La universidad se caracteriza por sus acciones y acuerdos responsables, criterios sociales y ambientales y su preocupación por el bienestar urbano y rural regional.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₂		Reconozco a la universidad como un vecino armonioso que escucha a la sociedad en general y promueve el bienestar urbano y el cuidado del medioambiente.	
H ₀₃		La universidad tiene reputación de promover la equidad y el respeto a todas las personas sin discriminaciones.	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 2.

H ₀₄	La percepción sobre el postulado	La universidad publica periódicamente información transparente sobre los resultados de los proyectos, iniciativas y programas que desarrolla.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₅		La universidad se caracteriza por su acercamiento con la comunidad a su alrededor y otras comunidades regionales donde promueve reuniones, iniciativas locales e investigación sobre sus necesidades sociales y ambientales.	
H ₀₆		La universidad se relaciona con empresas, ONG y otras organizaciones para investigar y proponer solución a problemas sociales y ambientales.	
H ₀₇		Me resulta fácil encontrar o acceder a los reportes e informes de sostenibilidad y responsabilidad social de la universidad.	

Fuente: elaboración propia.

2.3 Elemento 3. Iniciativas y recursos necesarios para organizarse

La responsabilidad social universitaria requiere un conjunto de valores y principios para orientar un comportamiento universitario socialmente responsable (Jiménez, como se cita en Gaete, 2020). Según Vallaeys y Álvarez-Rodríguez (2022), la responsabilidad social universitaria tiene unas metas articuladas con las funciones sustanciales de la universidad: gestión organizacional, formación, cognición y participación social. Valores, principios y metas guían a las directivas en el proceso de organizarse como universidad socialmente responsable. Vallaeys y Álvarez-Rodríguez (2022) afirman que la formulación de políticas ayuda en la tarea de fijar presupuestos para cumplir con su responsabilidad de gestionar con ética y eficacia los impactos universitarios en todos sus quehaceres.

Organizarse a través de una gestión socialmente responsable tiene que ver con “la percepción del nivel de cumplimiento que demuestran las directivas por medio de recursos asignados para el desarrollo de iniciativas que disminuyan los impactos negativos y maximicen los impactos positivos de la universidad en la sociedad” (Henríquez, 2021, p. 82). Las empresas y organizaciones pueden promover múltiples prácticas para la promoción de la sostenibilidad, por ejemplo, las iniciativas para la reducción de recursos en la prestación de los servicios o fabricación de productos (López, 2019); políticas, gestión institucional y evaluación del impacto de las acciones sobre el medioambiente (Nepstad, 2019); y estrategias de educación para promover el desarrollo sostenible en las comunidades (Merchán, 2022). Las universidades que se organizan desde el enfoque de responsabilidad social universitaria deben dar pasos hacia la organización de

actividades y procesos con un diagnóstico previo como base que les permita incubar ideas e iniciativas de responsabilidad social universitaria entre su comunidad universitaria (Schwalb et al., 2019).

Las iniciativas desarrolladas por empresas de un sector de la economía permiten conocer sus capacidades para responder a los cambios institucionales del sector a través de cambios organizacionales. Entre dichos cambios, adoptados por las empresas que desarrollan prácticas de responsabilidad social, se encuentran, según Murillo et al. (2022), la estructura administrativa; la jerarquización, distribución y centralización del poder; la profesionalización y cualificación; la gestión de las relaciones y las comunicaciones con los grupos de interés; los cambios en la tecnología; la profesionalización y cualificación, y el gobierno corporativo. El conocimiento en responsabilidad social universitaria debe ser socializado con los miembros de la organización y asimilado por medio de acciones factibles como planes, programas, proyectos e iniciativas (Henríquez et al., 2018).

En consideración con los aportes de los autores, en la tabla 3 se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que Henríquez (2021) agrupa alrededor del elemento *iniciativas y recursos necesarios para organizarse*.

2.4 Elemento 4. Propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica

La responsabilidad social en la universidad debe asumirse como un comportamiento orientado hacia el desarrollo más sostenible de la sociedad, es parte del quehacer universitario (Gaete, 2020). Consumidores y actores de todos los sectores económicos han vivenciado una concientización en temas ambientales y sociales que buscan la preservación del planeta. Esta conciencia sobre

desarrollo sostenible y temas como la responsabilidad social ha impulsado cada vez a más actores, incluyendo aquellos que forman parte de la educación superior, quienes se preguntan cómo pueden actuar de forma socialmente responsable (Luangsay-Catelin y Gasner-Bouquet, 2018).

Las universidades pueden apoyar en el progreso de las comunidades ejerciendo sinergia entre los esfuerzos investigativos y las necesidades de la comunidad, para lograr una sociedad con más inclinación hacia la sostenibilidad (Alm et al., 2022). Según Lo et al., (2017), con la responsabilidad social universitaria se gestionan impactos producidos por la universidad en su entorno, a través de un diálogo con la sociedad que incentiva el desarrollo humano. La gestión basada en responsabilidad social puede impulsar el crecimiento económico de la sociedad y las empresas, por medio de soluciones factibles a problemáticas propias de América Latina como la corrupción, la pobreza y la falta de oportunidades (Henríquez, 2021).

En el contexto latinoamericano, en el que predomina la pobreza y la falta de oportunidades, las universidades pueden implementar acciones que aporten al desarrollo económico y social de la región, para así promover valor y capital social, transferir conocimientos y ayudar a perfeccionar los procesos productivos de las organizaciones del entorno (Gelman, 2012). La misión educativa de las universidades debe centrarse en facultar a los profesores en temas relacionados con la responsabilidad social, promoviendo el aprendizaje basado en proyectos sociales y abriendo el salón de clase hacia la comunidad como fuente de enseñanza significativa y práctica dedicada a la solución de problemas reales (Rojas-Zerpa, 2018). La responsabilidad social es un enfoque de gestión que deja de lado los discursos para pasar a la práctica de acciones sostenibles.

