

PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES DE  
LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL  
UNIVERSITARIA (MONTEVIDEO-URUGUAY)

Managerial Sciences faculty Students' perceptions  
about University Social Responsibility

Manuel Díaz Molina  
Silvia Facal Santiago

Universidad de la Empresa, Montevideo (Uruguay)

**MANUEL DÍAZ MOLINA**

UNIVERSIDAD DE LA EMPRESA, MONTEVIDEO (URUGUAY). *mdiaz@ude.edu.uy*

**SILVIA FACAL SANTIAGO**

UNIVERSIDAD DE LA EMPRESA, MONTEVIDEO (URUGUAY). *sfacals@gmail.com*

## RESUMEN

Las teorías de Responsabilidad Social universitaria encuentran sustento en términos de gestión y funcionamiento organizacional, impactos educativos, cognitivos, epistemológicos y sociales que le dan una característica distinta sobre la Responsabilidad Social asociada a las empresas. Teniendo en cuenta estas características, el presente estudio tiene como objetivo, conocer la percepción que poseen los alumnos universitarios de tercer y cuarto año de las carreras de Licenciatura en Administración de Empresas, Licenciatura en Marketing, Licenciatura en Comercio Exterior y Contador Público de la Universidad de la Empresa, respecto a la Responsabilidad Social en la propia universidad. La metodología utilizada es mixta –cuantitativa y cualitativa–, correspondiendo a una investigación con alcance exploratorio-descriptivo, con un enfoque no probabilístico por intención y utilizando como técnica de obtención de datos la encuesta. Los resultados muestran cómo la mayoría de los alumnos encuestados conocen los términos relacionados al desarrollo sostenible, indicando no obstante que estos conceptos no han sido obtenidos en la formalidad curricular de las carreras universitarias estudiadas, sino que han sido adquiridas en la educación extra universitaria (no formal).

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad Social, universidad, investigación, percepción, carreras de grado empresariales.

## ABSTRACT

*The theories of Social University Responsibility find sustenance in terms of management and functioning organizational, educational, cognitive impacts, epistemologists and social that give him a different characteristic on the Social Responsibility associated with the companies. Therefore, the objective of this study is to know the perceptions held by university students of third and fourth year -the highs levels- of Business Administration, Marketing, Foreign Trade and Public Accountant degrees, about Social Responsibility in their university –Universidad de la Empresa-. The methodology used is mixed (quantitative and qualitative approach), corresponding to a exploratory and descriptive research with and non probability sampling –convenience- and utilized as technology of obtaining of information the survey. The results indicate that the majority of the polled pupils know the terms related to the sustainable development, nevertheless these concepts have not been obtained in the formality curricular of the university studied careers, but they have been acquired in the education extra university (not formal).*

**KEYWORDS:** *Social Responsibility, University, investigation, perception, business degree careers. management of technology and innovation as an essential component of their corporate strategy.*

## 1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social (RS) es un término acuñado de manera formal hace bastante tiempo y es posible ubicarlo en la década de los cincuenta. Fue en esta época que Howard Bowen (1953) publicó su libro *Social Responsibilities of the Businessmen*. Esta obra marcaría el inicio moderno de la literatura sobre este tema, e iniciaría un largo debate sobre la naturaleza de las responsabilidades empresariales planteadas, entre otros, por el mismo Carroll (1979) y (1999); Moir (2001); van Marrewijk (2003a).

Tal y como señala Alvarado (2008), no ha sido fácil encontrar una única postura respecto de la evolución histórica sobre el debate de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE); en este camino la proliferación de definiciones ha variado, desde aquellas que incluyen conceptos de investigación y temas alternativos, hasta conceptos que incluyen impacto social, estabilidad en la comunidad, estrategias de soporte a instituciones y, en la última década, a las que incluyen la definición correcta de *stakeholders* (Joyner & Payne 2002).

El concepto de RSE ha variado también, desde una visión de pura maximización de utilidades y visión de servicios a la comunidad identificada, por Lantos (2001), hasta la discusión sobre su validez académica y el inicio de su debate sobre su dimensión moral y epistemológica (Stoney & Winstanley, 2001), incluyendo aproximaciones de términos tales como, respuesta social corporativa, desempeño social modelo de gestión de los *stakeholders*, entre otros.

Hoy en día, el tema de la Responsabilidad Social se ha ampliado a innumerables ámbitos de la vida cotidiana y, entre ellos, a instituciones de carácter público y privado, como son las universidades. Según Gibbons, M. et al. (1994) y Klein, J. T. et al. (2001), una de las formulaciones, quizá más interesantes, en este campo deriva en la Responsabilidad Social de la Universidad –RSU–, entendida como una estrategia que debe buscar una integración holística y sinérgica de todas las dependencias y

facultades de la universidad, para, de este modo, sumarla a sus funciones tradicionales: *administración*, *formación*, *investigación* y *participación social* que, en un contexto contemporáneo, se entiende más como modos de producción de conocimiento, que como conocimiento “socialmente robusto”, porque aporta significativamente al capital social.

Siguiendo entonces esta lógica teórica, y tal como señala Moreno (2007), las empresas consolidadas implementan diversas acciones de Responsabilidad Social respecto a los *stakeholders* (grupos de interés) con los cuales se relaciona: trabajadores, clientes, proveedores, acreedores, accionistas y el conjunto de la sociedad. Como empresas consolidadas consideramos a aquellas que ya han logrado sus objetivos primarios, como la obtención de ganancias y entonces se encuentran ya en condiciones de asumir estas nuevas responsabilidades. Según esta concepción teórica, la universidad, como un ente corporativo, pasa a ser también un ente consolidado (como empresa) desde el momento en que proporciona al mercado laboral su *producto final*, en este caso, los *profesionales* formados en la institución. Sin embargo, como punto previo es necesario entender que la universidad no es, ni debe ser, una empresa y como bien expresa Vallaeys (2005), lo que sí debe hacer es 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 asumir la verdadera exigencia de la RSU, como señala Nava (2008).

