

NOCIONES TEÓRICAS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL  
UNIVERSITARIA

Daniela Gil Álvarez<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Estudiante de la Universidad Católica de Pereira cursando decimo semestre de Administración de Empresas, el presente documento es una parte del resultado del proyecto de grado, el cual se desarrolla desde el semillero de investigación Gliglicos para una nueva administración bajo la investigación: RSE y su relación con la competitividad.

**Resumen.**

El presente documento reflexiona acerca del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y cómo este ha evolucionado a través del tiempo, pues ha dejado la visión filantrópica de las acciones sociales para llevar a las empresas a ser agentes del cambio social que el mundo de los negocios necesita. Pero las empresas no son las únicas responsables del desarrollo de un país, también las universidades como formadoras de profesionales éticos necesitan asumir un compromiso con la realidad social que las rodea. Se invita a que las universidades vayan más allá de la proyección social y la extensión universitaria para que a lo largo de su cadena de valor formen una cultura organizacional ética que permita implementar la verdadera Responsabilidad Social Universitaria con todos sus grupos de interés.

**Palabras claves.**

Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Universitaria (RSU), proyección social, extensión universitaria, universidad católica.

**Abstract.**

This paper reflects on the concept of CSR and how it has evolved over time, then left the philanthropic vision of social actions to take companies to become agents of social change that the business world needs. But businesses are not the only ones responsible for the development of a country, including universities and forming ethical professionals need to make a commitment to the social reality around them. You are invited to universities beyond the outreach and university extension to along their value chain to form an ethical organizational culture that allows to implement the real University Social Responsibility to all stakeholders.

**Keywords.**

Coporate Social Responsibility (CSR), University Social Responsibility (USR), social projection, university extensión, colleges.

## **Introducción.**

El presente documento es el resultado del trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas, y se desarrolla bajo la investigación Relación entre RSE y competitividad en el Eje Cafetero, a partir de la cual surge la pregunta: ¿Cuál es la propuesta de implementación de la Responsabilidad Social Universitaria para la Universidad Católica de Pereira? Con el propósito de comprender cuál es el rol del líder como gestor de prácticas socialmente responsables para impactar el entorno que lo rodea.

Razón por la cual los universitarios deben tomar posiciones críticas con el fin de formar ambientes propicios para las futuras generaciones y dejar de actuar como seres inherentes a las problemáticas económicas, sociales, políticas, culturales y ambientales que enfrenta cada comunidad, es momento de defender las propias convicciones y demostrar que las universidades contribuyen a la formación de ciudadanos-profesionales éticos, encargados de promover una sociedad responsable con su entorno.

Estos razonamientos llevan a que el propósito del presente documento sea reflexionar sobre el papel que desempeñan las universidades en la formación de universitarios, en pro de impactar la sociedad mediante las prácticas de responsabilidad social universitaria para permitir la construcción de relaciones interdisciplinarias con sus grupos de interés y a su vez evidenciar que las políticas de responsabilidad social que la universidad desarrolla, contribuyen al mejoramiento de la problemática global social y ambiental.

Para desarrollar la temática planteada se abren tres momentos, en el primero se realizará una mirada al estado de arte de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sus orígenes, evolución, las escuelas que han estudiado la temática, las definiciones que existen y los instrumentos que permiten la medición de ella en las organizaciones; en el segundo se abordará la relación existente entre RSE, competitividad y capital social desde una visión holística que implica repensar el rol de las organizaciones frente a esta realidad cambiante y compleja, y en el tercero se reflexionará sobre las universidades como actores del desarrollo social, económico y ambiental basado en la búsqueda de la equidad y justicia social para abandonar la mirada pobre de extensión y proyección social y abrir camino para crear una cultura ética en pro de promover la verdadera Responsabilidad Social Universitaria (RSU).

## **Estado del arte de la RSE.**

En el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la diversidad existente de conceptos y acciones hacen necesario clarificar el estado del arte y estudiar la RSE como el vínculo que cada empresa (actor social), establece y cultiva con sus stakeholders (grupos de interés). Roitstein (2004), enseña cómo la incorporación de temáticas sociales a las prácticas de negocio ayudan a su

desarrollo dándole mayor capacidad de respuesta a dos desafíos sociales: la creación de riqueza y la generación de capital social (p.26).

