

**COMPORTAMIENTOS SOCIALMENTE  
RESPONSABLES QUE LLEVA A CABO LA  
UNIVERSIDAD FRENTE A SUS EGRESADOS  
CON MIRAS A AUMENTAR LAS PRÁCTICAS  
RESPONSABLES EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL**  
*SOCIALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR HOLDING COLLEGE  
GRADUATES FROM THEIR INCREASE TOWARD RESPONSIBLE  
PRACTICES IN BUSINESS CONTEXT*

Juan Carlos Olaya Molano <sup>1</sup>

Recibido el 31 de mayo de 2013

Aceptado el 31 de enero de 2014

**Resumen.** La investigación realizada en el presente trabajo tuvo como objetivo identificar los comportamientos socialmente responsables que lleva a cabo la Universidad frente a sus egresados con miras a aumentar las prácticas responsables en el contexto empresarial, por tal motivo se aplicó una encuesta a 82 estudiantes titulados en el segundo semestre del año 2013.

Aunque la Institución realiza actividades de responsabilidad social, algunas dirigidas a la capacitación de los egresados por medio de diplomados, cursos, especializaciones, y otras en las cuales los estudiantes titulados son los líderes de los procesos, como lo son capacitaciones a diferentes sectores de la población, los datos entregados por los egresados indican que la participación en los programas de Proyección Social que la Institución Universitaria ofrece son poco aprovechados debido a que en los horarios en los cuales se ofrecen, ellos se encuentran laborando. También se identificó que los canales de comunicación dados a correos electrónicos o publicación en la web utilizados por el departamento de proyección social no son suficientes para entregar la información a los estudiantes titulados, debido a que en la mayoría de ocasiones no son vistos o se ven en forma retrasada. Todo lo anterior se convierte en una debilidad para el estudiante que no puede actualizar sus conocimientos y a la vez adquirir experiencia en los programas de responsabilidad social que la Institución ofrece, y por ende es muy difícil que se conviertan en líderes socialmente responsables en las empresas en las cuales se encuentran laborando, disminuyendo así la posibilidad de beneficiar a los *stakeholders* de la organización.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial, ética, responsabilidad social universitaria, grupos de interés.

1. Administrador de Empresas, especializado en Gerencia Financiera y Docencia Universitaria. Magíster en Administración de Organizaciones; docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universitaria Agustiniiana, profesor de Administración de Empresas, Corporación Universitaria Minuto de Dios.

## Abstract

The research in this work was to identify socially responsible behavior that takes place in front of the university graduates in order to increase responsible practices in a business context, as such a survey has been applied to 82 graduate students in the second half of 2013.

Although the Institution performs some social responsibility activities aimed at training graduates through graduate courses and majors and others in which graduate students are the leaders of the processes such as training for different sectors of the population, data provided by graduates indicate that participation in the programs of outreach to the university institution offers are underutilized because the times in which they budgeted are now working, it was also identified that the communication channels given to emails web publishing or used by the department of Social projection are not sufficient to deliver information to graduate students because in most cases are not seen or are as retarded. All this became a weakness for the student who cannot update their knowledge while gaining experience in social responsibility programs offered by the Institution and thus is very difficult to become socially responsible leaders in businesses in which are now working thus reducing the possibility of benefit to stakeholders of the organization.

**Keywords:** Corporate social responsibility, ethics, university social responsibility, stakeholders.

## Introducción

El concepto de responsabilidad social empresarial ha venido tomando fuerza en el contexto mundial en las diferentes industrias en las cuales las corporaciones se desempeñan, tanto así que en el sector educativo superior se habla de la Responsabilidad Social Universitaria, en la cual se identifican algunas actividades que deben contribuir al bienestar de los diferentes grupos de interés de la Institución.

### Justificación teórica de la investigación

Las teorías administrativas han evolucionado debido a las necesidades contemporáneas que tienen las organizaciones globales en la actualidad, por tal motivo se habla de una escuela de sistema social la cual, según Munch (2009), se enfoca “desde el punto de vista del sistema social o de las relaciones interculturales”; en este sentido:

Trata de combinar, por una parte, la estructura formal con el aspecto humano y, por otra parte, la organización empresarial con el sistema social. Lo que indica que las decisiones empresariales

que se tomen deben estar orientadas a satisfacer las necesidades de los grupos de interés, tanto así que el progreso de una compañía se dará partiendo del reconocimiento que esta posea ante la sociedad, (p.179).

