Alianza de Investigadores Internacionales S.A.S
Fondo Editorial ALININ



Revista Temario Científico

Vol. 4 Nro. 1. Enero - Junio, 2024
ISSN 2805-850X

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

Revista Temario Científico
Publicación continua, Enero-Junio, 2024
E-ISSN 2805-850X
Alianza de Investigadores Internacionales, SAS (ALININ)

Cómo citar:
Villazón, E. y Pérez, W. (2024). Modelo de gestión de Responsabilidad Social de la Universidad del Magdalena y su articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Revista Temario Científico. 4*(1). e24408. DOI: https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.124.8

MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA Y SU ARTICULACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Edinson José Villazón Vega, William Pérez Cantillo

Villazón, E

Magíster Scientiarum en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo. Docente de la Institución Educativa 'Enoc Mendoza Riascos', en la ciudad de Ciénaga, Departamento del Magdalena, Colombia.

Pérez, W.

Doctor en Ciencias Sociales, mención Gerencia, Magíster en Educación. Docente Titular de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Cartagena, Departamento de Bolívar, Colombia.

Palabras clave

Desarrollo Sustentable, modelo de gestión, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Responsabilidad Social.

Keywords

Management model, Social Responsibility, Sustainable Development, Sustainable Development Goals.

Recibido: 30/04/2024
Aceptado: 13/06/2024

https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.124.8

CC BY NC SA

Resumen

El propósito de esta investigación fue analizar el modelo de gestión de Responsabilidad Social de la Universidad del Magdalena y su articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en el entorno social donde ejerce su función formadora. Está sustentada teóricamente por García (2020), Oyala (2020), Carroll (1991), la CEPAL (2023), entre otros autores. La investigación es de tipo descriptiva, de enfoque cuantitativo, contando con una población de 15 directivos de la Universidad del Magdalena. El instrumento para la recolección de información fue una escala de frecuencia compuesta por 10 ítems, de cinco (5) alterativas de respuesta: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca. Las técnicas de análisis y procesamiento de la información fue la estadística descriptiva. Los resultados evidencian que, en la Universidad del Magdalena, existe un compromiso institucional que se desprende de su responsabilidad social en el desarrollo de comunidades sostenibles permitiendo asumir un protagonismo influyente en la sociedad y la cultura, en aras del desarrollo y la movilidad social, elementos presentes en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por otra parte, se percibe una percepción positiva, en relación con su compromiso social y ético, en estrecha relación con el desarrollo sostenible, haciendo posible la presencia favorable de un modelo organizacional en la universidad.

SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT MODEL OF THE UNIVERSITY OF MAGDALENA AND ITS ARTICULATION WITH THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Abstract

The purpose of this research was to analyze the Social Responsibility management model of the University of Magdalena and its articulation with the Sustainable Development Goals, in the social environment where it exercises its training function. It is theoretically supported by García (2020), Oyala (2020), Carroll (1991), ECLAC (2023), among other authors. The research is descriptive, with a quantitative approach, with a population of 15 managers from the University of Magdalena. The instrument for collecting information was a frequency scale composed of 10 items, with five (5) response alternatives: always, almost always, sometimes, almost never and never. The data analysis and processing techniques were descriptive statistics. The results show that, at the University of Magdalena, there is an institutional commitment that arises from its social responsibility in the development of sustainable communities, allowing it to assume an influential role in society and culture, for the sake of development and social mobility, elements present in the Sustainable Development Goals. On the other hand, a positive perception is perceived, in relation to its social and ethical commitment, in close relationship with sustainable development, making possible the favorable presence of an organizational model at the university.

Introducción

En la modernidad las organizaciones de todo orden sean estas, empresas, universidades, corporaciones, institutos, entre otras de similar importancia, tienen que replantear su filosofía de gestión y/o estratégica si quieren adaptarse en un mundo competitivo y globalizado, caracterizado por retos y desafíos globales en la era del conocimiento. En ese contexto, las Instituciones de Educación Superior (IES), son un referente ineludible, caracterizadas por ser organizaciones inteligentes donde el capital humano es su esencia, encaminada a la formación integral del hombre en todas las dimensiones posibles: intelectual, humano, competitivo, crítico, autocritico, reflexivo, autónomo, consciente, como sujeto capaz de promover con su educación al fomento de la cultura y la transformación social, acorde con las necesidades más apremiantes de las sociedades.

En ese sentido, García (2020) sostiene que "la Responsabilidad Social Universitaria adquiere un verdadero significado social y contextual dentro del espacio universitario, donde se vienen gestando verdaderos cambios en la forma de gestionar y gerenciar la educación, para transformarla en verdadera praxis educativa, alineada al sentir ciudadano" (p.32).