Son diversas las posturas que han surgido para explicar la RSE con el fin de comprender la relaciones construidas por las organizaciones en un contexto globalizado caracterizado por la complejidad y el dinamismo. Una de las corrientes pioneras en surgir fue liderada por Bowen desde el año 1953, quien analizó las decisiones éticas y responsables que debería tomar cada empresario con el fin de llevar a que los grupos de interés adquirieran un lugar importante en la organización, pues cada una de las acciones que realizan los empresarios no solo afectan sus compañías, accionistas, trabajadores o clientes, también afectan la vida y las riquezas de todos (1953, p. 3).

#### **Postura económica de la RSE.**

Surge el pensamiento utilitarista con Friedman quien plantea la teoría de la agencia “en la cual la responsabilidad social de la empresa es la maximización de los beneficios y la creación de valor para el accionista dentro del marco legal” (1970, p. 99).

Bajo esta misma línea, se encuentra la teoría de la propiedad, que se centra en el derecho a la propiedad. Algunos investigadores economistas y pertenecientes a la corriente de la maximización de beneficios económicos, “han postulado que en el núcleo de la RSE se halla el derecho a la propiedad, específicamente el derecho de los accionistas” (Alvarado, Bigné & Currás, 2011, p. 119).

Estas perspectivas se han aproximado al estudio de la RSE desde una lógica jurídica y económica, que concibe a la empresa como una unidad económica “cuyo único fin es generar utilidades económicas; ello da lugar a una visión negativista y constreñida de la RSE (...), sujeto a la voluntad de los propietarios y gestores de la organización” (Alvarado, Bigné & Currás, 2011, p.129).

Las empresas crean valor para los accionistas por medio de estrategias que generen beneficios superiores al coste de recaudar fondos de la empresa, por lo que implementar prácticas de responsabilidad social permite que la empresa mejore su imagen corporativa frente a las demás organizaciones y presente situaciones de mejoramiento en materia legal y extra legal por medio de acciones filantrópicas como donaciones caritativas a fundaciones que evidencien que estas buscan contribuir al desarrollo social y generación de valor para todos sus grupos de interés.

Es necesario desarrollar ventajas competitivas para que las empresas puedan surgir y destruir las barreras presentadas en un contexto globalizado donde los países que solo usen sus ventajas comparativas para continuar en el mercado quedarán obsoletos del mundo de los negocios, pues el que no utilice los desarrollos tecnológicos para dar valor agregado a sus productos no podrá crear valor para sus organizaciones, en especial para los accionistas.

### Postura global de la RSE.

El pensamiento utilitarista desarrollado por las posturas económicas, ha quedado corto para explicar los fenómenos organizacionales en materia de RSE, actualmente han surgido nuevas líneas de pensamiento para reflexionar acerca del verdadero compromiso social que tienen las organizaciones con su entorno interno y externo donde el real interés reposa en las prácticas implementadas para ser empresas reconocidas por su responsabilidad social con sus grupos de interés.

El capitalismo ha contribuido significativamente al surgimiento de la actual crisis ambiental que atraviesa el planeta, caracterizada por la reestructuración del pensamiento administrativo, la concientización de la necesidad del cambio y la creciente preocupación por la continuación del desarrollo sustentable en las generaciones venideras; las nuevas percepciones a tener en cuenta por los consumidores al momento de adquirir un producto de determinada empresa son las acciones sociales en pro del bienestar colectivo.

Las organizaciones enfrentan en el escenario de la nueva cultura social y empresarial el desafío de modificar los vínculos con los grupos que se relacionan para reducir los riesgos, mejorar la productividad y competitividad, aumentar las ganancias y lo más importante “crear un clima social más armónico, más integrador, de mayor beneficio para todos los que se encuentran en la sociedad en la que actúa la entidad empresarial” (Caravedo, 2011, p. 32).