Parfraseando a Guillén (2008): la perspectiva teórica en la cual se enmarca la responsabilidad social de una organización debe estar integrada en todas sus acciones, y, por tanto, debe contar con principios éticos, con procesos para su puesta en práctica y con instrumentos para la evaluación de estas actuaciones.

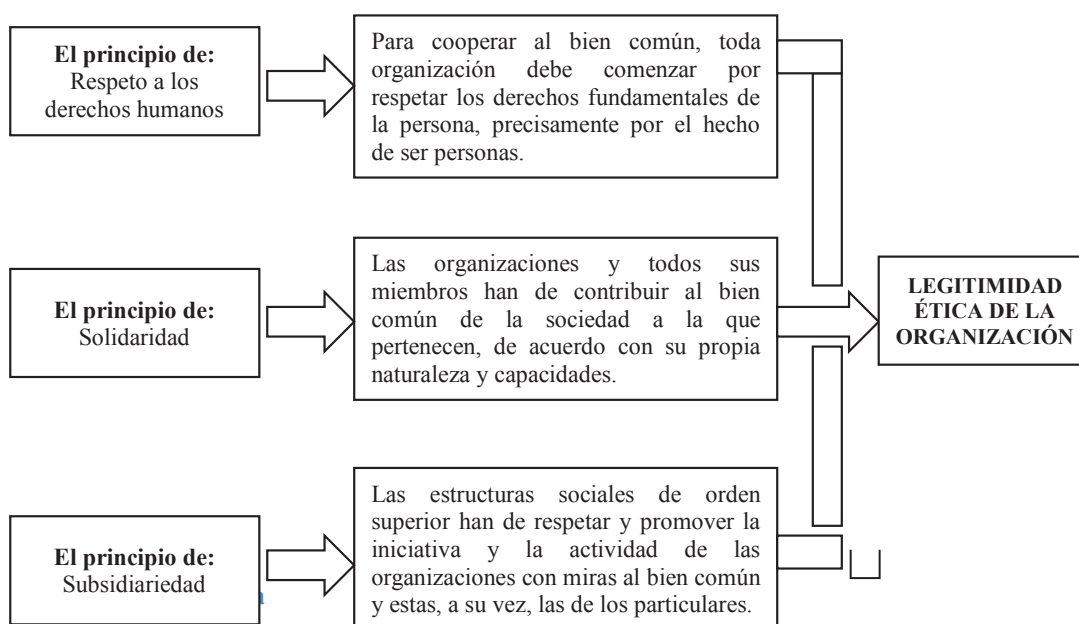
La escuela social se soporta en la ambiental y la del comportamiento humano. La primera debido a que busca mayor eficiencia por parte de los empleados partiendo del ambiente en el cual se desempeñan, disminuyendo así el número y frecuencia de enfermedades y aumentando el nivel motivacional de los colaboradores a través del desarrollo de técnicas psicológicas y sociológicas. La segunda dando importancia a las relaciones sociales e individuales como estrategia motivacional que se traduce en el mejoramiento de la productividad.

Uno de sus postulados básicos es que las decisiones deben estar de acuerdo a las necesidades, expectativas y nivel motivacional de los clientes internos, siendo pieza fundamental en el desarrollo de las actividades empresariales, porque el principal objetivo empresarial es establecer las condiciones adecuadas para que el personal

cumpla con sus objetivos personales y estos, a su vez, se expresen en la consecución de las metas organizacionales.

En la figura 1 se identifican los principios éticos por los cuales se recomienda a la organización dirigir su actuación.

**Figura 1.** Ética de las organizaciones



Fuente: Guillén (2008, p. 277)

Las teorías Z y Calidad total complementan la escuela social, ya que la teoría Z busca que los empleados tengan sus actividades laborales a largo plazo, mejorando el desarrollo de carreras administrativas y una participación del colectivo en la toma de decisiones de la compañía. La segunda posee un enfoque sistémico donde el sistema va dirigido a todos y cada uno de los procesos de la organización, buscando la satisfacción total de los beneficiarios de la compañía.