Según Vallaeys (2007), desde la perspectiva universitaria, el movimiento de la Responsabilidad Social es un proceso de aprendizaje colectivo que critica el positivismo reduccionista e instrumental de las ciencias administrativas o la contabilidad, entre otras, y que, por el contrario, se debe resaltar que la Responsabilidad Social tiene una dimensión epistemológica fundamental, que es preciso profundizar desde el ámbito académico.

La Responsabilidad Social es, por lo tanto, un intento de reformulación de la naturaleza de las organizaciones, gracias a la

articulación de la teoría de la gestión con la ética y la redefinición de las fronteras de la organización en forma más permeable e integrada a su entorno social y natural, en la confusión, de la organización con el tejido circundante del cual vive y participa (Minvielle, 2006).

El debate actual acerca de un nuevo y necesario contrato social entre universidad y sociedad es trascendental; tal y como señala Carrizo (2006), son frecuentes las discusiones sobre reformas universitarias, especialmente teniendo en cuenta los desafíos relativos a la RSU, la ética del conocimiento y la necesidad de nuevos paradigmas para enfrentar la creciente complejidad de las problemáticas globales y locales.

Si la universidad es considerada también una empresa en términos organizativos y, como señala Drucker (1994), el objetivo y la razón de existencia de una empresa es crear un cliente al cual se le deben dar productos y servicios eficientes y en *continua mejora*, resulta que este último concepto es muy significativo, desde el punto de vista académico, pues se entiende que la educación de personas es un proceso *dinámico y contemporáneo* debe estar siempre al servicio de la sociedad, razón por la cual la RSU ha de asumir los nuevos modelos de educación global.

Para Torres y Trápaga (2010), un importante referente teórico que ha permitido orientar la RSU es lo relativo a la pertinencia Social de la Educación Superior, tema que ha estado presente en prácticamente todas las agendas de trabajo de las reuniones nacionales e internacionales de la UNESCO en las últimas décadas.

Es así como en años recientes, y según la propia UNESCO (2009) en la Conferencia Mundial de Educación Superior, se ha señalado que en comparación con otros debates se ha discutido mucho menos sobre la *Responsabilidad Social* de las instituciones públicas, tales como las universidades y otros institutos de educación superior; no obstante, esa Responsabilidad Social merece más que nunca una reflexión exhaustiva, tanto sobre su índole como sobre su alcance.

La pertenencia como concepto está relacionado con el “deber ser” de las organizaciones, aspecto que se vincula con la

filosofía institucional y una imagen deseable de la misma, pero se enfatiza que este “deber ser” ha de estar ligado a la satisfacción de las necesidades y carencias de la sociedad (Tünnermann, 2000).

En trabajos más actuales, como el realizado por Martí y Martí (2010) se indica que el estudio de la RSU ha sido evaluado desde diversos puntos de vista, como el conocimiento económico, a través del cual es abordado como una organización con procesos internos y externos, referidos a ejemplos de modelos adoptados por las empresas. Otros ejemplos, señalan estos autores, tienen enfoques desde la perspectiva filosófica y la psicológica.

La RSU en este ámbito es reconocida, ya que las instituciones de educación superior son el punto de inflexión de la sociedad actual, el culmen del sistema educativo y la plataforma en la cual se han formado las personas que ocupan cargos de responsabilidad en gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil (Martí et al., 2008). Aquí radica la importancia de contar con profesionales imbuidos en esta temática y para ello es necesario evaluar qué nivel de conocimientos y sensibilidad respecto de los temas de la Responsabilidad Social tienen los estudiantes a punto de finalizar sus carreras profesionales.

En el contexto latinoamericano, el concepto de RSU se ha enmarcado en varios términos muy relacionados entre sí y que van mucho más allá de las tradicionales funciones de la universidad (Docencia, Investigación, Extensión), tal y como señala Jiménez et al. (2004) en el programa “Universidad: Construye País” y se reafirman los conceptos fundamentales como: Dignidad de la persona, Libertad, Ciudadanía, Democracia y Participación, Socialidad y solidaridad para la convivencia, Bien común y equidad social, Desarrollo sostenible y Medioambiente, Aceptación y aprecio de la diversidad.

Además, en este proyecto de RSU “Universidad Construye país” se definió un enfoque en relación a cuatro funciones sustantivas de la universidad (Docencia, Investigación, Extensión y Gestión) y no tres como era costumbre. La gestión fue añadida no como un mero apoyo y sustento a la funciones académicas, sino

como una fuente importante de formación ética de la comunidad universitaria, realizada en el propio “campus” universitario donde se producen los hábitos rutinarios de convivencia (toma de decisiones, solución de conflictos, trato a empleados, selección reproveedores, etc.) (Vallaey, 2008).

Siguiendo esta línea teórica, entonces, lo que la universidad debe administrar en forma ética y transparente son cuestiones tales como: los impactos organizacionales, educativos, cognitivos y sociales. En este punto es donde la RSU se aleja de la RSE por cuanto debe encargarse de impactos desconocidos para las empresas, como son los impactos académicos que conducen a soluciones de orden pedagógico y epistemológico (Vallaey, 2007).

La ética ciudadana, esto es, los ciudadanos concebidos como sujetos de derecho y deberes, la ética de la cooperación generada por los procesos de globalización, la ética de la generosidad y del altruismo y el reconocimiento por parte de los ciudadanos de que son portadores de virtudes y riquezas basados en principios fundamentales, han sido uno de los pilares del proyecto “Universidad Construye país” (Jiménez et al., 2004). En estos mismos conceptos coincide Kliskberg (2006), quien señala que la ética del desarrollo necesita ser activada e incorporada en la agenda universitaria, tanto en el campo de la investigación, como de la formación de los graduados; formar éticamente implica nutrir al estudiante de experiencias reales de trabajo junto a la comunidad destinataria de su ayuda.