En este escenario surge la responsabilidad social empresarial (RSE) explicada a través de diferentes escuelas o perspectivas, desde una orientación mundial el *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* la define como “el compromiso de los negocios para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida” (citado en Caravedo, 2011, p. 36).

Con en el deseo de mejorar la productividad laboral y la inquietud sobre el medio ambiente Estados Unidos reemplaza la visión filantrópica por acciones responsables más profundas como tratar el ambiente natural con respeto para reducir su producción de desperdicios y así obtener productos y servicios de mayor calidad y maximizar eficientemente sus recursos e inversiones de capital (Caravedo, 2011, pp. 36-37).

La perspectiva europea va más allá, y adapta las prácticas responsables a lo largo de toda la cadena de valor para generar una cultura organizacional ética; para la Comisión Europea la RSE, es “la incorporación voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y medioambientales a sus actividades comerciales y a sus relaciones con las partes interesadas” (Comisión de las comunidades Europeas, 2001, p. 7).

Por último para los latinoamericanos la tarea de la “transformación cultural y social sigue siendo el trabajo que queda por hacer. Por estas razones, la práctica de la responsabilidad social sigue muy asociada a la filantropía y cuesta modificarla” (Caravedo, 2011, p. 38).

### **Relación entre RSE-competitividad.**

El contexto empresarial se ha transformado a través del tiempo debido a los cambios que se han presentado en los negocios a nivel mundial, además, los esfuerzos por adaptar a las organizaciones a fenómenos universales como la globalización, han logrado que las empresas se ajusten al entorno dinámico que enfrentan actualmente, donde el cambio es lo único constante.

Para que las organizaciones logren asumir los retos que hoy en día se presentan, se requiere gestionar el cambio, dado que a través de este las compañías pueden conocer cómo funcionan y así identificar las diferentes rutas de solución para ser competitivos frente a los demás negocios, pues la formación de estrategias permite que se generen rasgos competitivos a través de toda la cadena de valor y mejorar la eficiencia y eficacia de sus actividades.

Para Porter la competitividad de un país depende de la capacidad que tenga para innovar y dar valor agregado a sus productos y servicios, convirtiéndose en un factor dinámico afectado por la evolución de la información extendida por toda la economía, puesto que las tecnologías de información han transformado la manera de direccionar las organizaciones para adquirir ventaja competitiva. En cualquier empresa, estas “tienen serios efectos sobre las ventajas competitivas en coste o diferenciación. Dicha tecnología afecta a las actividades mismas creadoras de valor, o permite a la empresa obtener ventaja competitiva explotando los cambios producidos en el ámbito de la competencia” (1999, p.96).

La competitividad organizacional se reduce a la efectividad de todos los procesos internos que realiza en pro de cumplir con los requerimientos de los grupos de interés, por lo que ser socialmente responsable permite que las empresas adopten prácticas al interior de la organización apoyándose en la información y comunicación a través de la cultura organizacional para incentivar procesos de calidad, valor agregado y reducción de costo operativo y cuidar los aspectos de sostenibilidad de crecimiento económico, pues de ello depende la gestión de la imagen pública mediante la generación de simpatía y buena voluntad por parte de la sociedad.

Las organizaciones deben realizar actividades derivadas de su responsabilidad social para interesarse en elementos de su entorno competitivo, de modo que ésta mejore, ejemplo de esto es el gran número de corporaciones que tienden a colocar en sus productos o servicios atributos sociales con el propósito de crear características diferenciales para que los consumidores reconozcan los vínculos que la empresa crea con las causas sociales y adquieran conciencia de la necesidad de comprarlos a precios altos para contribuir y así generar reputación y fidelización de los clientes.

De modo que la competitividad es un aspecto que adquiere mayor importancia en el campo empresarial, situación que deriva de las exigencias del entorno económico actual enmarcado en el proceso de globalización. Es relevante entender el enfoque sistémico de competitividad planteado por la CEPAL, que sostiene “que la competitividad de la empresa depende de la interacción de los

niveles: Macro (entorno económico, político, social, legal, etc.), Meso (entorno regional, infraestructura, educación, nivel de vida, etc.), Meta (entorno sociocultural y de valores) y Micro (factores internos de la empresa) (Saavedra, s.f, p. 19).