Las instituciones de educación superior enmarcan su actuar responsable en lo que actualmente se denomina responsabilidad social universitaria, dando prioridad a los programas de proyección social y extensión universitaria sin descuidar la relación que poseen con los estudiantes que se encuentran en formación; por tal motivo, debe ser capaz de organizar, capacitar, enseñar, apoyar, promover y orientar a los estudiantes en su actuar dentro y fuera de la organización.

### Métodos y materiales

El tipo de investigación que se trabajó fue descriptivo, ya que se realizó un informe sobre los elementos que se encontraron en el momento de la aplicación de las herramientas, logrando establecer las variables más representativas; a su vez se desarrolló un diseño longitudinal, debido a que la información se tomó a diferentes actores en una sola ocasión por encuestado.

La investigación se desarrolló mediante un corte cuantitativo, el cual permitió realizar el diagnóstico determinando características, factores, procedimientos, entre otros elementos, basados en la obtención de datos de origen primario mediante la aplicación de una encuesta.

El tipo de investigación que se utilizó es cuasi experimental, debido a que se analizó la población objeto de estudio en un momento determinado tomando en una sola ocasión

información que permitió presentar las variables que afectan al grupo estudiado.

El trabajo de campo se realizó en una institución Universitaria ubicada en la ciudad de Bogotá, tomando aleatoriamente una muestra representativa de los egresados de la organización, aplicando la encuesta preparada con anterioridad.

### **Método**

Primera fase: se hizo la elección de la población objeto de estudio.

Segunda fase: se efectuó el diseño de investigación cuantitativo mediante la aplicación de una encuesta para determinar individualmente la percepción que tienen los egresados sobre los componentes de responsabilidad social que desarrolla la Universidad.

Tercera fase: se efectuó el análisis de la información mediante el desarrollo de tablas de frecuencia y la presentación en gráficas, para así posteriormente efectuar el análisis teórico de la información encontrada.

Cuarta fase: se elaboró el informe general sobre el proyecto realizado donde se contemplaron y analizaron los resultados obtenidos de la investigación con el objetivo de presentar algunas sugerencias a la Institución.

### **Población objetivo**

La población con la cual se realizó la investigación fue la de egresados de la Institución Universitaria. En ese momento la Institución contaba con 2.606 egresados desde el año 2008 hasta el primer periodo del año 2014.

Se aplicó el método de muestreo secuencial, siendo una técnica no probabilística, con el objetivo de disminuir el número de la muestra, por tal motivo se tomó el

número de ochenta y dos (82) egresados del programa de Administración de Empresas del segundo periodo del año 2013.

Los egresados de la Facultad de Administración de empresas a quienes se les realizaron las tomas de información, según el Departamento de Responsabilidad Social, son jóvenes entre 22 y 30 años de edad, habitantes de la localidad de Kennedy, Soacha y Suba en la ciudad de Bogotá, de los cuales un 92% se encuentran realizando actividades laborales en empresas nacionales en cargos administrativos, y el 8% restante son microempresarios de diferentes sectores de la economía nacional, formados bajo principios éticos y morales, con fácil adaptación al cambio, estructurados en procesos de innovación y en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

### **Técnicas de recolección de la información**

La información se recolectó mediante la aplicación de un formulario de encuesta con preguntas cerradas que fue diligenciado por una muestra de egresados del segundo periodo del año 2013 de la Facultad de Administración de empresas de la Institución universitaria.

### **Instrumento**

a. Empleo de encuestas con análisis de la información obtenida. Este instrumento consta de 9 preguntas, las cuales fueron aplicadas a un grupo conformado por 82 egresados de la Institución en el segundo periodo lectivo del año 2013. El objetivo de implementar esta herramienta fue establecer la participación en las actividades programadas por el departamento de Responsabilidad social, además conocer el impacto y los beneficiarios que han tenido los programas de responsabilidad Social en su desempeño profesional, identificando el problema al que responde la intervención social de la Institución, y a la vez recibir algunas sugerencias del grupo para identificar actividades que la Universidad puede realizar con el objetivo de que los egresados puedan mejorar la práctica de la responsabilidad social en las empresas donde laboran.

## Resultados

### Categoría 1. Participación

El objetivo fue el de establecer la participación de los egresados en las actividades programadas por el Departamento de Responsabilidad Social de la Universidad.