En ese orden de ideas, las universidades, por ser protagonistas sociales, ejercen una influencia trascendental y equilibrada con el sector público, el sector productivo y las comunidades donde ejercen sus actividades económicas, bajo un enfoque de coherencia, equidad y justicia social, promoviendo valores y principios para brindar legitimidad a la universidad en su accionar articulado con la sociedad. Para Martínez et al. (2017), la Responsabilidad Social (RS) en las universidades:

> sigue constituyendo un elemento en construcción tanto en lo que respecta a sus implicaciones estratégicas como a su impacto en la política de excelencia y calidad educativa, con todas las connivencias que ello tiene en el trazo de los propios procesos de afianzamiento de las políticas correspondientes que hay que pergeñar en torno a la misma. (p.3)

La (RS) ya es una realidad en las áreas de gestión al interior de las organizaciones, donde las ventajas comparativas, hacen pensar determinados beneficios en el binomio empresa-comunidad.

De manera que, en las actividades académicas, de investigación y de extensión de las universidades se debe atender a un desarrollo social sostenible, donde se asegure las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades, propiciando la posibilidad de ser compatibles el crecimiento económico con la preservación ambiental; promoviendo entornos sociales más humanizantes y dignos de visión global.

Asimismo, el trabajo conjunto del sector educativo y la sociedad permiten el desarrollo de capacidades y el intercambio de conocimientos y experiencias que marcan una huella institucional valiosa, como soporte en el avance hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y el fortalecimiento de la sociedad y el mundo académico.

Entonces, este estudio busca responder a la necesidad de la Universidad del Magdalena de analizar el modelo de gestión de Responsabilidad Social y su articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ya que esto permitirá a la universidad optimizar su contribución al desarrollo sostenible de manera estratégica, medible y transparente, esto es, según Hernández (2024) promover

iniciativas significativas para la sociedad, enfocadas en el beneficio colectivo y el desarrollo sostenible, mediante la gestión eficiente de los recursos, con el objetivo de crear un mundo más equitativo y asegurar la calidad de vida de las futuras generaciones.

La Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene un impacto frente a los clientes y los grupos de interés internos y externos (Stakeholders), por lo tanto, debido a su importancia es necesaria definirla, acorde con diferentes posiciones teóricas e incluso en la misma evolución del término, cuya pluralidad de posturas enriquecen su comprensión, en ese contexto, Friedman explica que "la única responsabilidad de la empresa hacia la sociedad es la maximización de beneficios a los accionistas dentro del marco legal y ético del país" (Friedman, 1970, p. 2). En esa perspectiva, la noción de que las organizaciones debían comportarse con base en principios de responsabilidad social empresarial surgió en los años 80, cuando empezaron a percibir que las relaciones con el entorno, caracterizada por ser adversas y degradantes, no eran convenientes para su propio desarrollo y permanencia en el medio social donde ejercen sus actividades económicas.

Por su parte, Epstein asegura que la Responsabilidad Social "se relaciona primordialmente con alcanzar resultados de las decisiones organizacionales respecto a temas específicos o problemas, los cuales tienen más efectos beneficiosos que adversos especialmente pertinentes a los stakeholders corporativos" (Epstein, 1987, p. 104). Al respecto, "la Responsabilidad Social Empresarial se ha ido ligando a a cuestiones como la ética empresarial, la teoría de los grupos de interés, el comportamiento social de la empresa y el concepto de ciudadanía empresarial" (Carroll, 1999, p. 268).

La RSE para Friedman y Epstein gira alrededor de maximización de beneficios y resultados de las organizaciones a favor de sus stakeholders, sin embargo, en Carroll ya se empieza a relacionar el término con el elemento ético al interior de las empresas, y se empieza a idear estrategias para la transformación social sustentable y se norma mediante la Ley el cumplimiento de las obligaciones corporativas mediante la interrelación: Empresa-Estado-Sociedad. El citado autor va más allá, al proponer un modelo de análisis de desempeño corporativo, en donde plantea cuatro categorías o tipos de obligaciones de RS que debían según su planteamiento tener las empresas: obligación discrecional, ética, legal y económica.

En ese orden de ideas, se infiere claramente que la RS tiene diferentes matices de concepción teórica, que aluden a una responsabilidad loable si se tiene en cuenta los alcances y propósitos de esta, y se erige en el siglo XXI como una de las áreas estratégicas del mundo corporativo. Más allá de su origen, la RS ha evolucionado a pesar de tener una génesis relativamente coactiva, las empresas han concientizado su desempeño y productividad paralelamente con una atención progresista de su entorno comunitario donde ejercen su accionar.

Por lo tanto, se entiende como la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen. En ese contexto, a inicios del 2000 el concepto trasciende de las empresas, sociedad y medio ambiente se

globaliza, y surgen nuevos protagonistas en el concierto internacional, cuya socialización y concientización, despertaron una preocupación por hacer una combinación del tema de RSE en el mejoramiento y beneficio de los pueblos, con la participación de organismos como la Organización de las Naciones Unidas y posteriormente con la puesta en vigor del "Pacto Global".