El modelo de competitividad empresarial que plantea el BID, permite medir el nivel micro de las organizaciones, para determinar este como se encuentra y también realiza la medición de la competitividad en este nivel de manera global y por cada uno de los factores que mide, los cuales son: "Planeación estratégica, Producción y operaciones, Aseguramiento de la calidad, Comercialización, Contabilidad y finanzas, Recursos humanos, Gestión ambiental, Sistemas de información" (Saavedra, s.f, p. 19).

Estas condiciones determinan las características y niveles de competitividad que tiene una organización y si no se desarrollan prácticas responsables como la relación laboral y el clima organizacional, se verá afectado el funcionamiento de la organización que repercute en el cumplimiento de las obligaciones económicas con los accionistas, con los proveedores y el sistema financiero situaciones que alteran el normal desarrollo productivo de la compañía.

### **Estado de arte de la Responsabilidad social universitaria.**

Las demandas sociales en un entorno globalizado caracterizado por la incertidumbre, el cambio permanente y la complejidad, requieren ser atendidas también por las universidades. Para Castañeda, G. Ruiz, M. Vitoria O., Castañeda, R. & Quevedo, Y. (2007, p. 127) este rol está en función de las problemáticas sociales que lleva a establecer la relación entre la responsabilidad social empresarial y universitaria, por medio del desempeño social y ético de la universidad, ya que influye en la comunidad y en el mejoramiento de la calidad de vida de toda la sociedad.

Según Bracho, Palencia y Vargas (2007), gerenciar proyectos de responsabilidad social es una urgencia ética presente en la agenda de las universidades, que requiere reflexiones morales para la formación de profesionales. Se evidencia la necesidad de asumir la responsabilidad social desde una visión holística y de estructurar la cultura ética de las Instituciones de Educación Superior (IES) para aportar al desarrollo de las mismas. (p. 72).

La sociedad actual demanda profesionales éticos que tomen decisiones para solucionar los problemas que enfrentan. La manera propicia para formarlos es abrir nuevos espacios en las universidades, por ejemplo desde el área de la responsabilidad social universitaria (RSU) o aquella que cumpla función asociada a estas tareas. Incluso Maldonado, Ramos & Armentia evidencian el caso de la Universidad Francisco de Vitoria que apuesta a la formación integral de sus estudiantes por medio de la incorporación de la asignatura de responsabilidad social a los planes de estudios (2007, p. 65).

La asociación Europea de Universidades, considera que la RSU es un aspecto fundamental a tener en cuenta en la evaluación de la calidad de las instituciones de educación superior en Europa, bajo el contexto de generación de conocimiento y autonomía universitaria se requiere insertar la responsabilidad como una herramienta que permita a la sociedad influir en la educación, por ello esta asociación busca una permanente interacción entre la universidad y sus grupos de interés.

Ejemplo de lo anterior, se encuentra en España, un país que a puesta por la RSU a través de las “Estrategia Universidad 2015” del Ministerio de Educación, con el propósito de constituir bases sólidas en la educación española para lograr la internacionalización de las universidades y la competitividad a nivel mundial de las mismas por medio de la creación de especializaciones y maestrías enfocadas en la concientización de la necesidad de formar personas éticas en pro del bienestar social.

Es deber de las universidades integrar la RSU a lo largo de toda la cadena de valor para generar una cultura organizacional que permita reflexionar sobre el enfoque de proyección social y extensión universitaria, con el propósito de impactar a los grupos de interés desde lo organizacional, cognitivo, social y educativo (Vallaey, 2008, pp. 3-4). Para ello se deben adoptar prácticas responsables con la comunidad universitaria que transformen la realidad social y busquen la formación ética y el diálogo interdisciplinar (Domínguez, 2009, p. 63).

### **Perspectivas e impactos de la RSU.**

Sacco (2009), enseña a las universidades la importancia de dar respuesta a las necesidades científicas-tecnológicas, para formar una sociedad de conocimiento que permita fortalecer los sistemas de autoevaluación y asumir la interdisciplinariedad como la esencia de la universidad a través de la asociación con instituciones nacionales e internacionales.