De acuerdo con lo anterior, la RSU exige, desde una visión holística para articular las diversas partes de la institución, un proyecto de promoción social de principios éticos y desarrollo social equitativo y sostenible para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente éticos (Jiménez et al., 2004).

Tal y como señala Vallaey (2005), entre las estrategias socialmente responsables para lograr una universidad comprometida en este ámbito podemos mencionar: participación integrada de los grupos de interés internos y externos, articulación de los planes de

estudio, investigación, extensión, métodos de enseñanza y auto-diagnóstico que brindan a la institución herramientas apropiadas de medición, en la rendición de cuentas a los grupos de interés. El esfuerzo de autodiagnóstico dará lugar a interesantes proyectos de “investigación-acción”, en el mismo “campus”, en los cuales los estudiantes pueden participar desde sus mismos cursos de carrera. A partir del contraste entre lo que diagnosticamos y lo que declaramos (discurso misional de la universidad) podemos planificar las áreas de mejora, siempre con las partes interesadas, en prioridad a los estudiantes, docentes y administrativos, siempre con un espíritu de mejora continua (Vallaey, 2008).

En el ámbito nacional los trabajos realizados en el área de RSU están relacionados, principalmente, a los que realizan la universidades agrupadas en la red AUSJAL (Asociación de Universidades confiadas a la compañía de Jesús en América Latina) y también la Universidad de la República, a través de la Facultad de Ciencias Sociales (Departamento de Economía) y la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración; en este último caso existen, a nivel de grado y postgrado, cursos de RSE. En términos generales, estas actividades (comunes a todas las universidades) tienen entre sus objetivos fundamentales: redefinir planes de estudio, establecer una agenda de investigación sobre esta temática, crear espacios de reflexión, tanto intra como inter universidades, y de relacionamiento con otros actores involucrados, tales como Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), Estado etc. (Licandro, 2009). Además, tal y como señalan Caballero, Moreira & Moreira (2008), desde el propio Estado uruguayo se ha reafirmado la importancia de la Responsabilidad Social, pues ha partido de la órbita estatal el llamado a una “Mesa de diálogo sobre Responsabilidad Social” en el año 2006 que involucró a buena parte de las organizaciones de la sociedad civil, empresas públicas y privadas, organismos estatales y universidades, destacándose con ello la importancia de esta temática.

En el caso de la Universidad de la Empresa, este trabajo surge de la necesidad de obtener la primera aproximación sobre

la percepción que tienen los futuros profesionales formados en esta institución sobre el rol de la Universidad, y del profesional egresado de esta casa de estudios superiores. Es el primer intento de evaluar si existe una coherencia moral en el discurso (declaraciones de principios de la misión y visión) y la práctica académica e institucional que realiza la Universidad en su quehacer cotidiano.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Los factores que condicionan la *percepción* de los estudiantes respecto de la RS pueden ser de muy distinta índole, por lo cual este estudio se realiza con el fin de obtener una primera aproximación y, con base en esta identificación, plantear estudios más profundos que permitan correlacionar las respuestas encontradas con un alto grado de confiabilidad, y proponer un modelo teórico de enseñanza en este aspecto en el ámbito universitario.

Por lo tanto, el objetivo general del estudio *es obtener una primera aproximación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales respecto de los conceptos relacionados con RSU.*

## 3. METODOLOGÍA

La investigación tiene un alcance *exploratorio-descriptivo*, es de carácter *no experimental* y *no probabilístico* y se realizó con una muestra de 95 alumnos sobre una población total de 799 matriculados en la Facultad de Ciencias Empresariales, según último dato oficial (MEC, 2009). A ellos se les administró una encuesta voluntaria que involucró a alumnos, pertenecientes a las carreras de Licenciatura en Administración de Empresas, Licenciatura en Marketing (alumnos de tercer año), Licenciatura en Comercio exterior y Contador Público (alumnos de cuarto año). Esta elección se realizó debido a que en este nivel los alumnos encuestados ya han realizado, en su conjunto, más de 70% de las asignaturas correspondientes al total necesarios para obtener el grado de licenciatura. De este modo, se pueden hacer juicios

y/o conclusiones sobre las informaciones que dichos alumnos poseen sobre el tema, tanto de carácter formal como informal. El enfoque principal de las preguntas de la investigación nació de la revisión bibliográfica de los trabajos realizados por Rivera y Lissi (2004), Jiménez et al. (2004) y Moreno (2007) y de la lógica modificación, según el enfoque buscado por los investigadores. Las variables utilizadas en la primera parte corresponden a escala dicotómica y la segunda a una escala de Likert.