En esa perspectiva, entre el 2005-2010 en América Latina se empiezan a ver organismos que velan por la RSE y se inicia un seguimiento y control a las organizaciones, cuyo propósito es velar por prácticas responsables, mediante un proceso de expedición de certificaciones con las cuales se puedan garantizar un desempeño positivo de las organizaciones en relación con las prácticas de RS en la región, paralelamente mediante la inclusión en dicha agenda, de contribuir con el desarrollo económico sostenible con el medio ambiente, en ese escenario: el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ISO 26000, Instituto Ethos (Brasil,1998), Centro Americano para la Filantropía (México, 2001), Instituto Argentino de RSE, entre otros organismos y organizaciones no gubernamentales (de enfoque pro-desarrollo sostenible), continúan promoviendo y uniendo sinergias, en aras de implementar por diversos medios y recursos, la implementación de la RSE a nivel global.

En la actualidad, de acuerdo a Zamudio y Figueroa (2020), la responsabilidad social tiene sus cimientos en elementos normativos a través de diversos documentos de índole formal para su aplicación, evaluación y seguimiento, estos permiten ser una guía para su utilización de manera global y evolucionan de acuerdo a las necesidades que se van presentando lo que permite que la RSE no sea estática. La RSE es concebida como un compromiso consciente y congruente de cumplir considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando y a la vez afianzando los valores de respeto y ética, y contribuyendo al bien común.

Por su parte, Martínez et al. (2017) afirma que, "el siglo XXI es testigo de cómo la RSU, aun considerándose como área en construcción, va revistiéndose de un discurso prolífico y en sintonía con la búsqueda de una universidad que, en cuanto a organización, aprende de sí misma desde su gobernabilidad para el bien de la sociedad que la rodea" (p.5).

Asimismo, García (2020), sostiene que, en los países de América Latina y del Caribe, el trabajo de Responsabilidad Social en las universidades e institutos educativos se ha desarrollado de forma paulatina, con el propósito de dar respuestas y soluciones a problemas sociales desde la experiencia universitaria por medio de la educación, investigación y extensión.

Compromiso social y ético de la Responsabilidad Social

Teniendo en cuenta, que la RSE debe ser una iniciativa organizacional para responder al compromiso ético y social con la sociedad, esta responsabilidad tiene un carácter inherente con la misma naturaleza corporativa de las organizaciones, con el entorno donde ejercen sus actividades económicas. En ese sentido, la responsabilidad social y ética de la RS, se apoya teóricamente en los siguientes autores.

La ética es definida por Rodríguez et al. (2006) como:

> ciencia que estudia la moral y reflexiona sobre las diversas maneras de lograr el bien humano, debe aplicarse en todas las dimensiones empresariales. De manera apremiante, debe institucionalizarse para fortalecer la integridad del carácter organizacional y mantener una cultura responsable que esté presente en todos

> los ámbitos de la vida empresarial y que se extienda a la existencia humana (p.26).

Por otra parte, para Montuschi (2009):

> La responsabilidad ética, que obliga a las empresas a cumplir con un comportamiento aceptable hacia los stakeholders. Es decir, hacer lo correcto, lo justo y lo equitativo más allá de lo que la ley requiere. Y así, dado que puede verse a la legislación como a la porción de ética que está codificada, la responsabilidad ética correspondería a aquellas acciones que, a pesar de sus evidentes connotaciones morales, aún no se han convertido en obligaciones legales por no contar con el aval de la mayoría de la población o del grupo que detenta el poder (p.20).

Asimismo, para, Sajardo y Serra (2009), en relación con el compromiso social y ético de la RS, sostiene que:

> La responsabilidad de las compañías debe ir más allá de su rol puramente económico, para asumir un rol social. Esta corriente diferencia entre responsabilidades económico-legales (rol económico) y responsabilidades éticosociales (rol social), y sostiene que las empresas deben cumplir un rol social (vinculado a sus responsabilidades sociales), además de sus funciones puramente económico-legal (Sajardo y Serra, 2009, p. 116).

Como se observa, el compromiso social y ético de la RS, conlleva una serie de elementos que deben ser compatibles con los valores y principios de la cultura organizacional, y deben institucionalizarse, en el comportamiento de todos los miembros que conforman las empresas, más allá de las normas legales y las externalidades que emergen en el contexto corporativo.

Desarrollo Sustentable de la Responsabilidad Social

De acuerdo a la Comisión Económica América Latina y el Caribe (2024), el concepto de desarrollo sostenible proviene de la Comisión Brundtland, en 1983. Su informe, "Nuestro Futuro Común" (1987) presentaba el término "desarrollo sostenible" como el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro de satisfacer sus propias necesidades, y buscaba atender tanto las demandas por una agenda de protección del medio ambiente como las de asegurar el desarrollo de los países con menor nivel de desarrollo.