Existen tres perspectivas desde la gestión estratégica para responder a estas insuficiencias: gerenciales, transformadoras y normativas. Desde la perspectiva gerencial la RSU se analiza a partir del impacto del trabajo universitario en las partes interesadas, “ muy especialmente desde la perspectiva de los procesos de rendición de cuentas que las universidades deben desarrollar; como respuesta al creciente interés social por conocer lo que hacen en el contexto de la sociedad del conocimiento” (Gaete 2011, p. 114).

Algunos de los exponentes de esta perspectiva son la Asociación Europea de universidades, rendición de cuentas a la sociedad y gestión responsable de los impactos de la universidad, cuyo objetivo principal es la “mayor interacción y participación de las partes interesadas en la gestión de las universidades” (Gaete 2011, p. 113).

La perspectiva transformadora revisa la contribución del quehacer universitario en cuanto al debate y reflexión con miras en alcanzar una sociedad más sustentable,



además parte de cuatro áreas para explicar su actuar; a partir de la formación se busca la construcción de ciudadanos responsables y la transformación social; desde la investigación (UNESCO, 2009) la universidad tiene la responsabilidad de la producción del conocimiento científico, (Gibbons et al, 1997) y de la incorporación de una conciencia social a los problemas a investigar; desde el liderazgo social (Kliksberg, 2009) se debe promover la participación en el debate de temas sociales, (Chomsky, 2002) y la posición crítica y propositiva sobre la sociedad y desde el compromiso y la acción social, se deben transferir capacidades y conocimientos a países en vía de desarrollo (citado en Gaete 2011, p. 113).

Por último, desde la perspectiva normativa, se busca el

desarrollo de marcos valóricos desde la universidad como un eje normativo para hacer lo correcto en la vida en sociedad, mediante el establecimiento de redes universitarias nacionales o globales en torno a la responsabilidad social, buscando la trasmisión de valores universitarios a la sociedad (Gaete 2011, p. 113).

Según Molina y Santiago (2011), las teorías sobre RSU se sustentan siempre y cuando generen impactos organizacionales, educativos, cognitivos, epistemológicos y sociales; y concluye que un gran porcentaje de universitarios conocen los términos relacionados con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social gracias a la educación no formal (pp. 360-361), es decir, no son aprendidos o tratados en el aula de clase sino mediante la interacción colectiva o individual en la sociedad.

Los cuatro impactos universitarios son, organizacional (personal administrativos, docente, estudiantil), educativo (como perciben los estudiante el mundo y su comportamiento en el), cognitivo (producción de conocimiento) y sociales (desarrollo de la sociedad) (Vallaey, De la Cruz & Sasia, 2009, p. 9). De allí que se entienda la RSU como:

Una política de mejora continua de la Universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante 4 procesos: Gestión ética y ambiental de la institución; Formación de ciudadanos responsables y solidarios; Producción y Difusión de conocimientos socialmente pertinentes; Participación social en promoción de un Desarrollo más humano y sostenible (Vallaey, 2008, p. 209).

Según Vallaey, (2008), para lograr esta mejora se requiere plantear las siguientes estrategias: que todos los grupos de interés participen en el quehacer de la universidad, articular los planes de estudio, investigación, extensión y modelos de enseñanza con la solución de problemas sociales y autodiagnóstico frecuente con herramientas de medición para rendir cuentas a los grupos de interés (p. 209).

Es fundamental enseñar la responsabilidad social en la comunidad universitaria para que los estudiantes comprendan el entorno que los rodea y adquieran experiencias en materia social; Aldeanueva & Jiménez (2013), exponen que el desarrollo de la RSU en el ámbito internacional se ha dado gracias a las experiencias significativas adquiridas por medio de la creación del proyecto

AISHE, la Asociación de Educación Superior para la Sostenibilidad, Asociación de Educación Superior de Nueva Jersey para la Sostenibilidad, Asociación Global de Educación Superior para la Sostenibilidad y la Red global de innovación universitaria (p.14).