Considerando las afirmaciones anteriores, en la tabla 4 se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que Henríquez (2021) agrupa alrededor del elemento *propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica*.

2.5 Elemento 5. Explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria

La explotación de conocimiento es, de acuerdo con Shaker y Gerard (2002), una de las fases en el proceso de aprendizaje en que una organización debe demostrar capacidad de adquirir, asimilar, transformar y explotar conocimiento e información, con el fin de desarrollar competencias nuevas o mejorar las que ya se tienen. Según Condori et al. (2022), y en congruencia con Vallaeys et al., (2018), la universidad que desarrolla responsabilidad social universitaria asume la responsabilidad de los impactos que ocasiona en sus funciones de gestión, formación, investigación y participación social para apostar al desarrollo sostenible. La universidad debe explotar el conocimiento

que aprende en responsabilidad social universitaria y esto, de acuerdo con Henríquez (2021), significa que la universidad mejora en gestión organizacional, en formación, en extensión e investigación, que aprende a gobernar con transparencia, solucionar problemáticas sociales y gestionar su huella ecológica y social. Se debe demostrar que el conocimiento que se adquirió fue realmente asimilado a través de la organización de los métodos de trabajo y recursos y que la universidad generó espacios y desarrolló prácticas sostenibles.

Teniendo en cuenta las afirmaciones anteriores, y que la explotación de conocimiento significa aprendizaje, en la tabla 5 se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que Henríquez (2021) agrupa alrededor del elemento *explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria*.

2.6 Elemento 6. Legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad

La legitimidad organizacional ha jugado un papel importante dentro de la responsabilidad social, ya que los efectos generados de sus acciones impactan en los empleados y puede crear percepciones y comportamientos (Contreras et al., 2019). De acuerdo con estos autores, dichos comportamientos se pueden expresar en forma de motivación, compromiso, satisfacción, identificación, intención de renunciar, entre otros. Según Contreras et al., (2019), con base en Suchman, la legitimidad significa que una compañía busca ajustarse de manera adecuada a un entorno o sociedad, y busca un reconocimiento o una especie de licencia social. Para las empresas, la medición de su desempeño social y ambiental es relevante, ya que son presionadas por estándares que deben cumplir (Lizcano y Lombana, 2018), presión que las puede motivar a tomar medidas, desarrollar prácticas y no quedar en un simple discurso. Para conocer el grado o nivel de legitimidad, la organización debe diseñar métodos que le permitan conocer la percepción que tienen los *stakeholders* sobre su gestión.

Las universidades deben gestionar los impactos internos y externos para mejorar la percepción de todos sus *stakeholders* y, con ello, la legitimidad que estos tienen sobre sus acciones. Las universidades responsables actúan sobre dichos impactos, lo cual, de acuerdo con Vallaeys (2020), se refiere a la gestión de los aspectos laborales que afectan el comportamiento de la gestión educacional, gestionando los impactos que afecten a estudiantes, profesores y personal administrativo. La percepción de la comunidad universitaria y de la comunidad en general es importante para los intereses de la universidad.

Desde el conjunto de afirmaciones anteriores, en la tabla 6 se formulan las siguientes hipótesis nulas para los postulados que Henríquez (2021) agrupa alrededor del elemento *legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad*.

Tabla 3. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 3.

H ₀₈	La percepción sobre el postulado	La universidad socializa o informa a la comunidad en general sobre sus políticas de selección para proveedores y contratistas que prohíben el empleo de menores de edad, el respeto a la equidad de género y las diferencias con los demás.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₉		La universidad se caracteriza por la innovación de procesos y productos útiles para la sociedad y su entorno local.	
H ₀₁₀		La universidad socializa o informa sobre su asociación con otras universidades para investigar y proponer soluciones a problemas sociales y ambientales.	
H ₀₁₁		Veo en distintos medios que la universidad reporta con frecuencia acciones, iniciativas, proyectos y programas dirigidos a construir un planeta duradero y una sociedad inclusiva para todas las personas.	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 4.

H ₀₁₂	La percepción sobre el postulado	La universidad forma profesionales comprometidos con la promoción de la producción y consumo responsable y la generación de fuentes de trabajo decente sin discriminación de género, raza, etc.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₁₃		La universidad escucha a la sociedad en general y desarrolla proyectos que promueven el desarrollo de las comunidades.	
H ₀₁₄		La universidad promueve e informa sobre los esfuerzos que realiza para desarrollar proyectos e iniciativas armonizadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 5.

H ₀₁₅	La percepción sobre el postulado	La universidad forma profesionales con altos niveles de calidad y pertinencia con las necesidades del mercado local y nacional.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₁₆		La universidad forma profesionales cívicos, ciudadanos íntegros comprometidos con el cuidado del medioambiente y el bienestar de la sociedad.	
H ₀₁₇		Los egresados de la Universidad tienen vocación de servicio y demuestran su empatía y solidaridad con todas las personas a su alrededor	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Formulación de hipótesis nulas para el elemento 6.

H ₀₁₈	La percepción sobre el postulado	Reconozco a la universidad por sus logros científico técnicos que aportan desarrollo a las empresas y la sociedad en general.	Es igual para todos los tipos de stakeholders
H ₀₁₉		Considero que la universidad es un referente nacional y mundial, comprometida con la innovación, la investigación de punta y la difusión del saber.	
H ₀₂₀		Considero que la universidad reporta sus acciones e iniciativas a la sociedad en general.	

Fuente: elaboración propia.