Para Terrazas et al. (2015), este concepto pretendía establecer relaciones entre los aspectos ambientales, económicos y sociales, siendo los puntos a destacar:

- Revivir el crecimiento (la pobreza es la mayor fuente de degradación ambiental).
- Cambiar la calidad del crecimiento (equidad, justicia social y seguridad deben ser reconocidas como metas sociales de máxima prioridad).
- Conservación del medio ambiente (agua, aire, suelo, bosques).
- Asegurar un crecimiento demográfico sostenible.
- Reorientar la tecnología y el manejo de riesgos.
- Integrar el medio ambiente y la economía en los ámbitos de decisión.
- Reformar las relaciones económicas internacionales.
- Reforzar la cooperación internacional.

Esto involucra a los diversos actores comprometidos, con la sustentabilidad de un mundo productivo, con una gran riqueza ambiental donde es imperante un discurso como respuesta de enfoque global, ante los retos y desafíos emergentes del presente siglo. Ante esa realidad contextual, emergen los Objetivos de Desarrollo

Sostenible (ODS), en relación con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos y 169 metas que se articulan con una visión global ambiciosa del desarrollo sostenible, e integra las dimensiones económica, social y ambiental.

Es una Agenda transformadora, que pone a la igualdad y a la dignidad de las personas en el centro y llama a cambiar nuestro estilo de desarrollo, respetando el medio ambiente. Es un compromiso de carácter universal, adquirido tanto por países desarrollados como en desarrollo.

De acuerdo a la ONU (2018), los objetivos de la Agenda 2030 son:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sustentable.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su ordenación sostenible y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sustentable y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sustentable y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sustentables.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sustentables.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos celebrados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).
14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sustentable.
15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sustentable de los bosques, luchar contra la desertificación detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sustentable, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusiva a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo.

Para Olaya (2020), la responsabilidad social empresarial es un instrumento que permite la planeación estratégica y el buen desempeño de la organización pues

busca cumplir objetivos. Así, los ODS, vienen a ser una alternativa para el análisis y la evaluación que pretende cada organización y analizar si está cercana a las problemáticas actuales considerando, además, que los ODS, están seguidos por la ética.

El autor indica que algunas de las ventajas que logran las organizaciones al ampararse bajo los ODS se encuentran la atracción de capitales, las buenas relaciones con grupos de interés, el fortalecimiento de la marca y en este sentido la fidelización de clientes, entre otras.

De manera que, al estudiar los ODS y su fin, se puede afirmar que estos se relacionan con la Responsabilidad Social Empresarial desde el momento en que las organizaciones buscan ventajas competitivas para obtenerlas.

Estrategias de Responsabilidad Social

Las estrategias que utilizan las empresas para desarrollar su RS, se ha constituido en uno de los recursos más valiosos de las organizaciones para elevar su competitividad corporativa, que lleva implícito a la vez, unos acuerdos de carácter internacional en pro de velar por el respeto de los derechos fundamentales de la persona humana, lo cual, no sin razón, viene acompañado paralelamente de grandes cambios políticos, sociales y económicos en el mundo corporativo, y que ha generado un discurso respecto al accionar de las organizaciones en el entorno social donde ejercen sus actividades económicas. En ese contexto, Roitstein (2004), define las estrategias de RS como un:

> Conjunto de prácticas que cada empresa establece y cultiva con sus interesados –empleados, clientes, proveedores, vecindad en la cual opera–, con el fin de constituir una red de vínculos sociales que favorezcan la competitividad y el negocio a largo plazo de la empresa (…) Estas prácticas (…) se convierten en una forma de gestión definida por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de la desigualdad social (p.10).

Acorde con lo anterior, estas acciones ayudan a fortalecer la imagen corporativa de las organizaciones, potenciando su legitimidad operativa y el respaldo de los Stakeholders, entre otros aspectos, como, por ejemplo, la mejora de la percepción de los consumidores, proveedores, empleados y medios de comunicación.

Por lo tanto, si una empresa favorece los intereses de la sociedad donde esta se desarrolla, mejora a la vez sus estrategias de negocios, elevando gradualmente su prestigio y capacidad proactiva de su cultura organizacional.

Metodología

La forma de abordar el trabajo fue mediante un análisis descriptivo de enfoque cuantitativo, a través de un instrumento aplicado a directivos y docentes de la Universidad del Magdalena; utilizando la técnica de la estadística descriptiva en términos porcentuales, cuyo objetivo es analizar el modelo de gestión de responsabilidad social de la Universidad del Magdalena y su articulación con los objetivos de desarrollo sostenible en el entorno social donde ejerce su función formadora.

Para ello, se analizaron el compromiso social y ético de la RS de la Universidad del Magdalena, se describe el desarrollo sustentable de la RS de la Universidad del Magdalena y su articulación con los ODS, se examinó el modelo organizacional sostenible de la Universidad del

Magdalena, se diagnosticaron las estrategias de RS de la Universidad del Magdalena para plantear cómo es la comunicación asertiva y eficiente dentro del modelo de gestión de la Universidad del Magdalena.