Es necesario que las universidades colombianas adopten prácticas de RSU que ayuden a la formación de profesionales éticos y ciudadanos responsables con su ambiente; por esto Zuleta (2010) cita algunas políticas y estrategias que han puesto en marcha la Universidad de Antioquia, entre ellas la articulación de materias tipo transversal en todos los pregrados de las diferentes sedes de la universidad y la conversión del personal administrativo, estudiantes y egresados en agentes del cambio para mejorar la calidad de vida (pp. 184-186).

Por su parte, Patiño (2011) considera que solo mediante las políticas de responsabilidad que apropie cada universidad se podrán utilizar modelos de formación que permitan entregar ciudadanos ejemplares con opinión crítica frente a las diferentes realidades y gestores del cambio a través de la promulgación de la defensa de los derechos humanos, las condiciones laborales, el medio ambiente y la indignación contra la corrupción, principios promovidos por las organizaciones adscritas al Pacto Global de las Naciones Unidas (p. 221).

Existe un reto difícil, contribuir a la construcción de una ética que guíe la acción pública y privada que implica, según Moscoso y Vargas (2013), repensar el rol de la universidad y la orientación de sus modelos educativos a partir del conocimiento integral de la dimensión humana, lo que hizo la universidad EAN de Colombia gracias a la filosofía y prácticas educativas de RSU. Esta universidad ha adaptado una serie de prácticas; desde la formación se ha realizado la implementación del modelo educativo por competencias, el programa emprendedor, el currículo flexible y la oferta de nuevas unidades de estudio transversales.

En una sociedad, la enseñanza superior cumple un rol fundamental en el desarrollo económico y social de los países: crear conocimiento y transmitir experiencias culturales y científicas. “En un mundo en el que los recursos cognoscitivos tendrán cada día más importancia que los recursos materiales como factores del desarrollo, aumentará forzosamente la importancia de la enseñanza superior y de las instituciones dedicadas a ella (UNESCO, 1996, p. 144)”.

Es preciso que las universidades se vinculen a este escenario global para aportar a la formación integral de profesionales que se identifiquen por sus posturas éticas y reflexivas frente a las situaciones-problema, en pro de brindar un ser humano propositivo y definido en mitigar la crisis ambiental que atraviesa actualmente el mundo, con el propósito de construir una sociedad equitativa de todos para todos con base en la RSU.

Bajo este contexto, es claro que hablar de proyección y extensión social es insuficiente para explicar la función social que debe desempeñar la universidad desde su misión social, pues no solo es hacer acciones de impacto social y actividades filantrópicas que promuevan superficialmente el desarrollo sostenible,

es necesario comprometerse a ser un agente activo en la construcción de un mundo socialmente responsable.

### **Conclusiones.**

A modo de conclusión, el actual panorama mundial evidencia que la RSE debe ir más allá de acciones meramente filantrópicas, prácticas asistencialistas, carácter subjetivo y esporádico, hechos que se basan en la búsqueda de descuentos tributarios o publicidad maquillada.

La RSE tiene como fin el desarrollo y crecimiento de la organización y el impacto social y ambiental a largo plazo “bajo la perspectiva de una sociedad compleja capaz de conectarse a través de una red social y de promover incentivos, decisiones y acciones orientadas a disminuir los grandes desequilibrios sociales y ambientales” (Martínez, 2010, p. 4).

Además, el capital social debe ser utilizado en el campo del desarrollo humano sostenible como un bien colectivo que se acumule para el provecho de todos, esa es la clave para alcanzar una forma más humana de comprender las empresas y las IES, en las cuales las relaciones sociales múltiples son requisitos indispensable para el proceso de desarrollo del gobierno bueno y eficiente.

Finalmente, el entorno en que se desenvuelven las organizaciones y las universidades es complejo y requiere de personas capaces de contribuir por medio de la toma de decisiones a la solución de problemáticas sociales y ambientales, por ello es pertinente abandonar el enfoque utilitarista con el alcance de los objetivos empresariales como la creación de valor económico, la competitividad y la productividad solo con fines a maximizar la riqueza de los accionistas. Es momento de que las universidades privadas- católicas tomen posiciones críticas desde un enfoque social mediante la RSE, RSU y acumulación de capital social que generen nuevas lógicas para explicar los fenómenos mundiales con miras de aportar a finalizar las crisis ambiental.