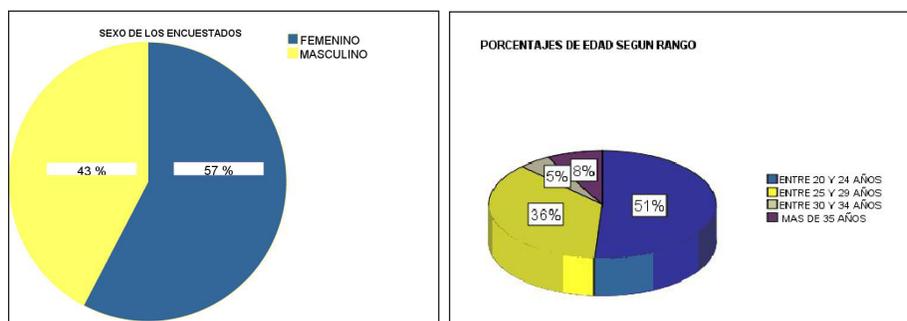
#### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

##### 1. PARTE PRIMERA

##### 1.1. Perfil de los encuestados

En cuanto al perfil de los encuestados se pueden mencionar los siguientes aspectos:

##### 1.1.1. *Sexo y Edad*



Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 1.**

Sexo de los encuestados

**Figura 2.**

Porcentajes de edad, según rango

Según se puede observar en la figura 1, más de la mitad (57%) del total de encuestados correspondió a estudiantes de sexo

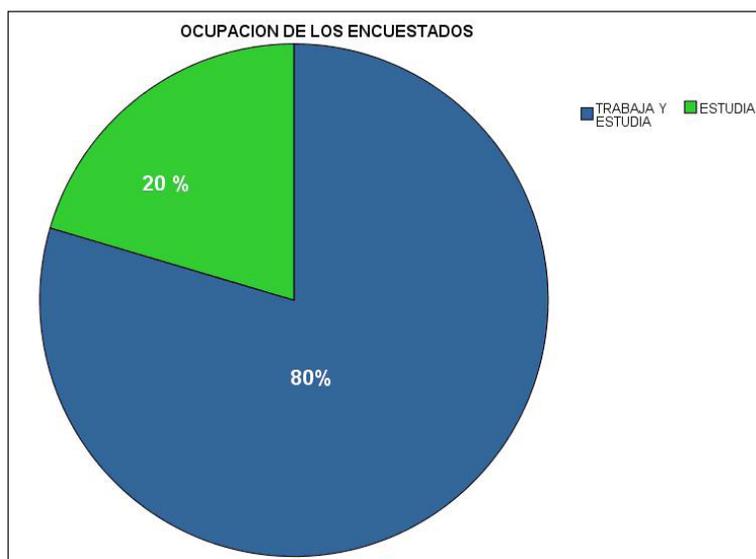
femenino, y un 43% al sexo masculino; esta situación coincide con la proporción de estudiantes femeninos y masculinos en el total de matrícula de la Universidad de la Empresa, que según el MEC (2009) indicaba que del total de matriculados en la Facultad de Ciencias Empresariales el 51% eran mujeres y el 49.% eran del sexo masculino.

En trabajos actuales y similares (desde el punto de vista del diseño de investigación) realizados en diversos países de Iberoamérica (Martí-Vilar et al., 2010) (red universidades responsables) se encuadran situaciones diversas de participación en encuestas de este tipo, según sexo, siendo en su gran mayoría el femenino entre 80 y 85% en el caso de España y Perú y con valores similares de distribución para los casos de Colombia y Chile (56 y 55%), situación más cercana al estudio realizado en nuestra universidad.

Con relación a la edad de los encuestados, en la figura 2 se puede apreciar cómo más de la mitad (51%) de los encuestados se encuentran en el rango de edad que va desde los 20 hasta los 24 años; un 36% en el rango de 25 a 29 años, y el porcentaje restante se ubica en los dos últimos rangos, es decir, entre 30 y 34 años y más de 35 años. Esta situación es característica de la Universidad de la Empresa, por cuanto el segundo rango de adultez (25 a 29 años) tiene un valor significativamente alto, teniendo en cuenta que, en términos teóricos, las carreras sobre las cuales se realizó el trabajo de investigación tienen solo una duración de 4 años.

### 1.1.2. *Ocupación de los encuestados*

En este punto se solicitó a los alumnos participantes indicar su situación laboral y académica.



Fuente: Elaboración propia (2011).

Figura 3. Ocupación de los encuestados

En la figura 3 se observa que el 80% de los encuestados *trabaja y estudia* al mismo tiempo, situación característica de la Universidad de la Empresa y que puede determinar un perfil típico de los alumnos; se trata por lo tanto de “*alumnos-trabajadores*”. La figura antes mencionada también muestra cómo solo el 20% de los encuestados dedica su tiempo exclusivamente a estudiar.

Según Martí-Vilar et al. (2010), en los países donde se realizó “*el estudio iberoamericano de la educación universitaria en la responsabilidad social*” se observan dos situaciones distintas: por una parte, en Chile y Perú solo un 22 y 27% de los alumnos *trabaja y estudia* al mismo tiempo, mientras que en España y Colombia esta misma situación representa un 43 y 47%, respectivamente. Esto marca una diferencia notoria respecto de nuestra Universidad, donde cerca del 80% de los estudiantes encuestados *trabaja y estudia* al mismo tiempo, y este aspecto es una característica específica que podría tener influencia en todos los aspectos evaluados en esta investigación y que requiere, sin lugar a dudas,

una investigación en profundidad que pudiera ser evaluada través de relaciones causa-efecto (nivel correlacional-explicativo).

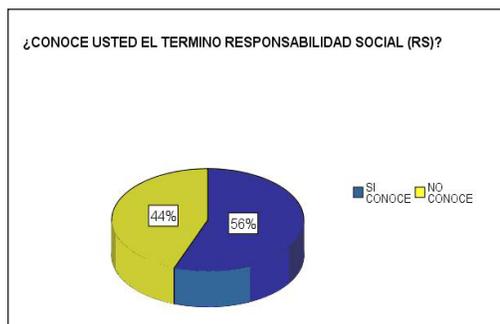
## 1.2. Conocimientos básicos de RS y relaciones de temáticas involucradas

En este apartado se han agrupado las preguntas en dos aspectos fundamentales:

- Conocimiento de normas involucradas en el área RS.
- Percepción del rol profesional sobre estas.