3. Metodología

El estudio se llevó a cabo en una universidad privada de Barranquilla, Colombia, bajo un enfoque cuantitativo, con una encuesta de 20 postulados sobre acciones de responsabilidad social universitaria (Henríquez, 2021), organizados según su relación con los seis elementos mencionados. Se emplea además la base de datos de la investigación de Henríquez (2021) consistente en las respuestas de 364 personas reconocidas como stakeholders de la universidad. El instrumento se validó en Henríquez (2021) a través del coeficiente de Cronbach y tiene una confiabilidad de 0,925, lo que determinó la relevancia de los ítems y la confiabilidad del instrumento (García-Vargas et al., 2022). A través del programa SPSS, se estimó el índice Káiser Meyer Olkin en 0,949, lo cual indica que existe una mayor interrelación entre las variables de estudio y que la adecuación del conjunto de datos es buena (Pizarro y Martínez, 2020).

Para este estudio, se utilizaron pruebas no paramétricas porque el análisis se realiza sobre un conjunto de datos que no tienen distribución particular y se basa en una hipótesis; sin embargo, los datos no se organizan de una manera formal (Mayorga-Ponce et al., 2022). Una de las condiciones para que un método estadístico sea clasificado como no paramétrico es que pueda ser usado con datos ordinales (Anderson et al., 2008). Las pruebas no paramétricas, entre otros aspectos, pueden aplicarse cuando los datos presentan una jerarquía, y cuando dos, o más, observaciones son de diferentes grupos (Ramírez y Polack, 2020).

La prueba no paramétrica empleada fue la de Kruskal-Wallis, ya que se aplica a tres o más muestras independientes (Mayorga-Ponce et al., 2022). Se trabajó con 5 grados de libertad para las pruebas, los cuales corresponden al número de grupos menos 1. Para la aceptación o rechazo de la hipótesis nula se utilizó un nivel de significancia de 0,05.

Se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia, pues no se tiene control del marco muestral de la población. Los tipos y cantidades de *stakeholders* encuestados por [Henríquez \(2021\)](#) son sociedad en general (136), egresados (63), estudiantes o egresados de otras instituciones (56), proveedores (46), docentes o investigadores de otras instituciones (39) y empleadores (24). Las percepciones de los encuestados para los 20 postulados sobre la responsabilidad social universitaria se midieron a través de una escala Likert compuesta por seis opciones: 1) totalmente en desacuerdo, 2) en desacuerdo, 3) parcialmente en desacuerdo, 4) parcialmente de acuerdo, 5) de acuerdo, 6) totalmente de acuerdo ([Henríquez, 2021](#)).

4. Resultados

En esta sección, se presentan los porcentajes de respuesta para los postulados de cada elemento por tipo de stakeholder y nivel de percepción, además de los valores-p de las pruebas de hipótesis para cada postulado ([tablas 7-12](#)).

4.1 Elemento 1. Compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales

4.1.1 Postulado 1

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, empleador y estudiante o egresado de otra institución presentan sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y

egresado, proveedor y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo). No se rechaza H01.

4.1.2 Postulado 2

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, estudiante o egresado de otra institución y proveedor presentan sus mayores porcentajes de respuestas en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y egresado, empleador y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H02.

4.1.3 Postulado 3

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, empleador, estudiante o egresado de otra institución y sociedad en general presentan sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 5 (de acuerdo); egresado, en la opción 6 (totalmente de acuerdo), y proveedor, en las opciones 5 y 6. Se rechaza H03.

4.2 Elemento 2. Organización y desarrollo de acciones factibles

4.2.1 Postulado 4

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, empleador, estudiante o egresado de otra institución y sociedad en general presentan sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); proveedor, en la opción 5 (de acuerdo), y egresado, en las opciones 4 y 5. Se rechaza H04.

Tabla 7. Elemento 1. Compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
1. La universidad se caracteriza por sus acciones y acuerdos responsables, criterios sociales y ambientales y su preocupación por el bienestar urbano y rural regional.	Docente o investigador de otra institución	39	15%	3%	5%	36%	26%	15%	0,077
	Egresado	63	6%	10%	5%	29%	35%	16%	
	Empleador	24	4%	4%	8%	38%	33%	13%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	13%	13%	13%	36%	21%	5%	
	Proveedor	46	9%	15%	13%	7%	41%	15%	
	Sociedad en general	136	9%	9%	8%	23%	36%	15%	
2. Reconozco a la universidad como un vecino armonioso que escucha a la sociedad en general y promueve el bienestar urbano y el cuidado del medioambiente.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	10%	15%	28%	26%	15%	0,011
	Egresado	63	6%	3%	11%	22%	41%	16%	
	Empleador	24	4%	8%	13%	29%	33%	13%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	9%	16%	9%	38%	16%	13%	
	Proveedor	46	13%	15%	17%	28%	20%	7%	
	Sociedad en general	136	3%	15%	10%	27%	35%	10%	
3. La universidad tiene reputación por promover la equidad y el respeto a todas las personas sin discriminaciones.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	5%	10%	23%	31%	26%	0,018
	Egresado	63	10%	5%	2%	16%	33%	35%	
	Empleador	24	0%	8%	0%	21%	50%	21%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	5%	16%	5%	27%	36%	11%	
	Proveedor	46	0%	4%	7%	20%	35%	35%	
	Sociedad en general	136	3%	4%	6%	26%	32%	29%	

Fuente: elaboración propia.

4.2.2 Postulado 5

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, egresado, estudiante o egresado de otra institución, proveedor y sociedad en general tienen sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); empleador, en la opción 5 (de acuerdo), y docente o investigador de otra institución, en las opciones 4 y 5. Se rechaza H05.

4.2.3 Postulado 6

El stakeholder estudiante o egresado de otra institución tiene su mayor porcentaje de respuesta en la opción 3 (parcialmente en desacuerdo); los grupos egresado y empleador, en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); proveedor, en la opción 5 (de acuerdo), y docente o investigador de otra institución, en las opciones 3 y 4. No se rechaza H06.

4.2.4 Postulado 7

El stakeholder empleador tiene el mayor porcentaje de respuestas en la opción 3 (parcialmente en desacuerdo); docente o investigador de otra institución, egresado, estudiante o egresado de otra institución y sociedad en general, en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y proveedor, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H07.