## Referencias.

- ALDEANUEVA FERNÁNDEZ, I. & JIMÉNEZ QUINTERO, J. A. (2013). Experiencias internacionales en materia de Responsabilidad Social Universitaria. *Visión de Futuro*, 17, (1), 1-16. Málaga (España): Universidad de Málaga.
- ALVARADO, A., BIGNÉ, E. & CURRÁS, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27, (118), 115-137. , p. 119). Cali (Colombia); Universidad ICESI.
- BRACHO, I., PALENCIA, J. & VARGAS, L. (2007). La gerencia de proyectos de responsabilidad social: un problema ético prioritario en la agenda universitaria. *ORBIS*, (7), 69-92. Venezuela.
- BOWEN, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Ney York: Harper & Brothers.
- CARAVEDO, B. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. New York: FOMIN.
- CASTAÑEDA, G., RUIZ, M., VILORIA, O., CASTAÑEDA, R, & QUEVEDO, Y. (2007). El rol de las universidades en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Negotium Ciencias Gerenciales*, (8), 100-132.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- DOMÍNGUEZ PACHÓN, M. J. (2009). Responsabilidad social universitaria. *Humanismo y trabajo social*. (8), 37-67. León (España): Universidad de León.
- FRIEDMAN, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits.. *The New York Times Magazine*, pp. 32-33 y 123-125.
- GAETE QUEZADA, R. (2011). “La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la Educación Superior: el caso de España”. *Revista de Educación*, (355), 109-133. Chile: Universidad de Antofagasta.
- MALDONADO DE LA CALLE, C, RAMOS GARCÍA, J.M & ARMENTIA GIMÉNEZ, P. (2007). La formación de la responsabilidad social en la universidad. *Revista Complutense de Educación*, 18, (2), 47-66. Madrid (España): Universidad complutense de Madrid.
- MARTÍNEZ, C. (2010). Responsabilidad social empresarial. Una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia
- MOLINA DÍAZ, M. & SANTIAGO FACAL, S. (2011). Percepciones de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales sobre la responsabilidad social universitaria (Montevideo-Uruguay). *Artículos de investigación*, 19, (2), 340-365. Montevideo (Uruguay): Universidad de la Empresa.

- MOSCOSO DURÁN, F. & VARGAS LAVERDE, J. (2013). La Responsabilidad Social Universitaria: más allá de la proyección y extensión social, una mirada a la experiencia de la universidad EAN de Colombia. *Recherches en Sciences de Gestion*. (98), 83-106. Bogotá (Colombia): Universidad EAN.
- PATIÑO, D. (2011). El pacto global de las Naciones Unidas: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. *Prolegómenos-Derechos y Valores*, 14, (28), 217-231. Bogotá (Colombia): Universidad Militar Nueva Granada.
- PORTER, M. (1999). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- ROITSTEIN, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (32), 5-28. Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración Organismo Internacional.
- SAAVEDRA, M. (s.f). *Hacia la competitividad de la pyme Latinoamericana*. México
- SACCO, F. (2009). Responsabilidad, responsabilidad social y responsabilidad social universitaria. *Perspectivas de tres conceptos. Visión gerencial*, (2), 383-397. Valencia (Venezuela): Universidad de Carabobo.
- UNESCO. (1996). *La educación encierra un tesoro*. México: UNESCO.
- VALLAEYS, F. (2008). *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* Pontificia Universidad Católica del Perú.
- VALLAEYS, F. DE LA CRUZ, C & SASIA, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria. Manual de primeros pasos*. México: McGraw Hill.
- ZULETA, E. (2010). Estrategias para la materialización de las políticas de responsabilidad social universitaria, en el marco de los programas regionalizados. *Estudios de Derecho*, 67, (149), 165-188. Medellín (Colombia): Universidad de Antioquia.