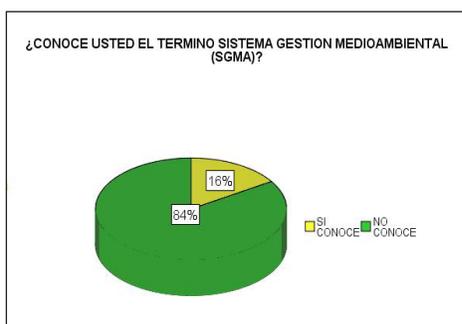
### 1.2.1. Conocimientos generales

Se intenta agrupar en tres preguntas realizadas en la encuesta, en un *contexto muy general*, los conocimientos básicos que poseen en estas áreas los alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales.



Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 4.** Conocimiento del término Responsabilidad Social



**Figura 5.** Conocimiento del término Sistema Gestión Medioambiental (SGMA)

Según se desprende de la información brindada por los participantes, en la figura 4 el término Responsabilidad Social es conocido por un 56% de los alumnos encuestados, mientras que un 44% desconoce este término.

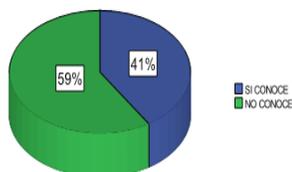
Como se observa en la figura 5, el término Sistema de Gestión Medioambiental (SGMA) es conocido sólo por el 16% de los encuestados, mientras que una gran mayoría de los estudiantes desconoce el término en cuestión (84%).

Es interesante destacar la notoria diferencia de respuestas, en cuanto al conocimiento de los términos evaluados; una hipótesis posible, entre varias, podría estar enmarcada en la lejanía académica (relación de conocimientos formales e informales sobre el tema en los alumnos) que representa el término de Sistema de Gestión Ambiental. Domínguez y López (2009) encontraron que en una encuesta a estudiantes de Trabajo Social (24 alumnos) sobre el término Responsabilidad Social, el 100% de ellos conocían este término; sin embargo, esta respuesta favorable se logró después de evaluar en un periodo de cuatro años esta cuestión.

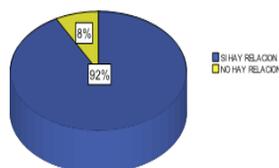
### 1.2.2. Percepción del rol profesional sobre la temática.

En estas tres preguntas se ha intentado evaluar, en *términos generales*, si los alumnos perciben que su rol profesional tiene alguna vinculación con el modelo de desarrollo sostenible.

¿CONOCE USTED EL TERMINO ISO 26000?



¿CREE USTED QUE EXISTE RELACION ENTRE CRECIMIENTO ECONOMICO Y SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL?



Fuente: Elaboración propia (2011).

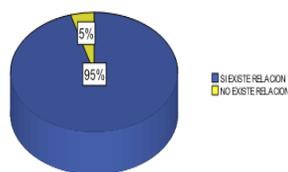
Figura 6. Conocimiento sobre ISO 26000

Figura 7. Relación entre crecimiento el término económico y sustentabilidad ambiental

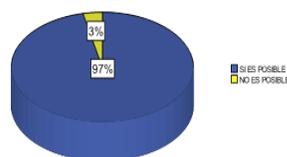
En la figura 6 se observa que el término ISO 26000 es conocido por un 41% de los encuestados, mientras que un porcentaje mayor (59%) desconoce esta norma de calidad. Este valor es significativo si se considera que los alumnos no han tenido en su currículo educación formal en este aspecto. A su vez es un valor relativamente alto, si se relaciona con el conocimiento del término Responsabilidad Social de la pregunta 4 (56% reconoce el término RS).

Tal y como se observa en la figura 7, para la gran mayoría de los alumnos encuestados (más del 90%) existe una relación directa entre crecimiento económico y desarrollo sostenible, mientras que solo una minoría considera que no existe tal relación. Esta respuesta indica una percepción muy alta, si se considera la falta de asignaturas en el plan de estudios que aborden la temática de desarrollo sostenible de forma holística. Las razones de esta alta percepción por parte de los alumnos encuestados requiere, sin lugar a dudas, de una investigación más profunda, debido, principalmente, a la multicausalidad que podría tener como origen estas respuestas.

¿CREE USTED QUE EXISTE RELACION ENTRE PROFESIONALES DEL AREA DE LA ADMINISTRACION Y DESARROLLO SOSTENIBLE



¿CREE USTED QUE LOS ALUMNOS PUEDEN PROMOVER ACCIONES DE CUIDADO Y RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE EN LA UNIVERSIDAD?



Fuente: Elaboración propia (2011)

**Figura 8.** Relación entre el rol profesional sostenible

**Figura 9.** Relación entre desarrollo promoción de acciones de cuidado y respeto por el medio ambiente en la Universidad

Como se observa en la figura 8, para casi la totalidad de los alumnos encuestados (95%) existe una relación directa entre sus roles profesionales y el desarrollo sustentable. Sólo un 5% de los encuestados considera que no hay tal relación.

Incluso, en la figura 9 se observa que para casi la totalidad de los alumnos encuestados (97%) es absolutamente posible la promoción de actividades de cuidado y respeto por el medio ambiente, promovido por los propios estudiantes en la Universidad de la Empresa.

Es notoriamente interesante, desde el punto de vista académico, que los alumnos encuestados consideren, en tal altos porcentajes, tanto que sus roles profesionales, como sus propias iniciativas puedan estar tan vinculadas con los modelos de desarrollo sostenible. Situación que se destaca aún más si en la formalidad curricular no han existido herramientas que recojan estas vinculaciones. Es posible plantearse nuevas hipótesis en estos aspectos que tienen que ver con la formación fuera de las aulas de la universidad, y motivadas por las acciones profesionales del ámbito laboral de sus respectivas empresas o por la propia iniciativa de realización de cursos específicos en esta área, que de forma paralela realizan estos *estudiantes-trabajadores*. Esta situación sugiere, no obstante, que en principio el perfil del alumno encuestado sería la fuente de variación más importante, al momento de evaluar y definir cursos metodológicos en el área de Responsabilidad Social.