4.3 Elemento 3. *Iniciativas y recursos necesarios para organizarse*

4.3.1 Postulado 8

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, empleador, estudiante o egresado de otra institución y proveedor muestran sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y egresado y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H08.

4.3.2 Postulado 9

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, proveedor y sociedad en general muestran sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); egresado y estudiante o egresado de otra institución, en la opción 5 (de acuerdo), y empleador, en las opciones 4 y 6 (totalmente de acuerdo). No se rechaza H09.

4.3.3 Postulado 10

Los *stakeholders* docente o investigador de otra institución, empleador y sociedad en general tienen sus mayores porcentajes de respuesta en la opción

4 (parcialmente de acuerdo); egresado y proveedor, en la opción 5 (de acuerdo), y estudiantes o egresados de otra institución, en las opciones 3 (parcialmente en desacuerdo) y 4. No se rechaza H010.

4.3.4 Postulado 11

El stakeholder estudiante o egresado de otra institución tiene su mayor porcentaje de respuesta en la opción 3 (parcialmente en desacuerdo); egresado, en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); proveedor y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo); docente o investigador de otra institución, en las opciones 3 y 4, y empleador, en las opciones 3 y 5. Se rechaza H011.

4.4 Elemento 4. *Propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica*

4.4.1 Postulado 12

Los *stakeholders* estudiante o egresado de otra institución y proveedor tienen su mayor porcentaje de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y docente o investigador de otra institución, egresado, empleador y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo). No se rechaza H012.

4.4.2 Postulado 13

Los *stakeholders* egresado, proveedor y sociedad en general muestran su mayor porcentaje de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); docente o investigador de otra institución, en la opción 5 (de acuerdo); empleador, en las opciones 4 y 5, y estudiante o egresado de otra institución, en las opciones 2 (en desacuerdo) y 3 (parcialmente en desacuerdo). Se rechaza H013.

4.4.3 Postulado 14

El stakeholder estudiante o egresado de otra institución presenta su mayor porcentaje de respuesta en la opción 2 (en desacuerdo); docente o investigador de otra institución, empleador y proveedor, en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y egresado y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H014.

4.5 Elemento 5. *Explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria*

4.5.1 Postulado 15

El stakeholder sociedad en general presenta su mayor porcentaje de respuesta en la opción 6 (totalmente de acuerdo), y los demás, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H015.

Tabla 8. Elemento 2. Organización y desarrollo de acciones factibles.

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
4. La universidad publica periódicamente información transparente sobre los resultados de los proyectos, iniciativas y programas que desarrolla.	Docente o investigador de otra institución	39	3%	10%	10%	36%	28%	13%	0,036
	Egresado	63	8%	6%	13%	32%	32%	10%	
	Empleador	24	4%	21%	13%	46%	8%	8%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	5%	23%	18%	27%	21%	5%	
	Proveedor	46	2%	7%	15%	28%	30%	17%	
	Sociedad en general	136	4%	15%	15%	28%	22%	16%	
5. La universidad se caracteriza por su acercamiento con la comunidad a su alrededor y otras comunidades regionales donde promueve reuniones, iniciativas locales e investigación sobre sus necesidades sociales y ambientales.	Docente o investigador de otra institución	39	8%	8%	13%	33%	33%	5%	0,034
	Egresado	63	5%	10%	10%	38%	27%	11%	
	Empleador	24	0%	13%	25%	17%	42%	4%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	9%	18%	18%	34%	20%	2%	
	Proveedor	46	15%	24%	7%	30%	15%	9%	
	Sociedad en general	136	7%	13%	13%	35%	23%	10%	
6. La universidad se relaciona con empresas, ONG y otras organizaciones para investigar y proponer solución a problemas sociales y ambientales.	Docente o investigador de otra institución	39	3%	3%	28%	28%	23%	15%	0,094
	Egresado	63	8%	10%	16%	29%	25%	13%	
	Empleador	24	0%	8%	21%	58%	8%	4%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	7%	18%	30%	23%	13%	9%	
	Proveedor	46	13%	17%	15%	24%	28%	2%	
	Sociedad en general	136	7%	12%	17%	34%	19%	11%	
7. Me resulta fácil encontrar o acceder a los reportes e informes de sostenibilidad y responsabilidad social de la universidad.	Docente o investigador de otra institución	39	10%	5%	18%	49%	8%	10%	0,009
	Egresado	63	6%	13%	14%	43%	21%	3%	
	Empleador	24	17%	21%	29%	13%	21%	0%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	9%	18%	23%	45%	5%	0%	
	Proveedor	46	4%	11%	26%	17%	35%	7%	
	Sociedad en general	136	8%	10%	21%	30%	13%	18%	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Elemento 3. Iniciativas y recursos necesarios para organizarse.

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
8. La universidad socializa o informa a la comunidad en general sobre sus políticas de selección para proveedores y contratistas que prohíben el empleo de menores de edad, el respeto a la equidad de género y las diferencias con los demás.	Docente o investigador de otra institución	39	3%	13%	10%	49%	15%	10%	0,011
	Egresado	63	8%	8%	13%	27%	29%	16%	
	Empleador	24	17%	13%	25%	29%	17%	0%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	11%	14%	16%	36%	21%	2%	
	Proveedor	46	0%	9%	15%	37%	24%	15%	
	Sociedad en general	136	5%	15%	14%	26%	28%	12%	
9. La universidad se caracteriza por la innovación de procesos y productos útiles para la sociedad y su entorno local.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	0%	13%	49%	23%	10%	0,139
	Egresado	63	3%	6%	11%	24%	43%	13%	
	Empleador	24	8%	17%	8%	25%	17%	25%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	7%	20%	13%	27%	29%	5%	
	Proveedor	46	0%	9%	11%	46%	22%	13%	
	Sociedad en general	136	4%	8%	12%	35%	27%	14%	
10. La universidad socializa o informa sobre su asociación con otras universidades para investigar y proponer solución a problemas sociales y ambientales.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	8%	15%	31%	23%	18%	0,074
	Egresado	63	3%	16%	11%	29%	30%	11%	
	Empleador	24	0%	4%	21%	42%	33%	0%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	5%	20%	27%	27%	18%	4%	
	Proveedor	46	2%	20%	22%	24%	28%	4%	
	Sociedad en general	136	6%	13%	18%	30%	23%	10%	
11. Veo en distintos medios que la universidad reporta con frecuencia acciones, iniciativas, proyectos y programas dirigidos a construir un planeta duradero y una sociedad inclusiva para todas las personas.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	8%	28%	28%	18%	13%	0,003
	Egresado	63	10%	11%	19%	25%	19%	16%	
	Empleador	24	8%	17%	33%	8%	33%	0%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	11%	18%	32%	20%	13%	7%	
	Proveedor	46	2%	11%	9%	28%	30%	20%	
	Sociedad en general	136	8%	10%	15%	26%	28%	13%	