A la pregunta: ¿Ha participado en actividades realizadas por la Universidad que implican el desarrollo de la responsabilidad social durante el primer semestre del año 2014?, el 59% de la población encuestada respondió que no participó, mientras que el 41% de la muestra indicó que sí lo hizo. Por otra parte, a la pregunta ¿En cuántas actividades dirigidas a los egresados que implican el desarrollo de la

responsabilidad social participó en el primer semestre del año 2014?, el 59% de la población contestó que no han realizado ninguna actividad de responsabilidad social y el 41% contestó que participaron de una a tres actividades.

En cuanto a la pregunta: ¿En cuáles actividades dirigidas a los egresados que implican el desarrollo de la responsabilidad social participó con mayor frecuencia en el primer semestre del año 2014? Del total de la muestra que respondió que sí había participado en actividades de responsabilidad social se obtuvieron los siguientes datos: el 50% contestó que han participado en cursos y diplomados, el 9% en caminatas ecológicas, el 6% se encuentran cursando la Especialización en Gestión Ambiental, el 18% en actividades de voluntariado, y el 18% crearon planes de negocio.



IV Feria laboral 2014 UNIGUSTINIANA

Figura 2. Participación en actividades de Responsabilidad Social

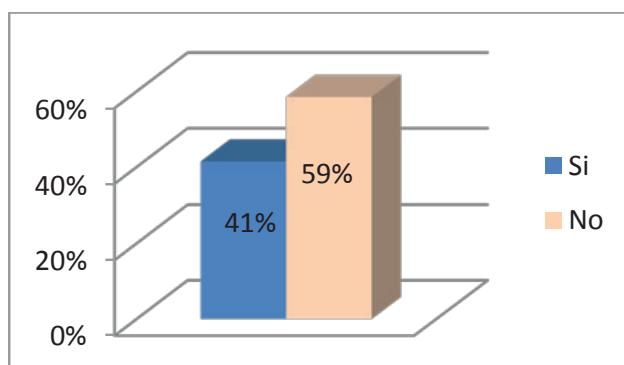


Figura 3. Número de actividades en que ha participado

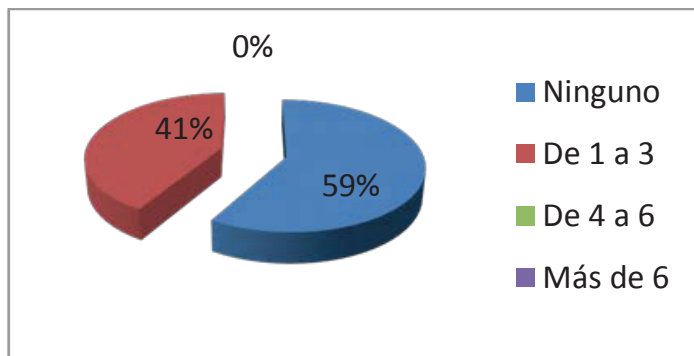
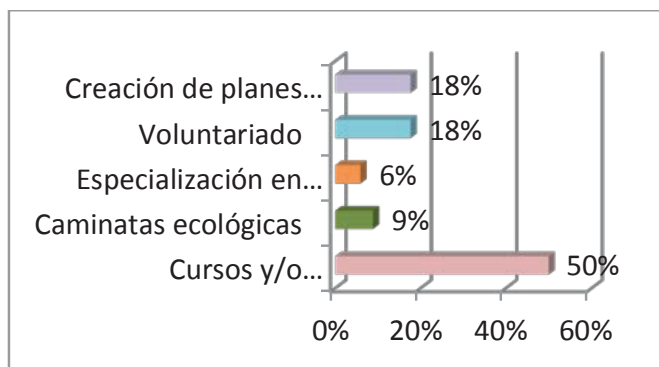


Figura 4. Tipo de actividad en la que ha participado



### Categoría 2. Impacto en el egresado

El objetivo de realizar estas preguntas fue conocer el impacto y los beneficiarios que han tenido los programas de responsabilidad social en el desempeño profesional de los egresados