Entonces, la investigación se desarrolla teniendo en cuenta las características de la investigación descriptiva de enfoque cuantitativo, transeccional de campo sin manipular la variable de estudio.

Para Arias (2012), "la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento" (p.20).

La técnica utilizada fue un instrumento con un escalamiento de frecuencia compuesto con 10 ítems y cinco (5) alternativas de respuestas: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, tomando una muestra representativa de 15 directivos (directores de programas y/o facultades), con más de 7 años de permanencia en la Universidad del Magdalena, quienes conformaron las unidades de análisis requeridos, y caracterizados como población finita.

Para el análisis de los datos de esta investigación de aspectos cuantitativos se aplica la estadística descriptiva, es decir, teniendo en cuenta, por ejemplo, cuantos docentes consultados contestaron la pregunta número uno (1), cuantos la dos (2) y así sucesivamente.

Posteriormente promediando sus resultados en términos porcentuales, mediante la aplicación de fórmulas estadísticas, para posteriormente realizar su interpretación metodológica, sustentando la verificación del fenómeno más relevante del estudio.

Por último, se elabora un baremo para la interpretación y análisis de los resultados obtenidos (tabla 1).

Tabla 1.

Baremo categorización de valores

ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS	VALORES
Siempre	Muy presente
Casi siempre	Presente
Algunas veces	Medianamente presente
Casi nunca	Poco presente
Nunca	Ausente

Nota. Elaboración propia (2024).

Asimismo, este proceso se efectuó utilizando, en su desarrollo, la metódica de la hermenéutica, como generadores de un lenguaje a partir de la objetividad y la razón.

Resultados

Una vez se desarrolló el análisis de los resultados del instrumento aplicado se procedió a sustentar los resultados del mismo, estableciendo como criterios de análisis todos aquellos aspectos que permitan analizar el modelo de gestión de responsabilidad social de la Universidad del Magdalena y su articulación con los ODS en el entorno social donde ejerce su función formadora.

A continuación, se describen los resultados del proceso de recolección de información aplicado a los directivos y docentes de la Universidad del Magdalena (tabla 2).

Tabla 2.

Responsabilidad social de la U. del Magdalena

	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca		Total		Centralidad	
Aseveración	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Mo	Me
El modelo de gestión de Responsabilidad Social de la universidad, se sustenta en los ODS	0	0	30	60	10	20	10	20	0	0	50	100	3	3
La gestión de Responsabilidad Social que se practica la Universidad Magdalena es sustentable	30	60	10	20	10	20	0	0	0	0	50	100	3	4
El compromiso social y ético de la Universidad del Magdalena se articula con los ODS	40	80	10	20	0	0	0	0	0	0	50	100	2	2
La universidad sustenta su Responsabilidad Social en estándares internacionales	20	40	20	40	10	20	0	0	0	0	50	100	4	4
En la Universidad del Magdalena, se contribuye a la solución de problemas ambientales, culturales y sociales, promoviendo el reconocimiento y valores de identidad para la región	40	80	10	20	0	0	0	0	0	0	50	100	4	4
En el marco de la Responsabilidad Social, la Universidad del Magdalena es competitiva y sostenible frente a sus retos y desafíos, promoviendo el bienestar y el progreso de las comunidades en su entorno.	20	40	20	40	10	20	0	0	0	0	50	100	2	3
Los Stakeholders (internos y externos) se enmarcan en un enfoque de desarrollo sustentable.	30	60	10	20	10	20	0	0	0	0	50	100	2	3
La Universidad del Magdalena desarrolla su Responsabilidad Social teniendo en cuenta los ODS.	20	40	20	40	10	20	0	0	0	0	50	100	2	4
Las estrategias de Responsabilidad Social son pertinentes con los ODS en su dimensión social, ambiental y cultural.	20	40	20	40	10	20	0	0	0	0	50	100	2 y4	3
La Universidad utiliza estrategias de comunicación asertiva y eficiente en su relación con sus Stakeholders,	30	60	10	20	10	20	0	0	0	0	50	100	1 y 2	3

Nota. Elaboración propia (2024).

En ese contexto, respecto al modelo de gestión de RS de la Universidad Magdalena, y si este se encuentra sustentado en los ODS, los directivos respondieron en un 60% “casi siempre”, un 20% de ellos respondió “algunas veces”, mientras el 20% restante, respondió “casi nunca”, lo cual permite inferir claramente, acorde con los promedios porcentuales descritos, que existe un balance positivo que de alguna manera la RS se encuentra articulada a los ODS. Para Zamudio y Figueroa (2020).

Actualmente, las IES deben articularse de manera más estrecha con las necesidades de desarrollo social que se presentan en los ámbitos municipal, metropolitano, estatal y regional, pues tienen potencial para establecer alianzas estratégicas.