Fuente: elaboración propia.

4.5.2 Postulado 16

El stakeholder sociedad en general presenta sus mayores porcentajes de respuesta en las opciones 4 (parcialmente de acuerdo) y 5 (de acuerdo), y los demás, en la opción 5 (de acuerdo). No se rechaza H016.

4.5.3 Postulado 17

Los stakeholders docente o investigador de otra institución, empleador y proveedor tienen su mayor porcentaje de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); egresado y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo), y estudiante o egresado de otra institución, en las opciones 4 y 5. Se rechaza H017.

4.6 Elemento 6. Legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad

4.6.1 Postulado 18

Los stakeholders docente o investigador de otra institución, empleador, estudiante o egresado de otra

institución tienen su mayor porcentaje de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); egresado y sociedad en general, en la opción 5 (de acuerdo), y proveedor, en las opciones 4 y 5. Se rechaza H018.

4.6.2 Postulado 19

Los stakeholders egresado y estudiante o egresado de otra institución presentan sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 4 (parcialmente de acuerdo); docente o investigador de otra institución y empleador, en el nivel de percepción 5 (de acuerdo); sociedad en general, en la opción 6 (totalmente de acuerdo), y proveedor, en las opciones 4 y 6. Se rechaza H019.

4.6.3 Postulado 20

Los stakeholders estudiante o egresado de otra institución y proveedor presentan sus mayores porcentajes de respuesta en la opción 3 (parcialmente en desacuerdo); docente o investigador de otra institución y sociedad en general, en la opción 4 (parcialmente de acuerdo), y egresado y empleador, en la opción 5 (de acuerdo). Se rechaza H020.

Tabla 10. Elemento 4. Propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica.

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
12. La universidad forma profesionales comprometidos con la promoción de la producción y consumo responsable y la generación de fuentes de trabajo decente sin discriminación de género, raza, etc.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	3%	10%	26%	41%	15%	0,123
	Egresado	63	3%	6%	8%	17%	35%	30%	
	Empleador	24	0%	0%	4%	17%	50%	29%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	4%	13%	5%	32%	30%	16%	
	Proveedor	46	2%	0%	9%	37%	28%	24%	
	Sociedad en general	136	4%	6%	8%	28%	29%	26%	
13. La universidad escucha a la sociedad en general y desarrolla proyectos que promueven el desarrollo de las comunidades.	Docente o investigador de otra institución	39	8%	5%	26%	23%	28%	10%	0,029
	Egresado	63	3%	11%	16%	33%	29%	8%	
	Empleador	24	4%	8%	17%	33%	33%	4%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	9%	25%	25%	16%	16%	9%	
	Proveedor	46	11%	15%	7%	54%	13%	0%	
	Sociedad en general	136	5%	12%	17%	31%	26%	10%	
14. La universidad promueve e informa sobre los esfuerzos que realiza para desarrollar proyectos e iniciativas armonizadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	Docente o investigador de otra institución	39	8%	3%	13%	41%	21%	15%	0,026
	Egresado	63	3%	8%	22%	25%	30%	11%	
	Empleador	24	0%	25%	13%	54%	8%	0%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	7%	29%	21%	13%	23%	7%	
	Proveedor	46	13%	11%	13%	37%	20%	7%	
	Sociedad en general	136	7%	13%	12%	27%	32%	9%	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Elemento 5. Explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria.

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
15. La universidad forma profesionales con altos niveles de calidad y pertinencia con las necesidades del mercado local y nacional.	Docente o investigador de otra institución	39	8%	0%	8%	21%	38%	26%	0,022
	Egresado	63	6%	3%	6%	13%	37%	35%	
	Empleador	24	0%	8%	0%	25%	50%	17%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	5%	4%	4%	25%	52%	11%	
	Proveedor	46	7%	7%	0%	15%	46%	26%	
	Sociedad en general	136	2%	2%	5%	17%	32%	41%	

Tabla 11. Elemento 5. Explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria (Continuación).

16. La universidad forma profesionales cívicos, ciudadanos íntegros comprometidos con el cuidado del medioambiente y el bienestar de la sociedad.	Docente o investigador de otra institución	39	3%	8%	3%	28%	44%	15%	0,212
	Egresado	63	5%	6%	5%	13%	46%	25%	
	Empleador	24	0%	0%	25%	13%	50%	13%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	2%	13%	11%	27%	36%	13%	
	Proveedor	46	9%	7%	20%	15%	30%	20%	
	Sociedad en general	136	4%	7%	10%	28%	28%	23%	
17. Los egresados de la universidad tienen vocación de servicio y demuestran su empatía y solidaridad con todas las personas a su alrededor.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	3%	3%	36%	31%	23%	0,001
	Egresado	63	6%	3%	5%	17%	37%	32%	
	Empleador	24	0%	0%	0%	54%	29%	17%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	7%	7%	5%	36%	36%	9%	
	Proveedor	46	9%	15%	11%	30%	28%	7%	
	Sociedad en general	136	1%	4%	15%	24%	34%	22%	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12. Elemento 6. Legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad.