A la pregunta: De los programas de responsabilidad social desarrollados por la Universidad ¿cuál componente social cree que ha tenido mayor impacto en usted como egresado?, el 46% de los encuestados respondió “Ética empresarial”, un 37% “Desarrollo humano”, un 10% “Gobierno corporativo” y un 7% “Marketing social”. En

cuanto a la pregunta: ¿Quién cree que ha recibido mayores beneficios con la puesta en marcha de programas de RSE en la empresa donde labora?, el 63% de la población encuestada indicó que la mayor beneficiada fue la comunidad, el 22% los empleados, el 10% los accionistas, el 2% proveedores y el 2% restante el gobierno. A la pregunta: ¿Qué componente de responsabilidad social es el que más desarrolla en la empresa en la cual se desempeña laboralmente?, el 39% de los encuestados contestaron que el componente fue la ética empresarial, el 37% el desarrollo sostenible, el 15% el marketing social, el 5% el gobierno corporativo y el 5% restante la logística social.

Figura 5. Componente social de mayor impacto

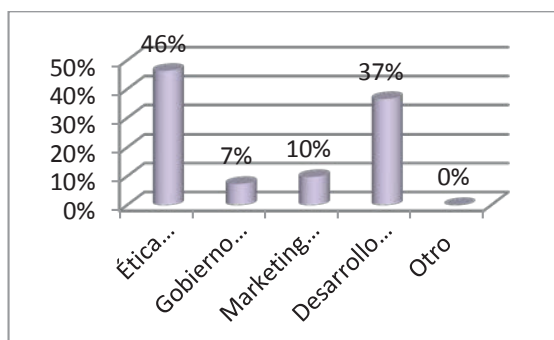


Figura 6. Beneficiarios de la responsabilidad social empresarial

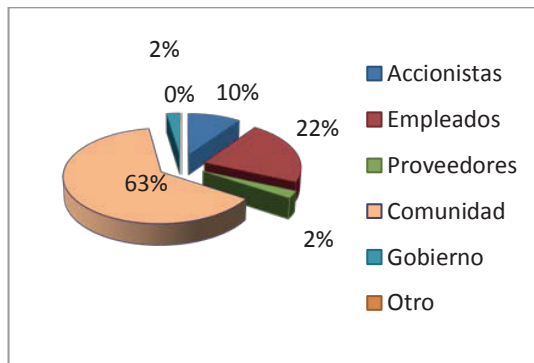
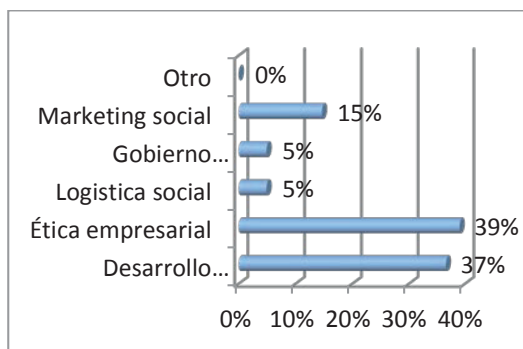


Figura 7. Componente desarrollado en el ámbito laboral

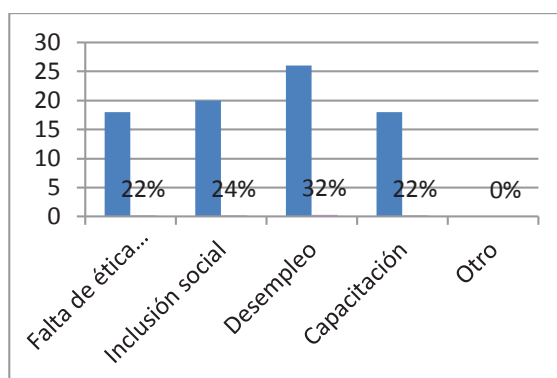


**Categoría 3. Intervención social de la Universidad**

El objetivo de implementar esta pregunta fue identificar el problema al que responde la intervención social de la Institución según la óptica de los egresados. A la pregunta:

¿A qué problema cree que responde la intervención social que realiza la Universidad mediante el Departamento de Responsabilidad Social?, el 32% de la población indicó que es al desempleo, el 24% a la inclusión social, el 22% a la falta de ética empresarial y el 22% restante a la capacitación.