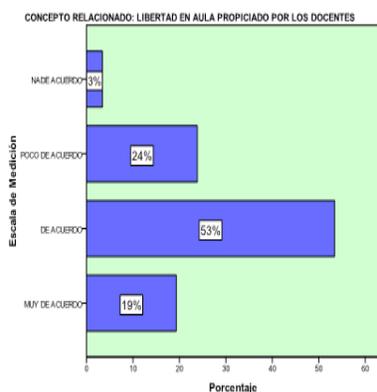
## 2. PARTE SEGUNDA

### 2.1. La Universidad como ente formador

Esta ronda de preguntas está basada en la versión actualizada del documento “Observando la Responsabilidad Social Universitaria”, del grupo coordinador “Universidad: Construye País” (Jiménez et al., 2004), el cual pareció ser el más adecuado a los intereses de esta investigación y en el que se realizaron las modificaciones pertinentes para este estudio.

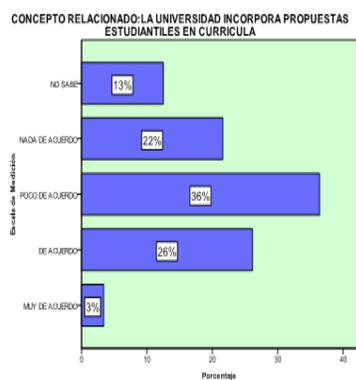
### 2.1.1. Percepciones en el ambiente universitario

Para ello, se han agrupado en cuatro preguntas que intentan percibir si los alumnos encuestados consideran que la Universidad propicia un espacio de libertad y comunicación frente a las inquietudes de los alumnos.



Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 10.** Percepción:  
Libertad en aula

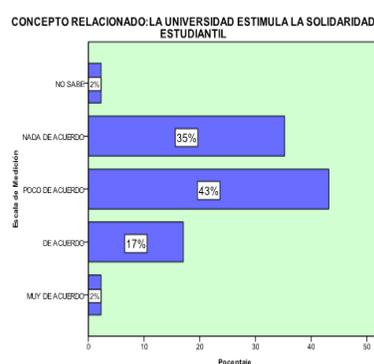
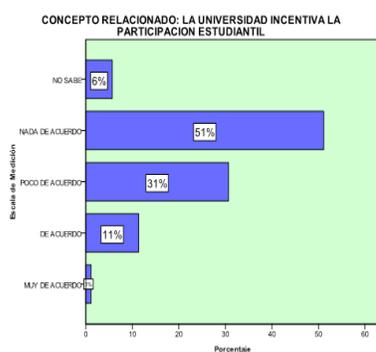


**Figura 11.** Percepción:  
La propiciado por los Docentes.  
Universidad incorpora propuestas  
de los estudiantes en la Currícula

Según se desprende de las respuestas brindadas (figura 10), más de un 70% de los encuestados considera que en la sala de clases los docentes de la Universidad de la Empresa permiten que se expongan, con total libertad, los distintos pensamientos, que ellos tienen respecto de la sociedad. Sólo el 30% restante considera que esa libertad de expresión no es posible en el aula.

Como se observa en la figura 11, respecto de la posibilidad de incorporar propuestas de los propios estudiantes en los currículos académicos, solo es 29% considera que esto es posible, mientras que más de la mitad de los alumnos encuestados (58%) considera que esto no es factible en la Universidad de la Empresa.

Es interesante destacar esta contraposición de los porcentajes obtenidos en la encuesta, a pesar del alto porcentaje de libertad en el aula que expresan los alumnos (70%); esta expresión no es transmitida en términos académicos hacia las autoridades de la Universidad, pues los encuestados indican que sus aportes en materia curricular no son incluidos por la misma (58%). Habría que evaluar por qué no es posible transferir esta situación y profundizar en las preguntas evaluadas.



Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 12.** Percepción:  
la Universidad  
participación estudiantil

**Figura 13.** Percepción:  
la incentiva la Universidad  
estimula la solidaridad estudiantil

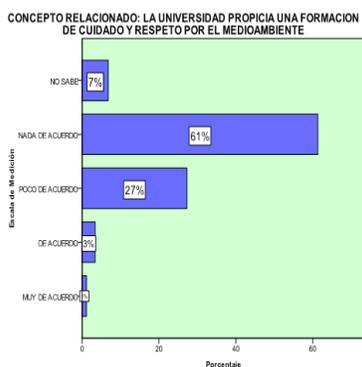
Tal y como se observa en la figura 12, sólo un 11% de los encuestados considera que la Universidad estimula la participación de los alumnos en algún órgano interno de la facultad; sin embargo, para la gran mayoría de ellos, más del 80%, no se brindan estímulos por parte de la Universidad para participar en organizaciones internas de la corporación.

Además, como se puede observar en la figura 13, sólo un 19% de los alumnos encuestados considera que la universidad estimula la solidaridad estudiantil; para la gran mayoría de ellos (78%) la universidad no crea instancias para estimular la cooperación, ni la solidaridad entre los estudiantes.

En este aspecto, queda de manifiesto que la Universidad no ha integrado la participación estudiantil en prácticamente ninguno de los ámbitos evaluados. Esta situación tiene varias interrogantes; la falta de compromisos de la propia Universidad podría ser una hipótesis planteada, así como también que el propio perfil del *estudiante-trabajador* no permite la mayor incorporación de estos a los órganos internos de la Universidad. Esta situación plantea evaluar en profundidad estas cuestiones.