Postulado	Grupo de interés	n	1	2	3	4	5	6	valor-p
18. Reconozco a la universidad por sus logros científicos, técnicos que aportan desarrollo a las empresas y la sociedad en general.	Docente o investigador de otra institución	39	3%	0%	15%	49%	13%	21%	0,009
	Egresado	63	8%	3%	5%	29%	40%	16%	
	Empleador	24	4%	17%	17%	29%	21%	13%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	5%	20%	7%	32%	25%	11%	
	Proveedor	46	9%	11%	9%	28%	28%	15%	
	Sociedad en general	136	3%	7%	7%	25%	38%	21%	
19. Considero que la universidad es un referente nacional y mundial, comprometida con la innovación, la investigación de punta y la difusión del saber.	Docente o investigador de otra institución	39	8%	0%	21%	26%	31%	15%	0,002
	Egresado	63	3%	13%	11%	35%	24%	14%	
	Empleador	24	0%	17%	8%	21%	46%	8%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	16%	9%	16%	30%	27%	2%	
	Proveedor	46	13%	7%	20%	22%	17%	22%	
	Sociedad en general	136	5%	4%	13%	25%	24%	29%	
20. Considero que la universidad reporta sus acciones e iniciativas a la sociedad en general.	Docente o investigador de otra institución	39	5%	8%	13%	38%	33%	3%	0,006
	Egresado	63	2%	8%	25%	24%	33%	8%	
	Empleador	24	4%	13%	17%	29%	33%	4%	
	Estudiante o egresado de otra institución	56	13%	16%	27%	23%	13%	9%	
	Proveedor	46	15%	11%	33%	22%	9%	11%	
	Sociedad en general	136	8%	8%	16%	32%	22%	13%	

Fuente: elaboración propia.

5. Discusión

La responsabilidad social universitaria está vinculada fuertemente con valores éticos de carácter social y moral, como la preocupación por el medioambiente, el sentido de compromiso y pertenencia de la institución con los problemas sociales, políticos y culturales alrededor de esta (Cantillo et al., 2022). Desde los resultados, hay diferencias en la forma como las acciones de la universidad son percibidas por los distintos *stakeholders* para la mayoría de los postulados. Esta afirmación coincide con Rojas-Arenas et al. (2020), quienes sostienen que las diferencias en la forma de percibir se pueden explicar en las expectativas que cada grupo tiene sobre el proceso de formación, lo que a su vez lleva a pensar en la manera en que debe direccionarse el proceso de acuerdo con requerimientos y necesidades de cada grupo.

Los hallazgos revelan que no todos los tipos de *stakeholders* perciben que la universidad publica periódicamente información sobre sus iniciativas en respon-

sabilidad social; además, que no se percibe por igual el acercamiento de la universidad con actores externos. El papel activo de la comunidad juega un rol importante y significativo en la planificación de iniciativas y el desempeño de proyectos financiados que son dirigidos a las comunidades (Ndayizeye y Munene, 2022). La responsabilidad social promueve la sostenibilidad y los *stakeholders* deben ser conocedores de esa línea de trabajo.

Una manera de demostrar que la universidad aprendió a ser responsable socialmente es que se reconozca como formadora de profesionales comprometidos con los valores y la preservación de la sociedad y el medioambiente por todos los grupos. Los elementos “explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social universitaria” y “legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad” resultan importantes para demostrar la adquisición del conocimiento en responsabilidad social universitaria y su puesta en práctica, teniendo en cuenta la opinión de los *stakeholders* para generar autoaprendizaje y mejoramiento continuo (Henríquez

et al., 2018). Los esfuerzos por adquirir y asimilar la responsabilidad social son nulos si todos los grupos no reconocen la pertinencia, calidad y formación de profesionales alineados con valores como servicio, empatía y solidaridad.

Existe el desafío de aumentar el número de participantes, explorando una diversidad más amplia de *stakeholders* para mayor comprensión sobre la percepción del fenómeno de la responsabilidad social (Severino-González et al., 2021). El presente estudio ha logrado el alcance de varios tipos de *stakeholders* y ha permitido con ello abarcar una comprensión mayor de la percepción que varios grupos tienen sobre las acciones de responsabilidad social que se llevan a cabo desde la universidad.

6. Conclusiones

Con el fin de dar respuesta a la pregunta de si las percepciones sobre las acciones de responsabilidad social universitaria son iguales para todos los tipos de *stakeholders*, se deben considerar las siguientes conclusiones sobre cada uno de los elementos analizados.

6.1 Elemento 1. Compromiso para gestionar los impactos sociales y ambientales

Las percepciones no son iguales para todos los tipos de *stakeholders* en lo referente al reconocimiento de la universidad como vecino armonioso que escucha a la sociedad en general y promueve el bienestar urbano y el cuidado del medioambiente (postulado 2), ni en cuanto a la reputación de la universidad de promover equidad y respeto entre las personas (postulado 3).

6.2 Elemento 2. Organización y desarrollo de acciones factibles

Las percepciones no son iguales para todos los tipos de *stakeholders* en lo que tiene que ver con la publicación periódica de información transparente sobre los resultados de los proyectos, iniciativas y programas que la universidad desarrolla (postulado 4); tampoco lo son en cuanto al acercamiento de la universidad con la comunidad local y regional promoviendo reuniones, iniciativas locales e investigación sobre sus necesidades sociales y ambientales (postulado 5), ni en cuanto a la facilidad de acceso a reportes e informes de sostenibilidad y responsabilidad social de la universidad (postulado 7).

6.3 Elemento 3. Iniciativas y recursos necesarios para organizarse

Las percepciones no son iguales para todos los tipos de *stakeholders* en lo relacionado con la socialización de políticas para contratación (postulado 8) ni con la divulgación frecuente de acciones, iniciativas, proyectos y programas sobre responsabilidad social universitaria (postulado 11).