En cuanto a si se considera que la gestión de RS que se practica la Universidad Magdalena es sustentable” el 60% de los directivos respondió “siempre”, un 20% sostuvo “casi siempre”, mientras un 20% de ellos confirmó “algunas veces”, si se tiene en cuenta los promedios “casi siempre y algunas veces”, se puede argumentar que la RS de la Universidad se encuentra medianamente sustentable. De acuerdo a Olaya (2020), esta responsabilidad exige una gestión cuya finalidad es la

sostenibilidad de la sociedad, mitigando los impactos negativos insostenibles y promoviendo modos de desarrollo sostenibles.

Por otra parte, el 80% de los directivos respondió que "siempre" reconoce que el compromiso social y ético de la Universidad Magdalena se articula con los ODS", el 20% restante "casi siempre", lo que quiere decir que el compromiso ético de la RS de la Universidad, se relaciona significativamente con los objetivos de desarrollo sostenible, sin embargo, es necesario su especificidad retorica en ese contexto. García (2020), la educación superior debe desempeñar un papel fundamental para fomentar la cohesión social, disminuir las desigualdades y elevar el nivel de conocimiento, habilidades y competencias dentro de la sociedad.

Las políticas de educación superior deben centrarse en maximizar el potencial de las personas en términos de su desarrollo personal y su contribución a una sociedad sostenible, democrática y basada en el conocimiento.

Respecto a que si la Universidad del Magdalena sustenta su RS en estándares internacionales el 40% manifestó "siempre" y "casi siempre" respectivamente, mientras un segmento representado en un 20% dijo "algunas veces", lo cual establece claramente un balance positivo de como la Universidad tiene presente los estándares en la medición de su RS.

De acuerdo a García (2021), la responsabilidad social universitaria "no puede estar dominada solo por una visión pragmática que devenga de una necesidad de asegurar una evaluación positiva del Estado o los organismos acreditadores." (p. 139), ya que no se podría ejercer el sentido ético que tiene. En relación al marco de la RS de la Universidad del Magdalena, y su contribución a la solución de problemas ambientales, culturales y sociales, promoviendo el reconocimiento y valores de identidad para la región, el 80% de los directivos consensuó "siempre", mientras que el 20% de ellos aseveró "casi siempre".

Acorde con este promedio porcentual, el balance de la RS es positivo, teniendo en cuenta que la percepción en relación con el crecimiento sostenible de las comunidades, es coherente con su función social académica y cultural, enfatizando en su Responsabilidad Social Universitaria.

En relación con esto, Olaya (2020) indica que las empresas deben perfeccionar la responsabilidad social con miras a un futuro sostenible y que se complementa con los ODS para finalmente lograr un trabajo articulado y eficiente en la sociedad.

En relación al reconocimiento de la RS de la Universidad del Magdalena, y su competitividad y sostenibilidad frente a sus retos y desafíos, promoviendo el bienestar y el progreso de las comunidades en su entorno, el 40% de ellos respondió "siempre", en igual proporción respondió el 40% de ellos "casi siempre", mientras un segmento menor de 20% contestaron "algunas veces", según este balance, se puede catalogar como favorable, por cuanto la universidad ha contribuido al establecimiento de una entorno progresista, fiel a su RS y misional en lo referente a lo académico y cultural.

Asimismo, en cuanto a la transversalidad de la RS de la Universidad, considerando a sus Stakeholders (internos y externos), con un enfoque de desarrollo sustentable, los directivos manifestaron positivamente en un 60% "siempre", el 20% manifestó "casi siempre", mientras un grupo de ellos representado en un 20% "algunas veces", lo que de alguna manera existe un consenso en las diferentes alternativas de respuesta, si se tiene en cuenta

la presencia de desarrollo sustentable en su modelo organizacional. Para Venero y Puente de la Vega (2022), "una organización debe identificar a sus grupos de interés internos y externos, establecer un diálogo, conocer sus requerimientos y abrir una relación de intercambio de información, generando efectos positivos en la organización." (p.2)

En lo referente, a si se reconoce que la Universidad del Magdalena, desarrolla su RS teniendo en cuenta ODS, afianzando una visión global del desarrollo sostenible como modelo organizacional, las respuestas fueron relativamente desiguales, el 40% de los directivos respondió siempre, un segmento de un 40% manifestó casi "siempre", mientras un 20% consideró "algunas veces", lo que denota, un balance positivo, teniendo en cuenta su visión en los ODS, en relación directa con su modelo de gestión organizacional a mediano y largo plazo.

Respecto a las estrategias de RS que utiliza la Universidad del Magdalena, en pertinencia con los ODS en su dimensión social, ambiental y cultural, el 40% de los directivos respondió "siempre", un 40% de ellos aseveró "casi siempre", mientras un segmento de un 20% expresó algunas veces, es de anotar que existe una tendencia de favorabilidad expresada en la presencia de estos elementos, en el contexto de las dimensiones de desarrollo sostenible.