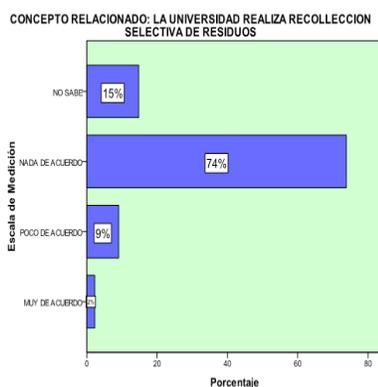
### 2.1.2. Percepciones del rol de la Universidad en temáticas de Medioambiente

Tal y como se observa en la figura 14, para la gran mayoría de los alumnos encuestados (88%), la universidad no propicia una formación respecto del medioambiente; sólo un mínimo porcentaje (4%) considera que sí hay formación por parte de la Universidad en esta cuestión.



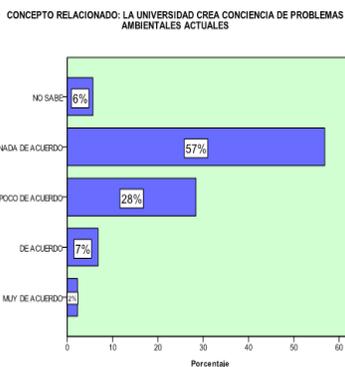
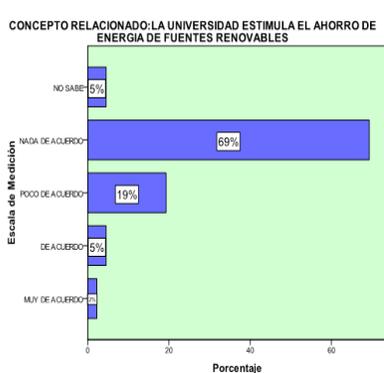
Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 14.** Percepción:  
la Universidad  
propicia una formación de  
cuidado respeto por el medio  
ambiente



**Figura 15.** Percepción:  
La Universidad realiza  
recolección selectiva de residuos

Como se observa en la figura 15, para la mayoría de los encuestados (74%) la Universidad no realiza recolección selectiva de residuos y, en este caso concreto, se observa un alto porcentaje de respuesta (15%) a la opción *no sabe*.



Fuente: Elaboración propia (2011).

**Figura 16.** Percepción: la Universidad estimula el ahorro de energía de fuentes renovables

**Figura 17.** La Universidad crea conciencia de problemas ambientales actuales

Como se observa en la figura 16, la gran mayoría (88%) de los alumnos encuestados percibe que la Universidad no estimula el ahorro de energía de fuentes renovables, mientras que, por el contrario, solo un 7% considera que sí lo hace.

Tal y como se observa en la figura 17, un 85% de los alumnos encuestados considera que la Universidad no crea conciencia sobre los problemas ambientales actuales y sólo un 9% considera que sí sensibiliza a la población estudiantil sobre esta temática.

En este caso es interesante destacar que los alumnos encuestados perciben que la Universidad no ha realizado una gestión adecuada sobre la temática medioambiental en la misma. Esta situación contrasta con las respuestas obtenidas en las preguntas 8 y 9, en las cuales una gran mayoría (más de un 90%) contestó

que son importantes, tanto el rol profesional, como las actividades o iniciativas que en esta temática puedan generar los propios alumnos. Esto obliga a profundizar en próximas investigaciones sobre la relación de compromiso personal y profesional evidenciada por los alumnos en una situación que, desde el punto de vista de la formalidad académica, la Universidad no ha incursionado y, sin embargo, los alumnos reconocen como muy importante.

## 5. CONCLUSIONES

De la realización de este trabajo se puede concluir lo siguiente:

- a. La mayoría de los alumnos encuestados tiene un perfil *trabajador-estudiante* (80%) con un rango de edad que va entre los 20 a 29 años (87%), lo cual podría determinar características específicas de comportamiento y percepciones.
- b. La gran mayoría de los alumnos encuestados considera que existe relación entre los roles profesionales y el modelo de desarrollo sostenible.
- c. La gran mayoría de los alumnos encuestados considera que la iniciativa estudiantil puede generar actividades de respeto y preservación del medioambiente.
- d. Si bien es cierto que la gran mayoría de los alumnos estima que existe libertad en el aula para exponer ideas, para la gran mayoría de ellos la Universidad no ha estimulado la participación ni la solidaridad estudiantil.
- e. Para la gran mayoría de los alumnos encuestados, la Universidad no ha estimulado ni incentivado en los alumnos una conciencia sobre los problemas ambientales actuales, a pesar de que la gran mayoría considera que son importantes, tanto en su formación profesional como personal.

En términos generales, se puede concluir que para este grupo de alumnos encuestados la mayoría de los términos relacionados a Responsabilidad Social son conocidos y, además, los conocimientos y las percepciones que sobre esta temática tienen han sido obtenidas no desde la Universidad, sino, por el contrario, se ubican en la esfera del conocimiento informal (colectivo e individual), lo cual provoca un desfase en el nuevo rol que la Universidad debería asumir en sus formas académicas y profesionales. Debido a la multiplicidad de factores que existen sobre comportamientos y percepciones socialmente responsables en alumnos universitarios, es evidente que en futuras investigaciones que aborden el tema se deberán realizar desde un enfoque correlacional–explicativo (causa-efecto) para intentar diseñar metodologías de enseñanza más correctas en este ámbito.