6.4 Elemento 4. Propuestas, iniciativas y acciones para promover una gestión sostenible y una sociedad justa y pacífica

Las percepciones no son iguales para todos los *stakeholders* en los asuntos relacionados con la escucha de la sociedad en general y el desarrollo de proyectos para las comunidades (postulado 13), ni con la promoción de los esfuerzos de la universidad por armonizar sus acciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (postulado 14).

6.5 Elemento 5. Explotación del conocimiento aprendido en responsabilidad social de la universidad

Las percepciones no son iguales para todos los *stakeholders* en cuanto a la formación de profesionales de calidad y pertinentes con las necesidades locales y nacionales (postulado 15) ni con la vocación de servicio de los egresados, empatía y solidaridad con las personas a su alrededor (postulado 17).

6.6 Elemento 6. Legitimidad de la gestión y el desempeño de la universidad

Las percepciones no son iguales para todos los tipos de *stakeholders* en lo relacionado con el reconocimiento de logros científicos y técnicos que aporta a las empresas y la sociedad (postulado 18); tampoco los son respecto al reconocimiento como referente mundial en temas de innovación, investigación y difusión del saber (postulado 19), ni con el reporte de acciones e iniciativas en responsabilidad social (postulado 20).

En síntesis, se puede afirmar que las percepciones sobre las acciones desarrolladas por la universidad en responsabilidad social no son iguales entre los distintos tipos de *stakeholders* para 14 de los 20 postulados (2, 3, 4, 5, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19 y 20). Se sugiere que las directivas consideren los medios para promover entre todos los *stakeholders* el conocimiento y resultados sobre las acciones de responsabilidad social de la universidad.

Una de las limitaciones del presente estudio consiste en que la investigación se realizó en una universidad privada, por lo que se sugiere su réplica en universidades públicas, para el levantamiento de datos que permitan establecer comparaciones alrededor de las percepciones de los *stakeholders* de universidades con características distintas.

Como otra limitación del estudio, se puede mencionar la subjetividad de algunos grupos debido a su cercanía o familiaridad con la institución, por lo cual se propone estudiar las causas que originan las diferencias en la forma como son percibidas las iniciativas en responsabilidad social por parte de los distintos *stakeholders*.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Agradecimientos y financiación

Para esta investigación, se tomó uno de los instrumentos y su correspondiente base de datos de la tesis doctoral *La responsabilidad social universitaria desde el aprendizaje organizacional: el caso de una universidad en Colombia*. Se agradece el apoyo financiero brindado por la Universidad del Norte para el desarrollo de esta investigación.