Martínez et al. (2017), sostiene que se debe comenzar a preguntarse cómo contribuir, no sólo desde la Responsabilidad Social Empresarial sino también desde los objetivos planteados en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, ya que tal vez sea momento de ampliarla a través de estas metas propuestas. En cuanto a la utilización de estrategias de comunicación asertiva y eficiente en su relación con sus Stakeholders, existe un promedio porcentual positivo, si se considera que el 60% de los directivos respondió siempre, lo que permite sostener que existe una tendencia de comunicación eficiente, dentro de la jerarquía corporativa, que aluden a una estructura organizacional sustentable.

Discusión de los resultados

Teniendo en cuenta la categorización de los constructos teóricos que fundamentan la Responsabilidad Social de la Universidad del Magdalena, acorde con las expectativas de la metodología científica, analizados y explicados anteriormente, teniendo como herramienta el análisis de la estadística descriptiva de frecuencias absolutas y relativas, se permite establecer lo siguiente:

En relación a las características del compromiso social y ético de la RS de la Universidad del Magdalena, esta se fundamenta en el carácter de contribuir eficientemente con el desarrollo local, con un enfoque sostenible y de justicia social, mediante la cooperación interna y externa (stakeholders) y el sector público, en aras del fortalecimiento del capital humano y la participación ciudadana, como política institucional coherente con su responsabilidad social universitaria. De acuerdo con Venero y Puente de la Vega (2022), cualquier política de RS que implemente la universidad debe necesariamente considerar las preocupaciones, percepciones y aspiraciones de sus grupos de interés, tanto internos como externos. La universidad no es una entidad aislada, sino que actúa dentro de un contexto social específico, y este contexto social espera que la universidad se comprometa y participe en la búsqueda de soluciones a los diversos problemas y necesidades sociales. Respecto al desarrollo sustentable de la RS de la Universidad del Magdalena, y su articulación con los ODS, esta se acopla con el

desarrollo sustentable del medio ambiente donde ejerce su loable función social, y el compromiso de comunidades sostenibles que permiten en el marco de esa responsabilidad, asumir un protagonismo influyente en la sociedad y la cultura, en aras del desarrollo y la movilidad social. En ese contexto, de acuerdo con Marrugo et al. (2019), le apuesta a la sustentabilidad, como una de las metas de los ODS, configurando una presencia favorable a nivel institucional.

En lo que se refiere al modelo organizacional sostenible de la Universidad del Magdalena, esta se encuentra inmersa, en un modelo sustentable, mediante las dimensiones Estado, Comunidad, Sociedad y stakeholders (internos y externos). De acuerdo a Pérez y Del Bosque (2017), esta sinergia le permiten un desarrollo institucional, acorde con su misión y visión de alcance global, identificándose por su carácter de naturaleza académica-científica, con la ISO 9001 y GP1000.

La cual es un estándar de gestión dirigido hacia la evaluación del desempeño de las instituciones, en términos de calidad y satisfacción social, durante la prestación de los servicios por parte de las entidades estatales, en concordancia con su RSU.

Respecto a la estrategia de RS de la Universidad del Magdalena, estas se encuentran sustentadas en cuatro dimensiones en relación con su RSU, que le permiten con propiedad articular su accionar con la comunidad, que son el Estado, la empresa y la comunidad universitaria, dentro de una concepción sostenible acorde con su modelo organizacional.

En cuanto a la comunicación asertiva y eficiente, dentro del modelo de gestión de la Universidad del Magdalena, esta utiliza diversas figuras de comunicación que se puede catalogar cono formal e informal, entre las que se destacan, los medios masivos de comunicación, el nivel de relaciones interpersonales (atención al público) y el de experiencia personal. Los cuales, para Amini y Bienstock (2014), dentro del mundo corporativo en el marco de la responsabilidad social, se consideran de gran importancia, debido a la dinámica de los diversos stakeholders que convergen en la institucionalidad universitaria y de la cual depende su esencia y naturaleza académica.

Conclusiones

De acuerdo con lo anterior, los resultados establecen, que el modelo de gestión de RS de la Universidad del Magdalena, se encuentra articulado con los ODS, aludiendo claramente sus objetivos, permitiendo un desarrollo sustentable de su naturaleza organizacional. Asimismo, se evidencia un compromiso institucional que se desprende de su RS, en el desarrollo de comunidades sostenibles que permiten en el marco de esa responsabilidad, asumir un protagonismo influyente en la sociedad y la cultura, en aras del desarrollo y la movilidad social.

La Universidad del Magdalena, no es una entidad aislada, sino inmersa en una sociedad a la que debe aportar para su desarrollo, primeramente, identificando a sus grupos de interés externos y conociendo sus expectativas y necesidades.