## REFERENCIAS

- Alvarado, A. (2008). Responsabilidad Social Empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Tesis Doctoral, Universitat de Valencia. 457 p.
- Bowen, H.R. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row. Citado en: Alvarado A. Responsabilidad Social Empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Tesis Doctoral. Universitat de Valencia, 457 p.
- Caballero, E., Moreira, N. & Moreira, P. (2008). Responsabilidad Social: marco teórico a nivel Institucional en Reino Unido y Brasil, análisis de las herramientas de reporte utilizadas en Brasil y estudios de casos de empresas que actúan en el país pertenecientes a los siguientes sectores: Laboratorios farmacéuticos, medios de comunicación, empresas de publicidad y encuestadoras. Tesis de Grado Contador Público. Universidad de la República. 287 p.
- Carrizo, L. (2006). Conocimiento, responsabilidad social y desarrollo. Retos y desafíos hacia la universidad transdisciplinaria. [Mimeo]. Conferencia presentada en el I Foro Regional sobre Responsabilidad Social Universitaria. Córdoba, Argentina. 2005 Disponible en: <http://www.ausjal.org/cartas/carta25.pdf>

- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4 (4), 17.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.
- Domínguez, M., & López C. (2009). Estudiantes universitarios opinan sobre la responsabilidad social universitaria. Universidad de León. *Humanismo y Trabajo Social*, 8, 223-246.
- Drucker P. (1994). *La sociedad post-capitalista*. Bogotá: Norma.
- Gibbons, M. et al. (1994), *The new production of knowledge. The dynamics of science and research in contemporary societies*. Londres: Sage.
- Jiménez, M., De Ferrari, J., Delpiano, C. & Andrade L. (2004). Universidad Construye País. Observando la Responsabilidad Social Universitaria Disponible en [http://www.redivu.org/docs/publicaciones/Proyecto\\_Universidad\\_Construye\\_Pais\\_OBSERVANDO.pdf](http://www.redivu.org/docs/publicaciones/Proyecto_Universidad_Construye_Pais_OBSERVANDO.pdf)
- Joyner, B. & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: a study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41 (4), 297-311.
- Klein, Julie T. et al. (Eds.) (2001). *Transdisciplinarity: joint problem solving among science, technology an society*. Basel: Birkhauser Verlag.
- Kliksberg, B. (2006). *Más ética, más desarrollo*. Buenos Aires: Edit. RSL, 224 p.
- Lantos, G. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18 (7), 595-632.
- Licandro, O. (2009). Responsabilidad Social Universitaria: un reto para las universidades uruguayas1. Disponible en:<http://www.redunirse.org>
- Martí, J. J. & Martí, M. (2010). La responsabilidad Social universitaria: una universitat empàtica? *Revista Nou Dise*, 362 (4).
- Martí-Vilar, M. et al.(2010). Estudio iberoamericano sobre influencia de la educación universitaria en la responsabilidad social. Disponible en: <http://www.universidades-responsables.org/wordpress/wp-content/uploads/2011/05/Comunicación-CIPE2011-Estudio-VARIABLES-RSU.pdf>
- Martí, J. J., Martínez, F., Martí, M. & Marí, R. (2008). Responsabilidad social universitaria: acción aplicada de valoración del bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas. *Revista Polis*, 5 (18).

- Ministerio de Educación y Cultura (2009). Anuario estadístico. Dirección de Educación Área de Investigación y Estadística Disponible en: [http://www.mec.gub.uy/innovaportal/file/4269/1/anuario\\_estadistico\\_educacion\\_2009.pdf](http://www.mec.gub.uy/innovaportal/file/4269/1/anuario_estadistico_educacion_2009.pdf)
- Minvielle, A. (2006). Les parties prenantes: un objet frontière. In Bonnafeuf-ouchet, M. y Pesqueux, Y.: *Décider avec les parties prenantes. Approches d'une nouvelle théorie de la société civile*. Paris: La Découverte.
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1 (2), 16-22.
- Moreno, E. (2007). Estado de percepción de la RS de estudiantes universitarios. XIII World Forum Corporate Social Responsibility International Association of Jesuit Business Schools IAJBS Guadalajara Mexico. Disponible en: <http://www.iajbs.org/resources/118.pdf>
- Nava, R. (2008). La Responsabilidad Social Universitaria. III Jornadas de Desarrollo Gerencial Cabimas, 12 y 13 de 2008. Disponible en: <http://www.redeconomia.org.ve/documentos/desageren/resociuniv.pdf>
- Rivera, N. & Lissi M.R. (2004). La Responsabilidad Social: cómo la viven tres grupos de estudiantes de enseñanza media en Chile. *Psyche*, 13, (2), 117 – 130 Disponible en: [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22282004000200009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22282004000200009&script=sci_arttext).
- Stoney, C. & Winstanley, D. (2001). Stakeholding: confusion or utopia? Mapping the conceptual terrain. *Journal of Management Studies*, 38 (5), 603-626
- Torres, M. & Trápaga, M. (2010). *Responsabilidad Social de la Universidad. Retos y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós SAICF, 236 p.
- Tünnerman, C. (2000). *La educación superior y los desafíos del siglo XXI*. Managua: Fondo Editorial CIRA.
- UNESCO (2009). Comunicado conferencia mundial sobre la educación superior: la nueva dinámica sobre la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo París: UNESCO. Disponible en: [http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado\\_es.pdf](http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_es.pdf) (último acceso marzo 2011)
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44 (2/3), 95-105.

- Vallaey, F. (2005). La Responsabilidad Social de la Universidad.  
Disponible en: <http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=111>
- Vallaey, F. (2007). Breve marco teórico de Responsabilidad Social Universitaria, Universidad de las Américas de Puebla, Banco Interamericano de Desarrollo, [http://www.udlap.mx/rsu/pdf/1/BreveMarcoTeodelaResponsabilidad SocialUniv.pdf](http://www.udlap.mx/rsu/pdf/1/BreveMarcoTeodelaResponsabilidadSocialUniv.pdf),
- Vallaey, F. (2008). Responsabilidad Social Universitaria: Una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades. *Educación Superior y Sociedad*, 12, (2) 193-219. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001820/182067s.pdf>