Referencias

- Alm, K., Beery, T., Eiblmeier, D. y Fahmy, T. (2022). Students' learning sustainability- implicit, explicit or non-existent: A case study approach on students' key competencies addressing the SDGs in HEI program. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(8), 60-84. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-12-2020-0484>
- Anderson, D., Sweeney, D. y Williams, T. (2008). *Statistics for business and economics* (10.a ed.). Thomson/Southwestern.
- Cantillo, N., Pedraza, C. y Suárez, H. (2022). Valores éticos y su implicación con la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista de Filosofía*, 39(Especial), pp. 667-679. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6466512>
- Condori, M., Villavicencio, A. y Reyna, G. (2022). Responsabilidad social universitaria: percepción de docentes y autoridades de universidades públicas peruanas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 38(Especial 6), 314-328. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38848>
- Contreras, O., Talero, L. y Camacho, J. (2019). Efectos de la responsabilidad social empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados: autenticidad o falacia. *Contad. Adm.*, 64 (4), e123. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1631>
- Contreras-Pacheco, O., Talero-Sarmiento, L. y Escobar-Rodríguez, L. (2020). Sostenibilidad, stakeholders y crisis de empresa: un análisis estructurado de percepciones. *Suma de Negocios*, 11(24), 64-72. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2020.v11.n24.a7>
- Espitia, A., Meneses, L. y Huertas, I. (2020). Análisis de las expectativas de los egresados frente a un modelo de responsabilidad social universitaria. *Revista Equidad y Desarrollo*, 1(35), 61-84. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss35.3>
- Gaete, R. (2020). Dirección por valores y responsabilidad social en universidades estatales chilenas. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1), e1073. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1073>
- García-Vargas, M., Martínez-Ayala, L., Cerón-Reyes, M. y Molina-Ruiz, H. (2022). Validez y confiabilidad de un instrumento que permite detectar una revista depredadora. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 9(18), 9-14. <https://doi.org/10.29057/estr.v9i18.8744>
- Gelman, G. (2012). La responsabilidad social universitaria y el desarrollo local: el rol de la Universidad Nacional del Nordeste. *Revista de la facultad de ciencias económicas UNNE*, 9, 163-173. <http://dx.doi.org/10.30972/rfce.091139>
- Henríquez, G. (2021). *La responsabilidad social universitaria desde el aprendizaje organizacional: el caso de una universidad en Colombia* [tesis doctoral]. Universidad del Norte.
- Henríquez, G., Vallaeys, F. y Garzón, M. (2018). El Aprendizaje Organizacional como herramienta para la Universidad que aprende a ser Responsable socialmente. *Pensamiento Americano*, 11(20), 116-140. <http://dx.doi.org/10.21803%-2Fpenamer.11.20.499>
- Herrera, F. (2019). Percepción de las dimensiones de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de parte del grupo de interés interno de la Universidad de Costa Rica (UCR). *Revista Nacional de Administración*, 10(2), 61-75. <https://doi.org/10.22458/rna.v10i2.2731>
- Lazo-Serrano, C. A. (2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(S2), 378-389. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.276>
- Lizcano, J. y Lombana, J. (2018). Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios. *Estudios Gerenciales*, 34(148), 347-356. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.148.2657>
- Lo, C. W., Pang, R. X., Egri, C. P. y Li, P. H. (2017). University social responsibility: Conceptualization and an assessment framework. En D. Shek y R. Hollister (Eds.), *Quality of Life in Asia University Social Responsibility and Quality of Life* (pp. 37-59). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-3877-8_4
- López, S. (2019). Gestión Documental: buena práctica para reducir el consumo de papel en apoyo al desarrollo sostenible. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 7(1), 78-92. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7508002>
- Luangsay-Catelin, C. y Gasner-Bouquet, M. (2018). The University Social Responsibility: New challenges by university governance? *Gestión 2000*, 35(6), 149-169. <https://doi.org/10.3917/g2000.356.0149>
- Mayorga-Ponce, R., Graciano-Ventura, D., Hernández, A., Moctezuma-Jiménez, P., Pérez-Galindo, B. y Roldan-Carpio, A. (2022). Cuadro comparativo de Análisis Paramétrico y No Paramétrico. *Publicación Semestral*, 10(20), 90-93. <https://doi.org/10.29057/ficsa.v10i20.9143>
- Merchán, S. (2022). Responsabilidad social educativa en gestión del riesgo desastres en salud para una ciudadanía sostenible. *Emerging Trends in Education*, 4(8.1), 35-47. <https://doi.org/10.19136/etie.a4n8.1.4788>
- Moura, M. y Tortato, U. (2021). Social responsibility as a competitive advantage for companies: A sustainability research in Paraná's cooperatives in Brazil. En W. Leal Filho, U. Tortato y F. Frankenberger (Eds.), *Integrating social responsibility and sustainable development. World sustainability series* (pp. 123-132). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59975-1_8
- Murillo, G., García, M. y Azuero-Rodríguez, A. R. (2022). Responsabilidad social empresarial, cambio institucional y organizacional del sector petrolero colombiano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 28(1), 175-186. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37683>
- Nepstad, D. (2019). *Evaluación del Impacto de políticas públicas destinadas a reducir la deforestación y degradación y acciones destinadas a la gestión sostenible de los bosques en Ecuador*. Earth Innovation Institute. <https://lc.cx/LXug4y>
- Ndayizeye A. y Munene, P. (2022). Stakeholder Participation and Performance of Funded Project in Rwanda: A Case of Aveh Umurerwa Project in Bugesera District. *Journal of Entrepreneurship & Project Management*, 6(2), 8-32. <https://doi.org/10.53819/81018102t2061>
- Pizarro, K. y Martínez, O. (2020). Análisis factorial exploratorio mediante el uso de las medidas de adecuación muestral KMO y esfericidad de Bartlett para determinar factores principales. *Journal of Science and Research CINGEC 2020*, 5, 904-924. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4453224>
- Ramírez, A. y Polack, A. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 191-208. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.597>
- Rojas-Zerpa, M. (2018). Nociones críticas en la responsabilidad social de la extensión universitaria con la vinculación comunidad. *Revista Scientific*, 3(10), 304-316. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.10.17.304-316>
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruiz, C. y Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información Tecnológica*, 31(4), 221-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Rojas-Arenas, I. D., Vélez-Castañeda, Ch. K., Durango-Marín, J. A., Díaz-Peláez, A. y Rodríguez-Álvarez, A. F. (2020). Percepción del proceso de formación por competencias y su relación con las prácticas empresariales: un caso de estudio. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (60), 46-68. <https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n60a4>
- Rubio-Rodríguez, G., Peña, M., Moncaleano, A. y Sepúlveda, L. (2022). Variables que determinan el impacto de la responsabilidad social en estudiantes de educación superior. *Formación Universitaria*, 15(3), 3-10. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000300003>
- Santana, A. (2022). Evaluación de la responsabilidad social universitaria: una revisión sistemática de literatura. *Emerging Trends in Education*, 4(8A), 16-31 <https://doi.org/10.19136/etie.a4n8A.4754>
- Schwalb, M., Priaté, M. y Vallaeys, F. (2019). *RSU guía de responsabilidad social universitaria*. Ediciones Universidad del Pacífico. <http://dx.doi.org/10.21678/978-9972-57-420-7>

- Sendin, M. E. (2021). Responsabilidad social universitaria: la percepción de los grupos de interés externos. Dice la comunidad. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 11(2), 181-191. <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/perspectivas/article/view/5281>
- Severino, P., Villalobos, A., González, N. y R. Ramírez (2020). Perspectiva de la responsabilidad social empresarial de la salud pública chilena. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1397-1415. <https://www.redalyc.org/journal/290/29065286008/29065286008.pdf>
- Severino-González, P., Villalobos-Antunez, J., Vergara-Gómez, J. y Yáñez-Venegas, M. (2021). Percepción sobre la responsabilidad social corporativa de los estudiantes de educación superior de Chile. *Formación Universitaria*, 14(4), 39-48. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000400039>
- Shaker, Z. y Gerard, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Journal Academy of Management Review*, 27(2), 185-203. <https://doi.org/10.2307/4134351>
- Vallaes, F. (2018). Las diez falacias de la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(1), 34-58. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.12.716>
- Vallaes, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 17(42), 309-333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
- Vallaes, F. y Álvarez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XXI*, 22(1), 93-116. <https://doi.org/10.5944/educxx1.19442>
- Vallaes, F. y Álvarez-Rodríguez, J. (2022). El problema de la responsabilidad social de la Universidad. Teoría de la educación. *Revista Interuniversitaria*, 34(2), 109-139. <https://doi.org/10.14201/teri.28599>
- Vallaes, F., De la Cruz, C. y Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria. Manual de primeros pasos*. Editorial Mc Graw Hill-BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Responsabilidad-social-universitaria-Manual-de-primeros-pasos.pdf>
- Vallaes, F., Solano, D. R., Colquehuanca, R., Schwalb, M., Priale, M. Á. y Pérez, M. R. (2018). *Diseño en implementación del sistema de responsabilidad social (extensión universitaria y proyección social) para universidades*. Sineace. <https://hdl.handle.net/20.500.12982/6178>
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M. y Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.660>