La ética sigue siendo un pilar fundamental en la Universidad del Magdalena, e implementar prácticas de sostenibilidad es un principio básico para la misma. El involucrarse en proyectos relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) puede acercarla aún más a un crecimiento sostenible a nivel regional e incluso mundial, lo cual resulta bastante esperanzador.

Al vincular el modelo de Responsabilidad Social a los ODS, la universidad puede medir y monitorear su contribución concreta a estos objetivos globales, demostrando su impacto de manera más clara. Además, mejora la transparencia y la rendición de cuentas de la universidad ante la sociedad sobre cómo está cumpliendo con su compromiso de Responsabilidad Social y facilita la colaboración de la universidad con otros actores (gobierno, empresas, ONG) que también se alinean a los ODS, permitiendo un mayor intercambio de conocimientos y mejores prácticas. Por último, fortalece el prestigio y la imagen de la universidad como una institución comprometida con el desarrollo sostenible a nivel local y global.

Referencias bibliográficas

Amini, A. & Bienstock, C. (2014). Corporate sustainability: an integrative definition and framework to evaluate corporate practice and guide academic research. *Journal of Cleaner Production*, 76, 12-19. http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.02.016

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Sexta edición.* Venezuela. Editorial Episteme.

Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 34 (4): 39-48. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/000768139190005G

Comisión Económica América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024). *Acerca de Desarrollo Sostenible*. https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible

Epstein, E. M. (1987) El proceso de política social corporativa: más allá de la ética empresarial, la responsabilidad corporativa y la capacidad de respuesta social corporativa California. *Revisión de gestión*, 29(3), 99-114.

Friedman, M. (1970) La responsabilidad social de las empresas para aumentar sus beneficios. *La revista New York Times*, 33, 1-6.

García, L. (2020). Responsabilidad social universitaria. Un acercamiento a la comunidad. *Observatorio Laboral Revista Venezolana.* Vol. 13, N° 25, 30-45. ISSN: 1856-9099. http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv13n25/art02.pdf

García, S. (2021). La responsabilidad social universitaria: su norma ISO, algunas expectativas y desafíos. *Revista Digital A&H**. Año 8, número 15, abril-septiembre Revista Digital A&H*ISSN: 2448-5764. https://revistas.upaep.mx/index.php/ayh/article/download/231/245/936

Hernández, M. (2024). Empresas y componentes, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Revista Temario Científico*, 4(1), 1–3. https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.124.1

Marrugo, L., Mieres, C. y Sánchez, M. (2019). Responsabilidad social empresarial: una mirada desde la teoría y la praxis. *Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal,* 10(2), 286-295.

Martínez, M., LLoret, C. y Mas, S. (2017). Responsabilidad Social Universitaria (RSU): Principios para una Universidad Sostenible, Cooperativa y Democrática desde el Diagnóstico Participativo de su Alumnado. *Education Policy Analysis Archives/Archivos Analíticos de Políticas Educativas,* vol. 25, 2017, pp. 1-22 Arizona State University. Arizona, Estados Unidos. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=275050047060

Montuschi, L. (2009). *Consideraciones respecto de la ética en los negocios, la responsabilidad social empresaria y la filantropía estratégica*. https://www.researchgate.net/publication/46447809_Consideraciones_respecto_de_la_etica_en_los_negocios_la_responsabilidad_social_empresaria_y_la_filantropia_estrategica

Olaya, S. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como complemento organizacional. *Revista Virtual de Contaduría*. Universidad de Antioquia. https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/download/343092/20803200/201702

Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018). *Desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: desafíos y ejes de política pública*. Grupo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe, Panamá. https://unsdg.un.org/sites/default/files/Desaf%C3%ADos-y-Estrategias-para-el-Desarrollo-sostenible-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf

Pérez, A. y del Bosque, I. (2017). Personal traits and customer responses to CSR perceptions in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 35 (1), 128-146. https://www.researchgate.net/publication/313361950_Personal_traits_and_customer_responses_to_CSR_perceptions_in_the_banking_sector

Rodríguez, M., Castaño, C., Osorio, V., Zuluaga, H. y Duque, V. (2006). La auditoría ética: herramienta para fortalecer la integridad del carácter organizacional. *Revista Innovar*. N° 16 de 2006. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512006000100002

Roitstein, F. (2004) La responsabilidad social empresarial en la Argentina. Tendencias y oportunidades. Academia. *Revista Latinoamericana de Administración*, 32, 5-28. https://www.redalyc.org/pdf/716/71603202.pdf

Sajardo, A. y Serra, I. (2009) *Impacto económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Valenciana*. https://www.redalyc.org/pdf/174/17412326006.pdf

Terrazas, A., Hernández, A. y Ojeda, D. (2015). *Enfoques y amenazas del desarrollo sustentable*. https://ru.iiec.unam.mx/5114/1/2-117-Terrazas-Hernandez-Ojeda.pdf