Figura 8. Problema al que responde la intervención social



**Categoría 4. Práctica de la responsabilidad social en la Universidad**

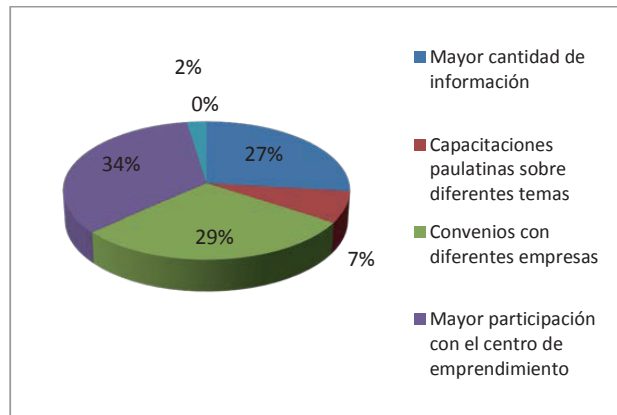
El objetivo de realizar esta pregunta fue recibir algunas sugerencias del grupo para identificar actividades que la Universidad puede realizar con el objetivo de que los egresados puedan mejorar la práctica de la responsabilidad

social en las empresas donde laboran. A la pregunta: ¿Cómo cree que se puede mejorar la práctica de la responsabilidad social orientada a los egresados en la Universidad?, el 34% de la población contestó que se puede mejorar al tener mayor participación con el Centro de Emprendimiento, el 29% realizando convenios con diferentes empresas, el 27% enviando mayor información, el 7% efectuando

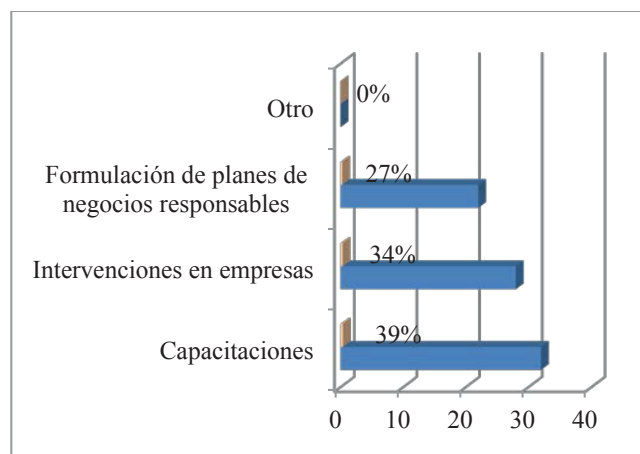
capacitaciones paulatinas sobre diferentes temas y el 2% realizando reuniones con mayor frecuencia con los directivos. Por otra parte, a la pregunta: ¿Qué actividades socialmente responsables le gustaría que el Departamento

de Responsabilidad Social realice con sus egresados?, el 39% de los encuestados contestaron capacitaciones, el 34% intervenciones en empresas y el 27% formulación de planes de negocio responsables.

**Figura 9.** Estrategias para mejorar la práctica de RSE



**Figura 10.** Actividades socialmente responsables dirigidas a egresados



### Análisis de resultados

La población de egresados que participó en actividades realizadas por la Universidad que implicaban el desarrollo de la responsabilidad social durante el primer semestre del año 2014 presentó un porcentaje bajo, y a su vez el número de actividades en las que han participado la mayoría de los egresados se encuentran dados de 0 a 3, lo cual corrobora que la participación no es muy amplia, siendo más alto el porcentaje de falta de participación, a lo cual los egresados que se encuentran laborando en el horario diurno indicaron que la mayoría de actividades que efectúa el departamento de Responsabilidad Social son

presenciales y a la vez se realizan en horarios en los cuales se encuentran trabajando, por tal motivo no cuentan con tiempo disponible para participar en estos propósitos. Por tal razón, la población investigada identifica la falta de participación en las actividades de responsabilidad social como una debilidad, ya que no cuentan con experiencia para ejecutar actividades responsables socialmente en la empresa donde se encuentran laborando.

Sin embargo la mayor intervención por parte de los estudiantes titulados, se ha dado en capacitación en cursos y diplomados, actividades de voluntariado, participación en la Especialización en Gestión Ambiental



y, con menor porcentaje, en caminatas ecológicas, lo cual permite establecer que el desarrollo de actividades de responsabilidad social ambiental son las menos atractivas para los egresados de la institución universitaria, convirtiéndose así también en debilidad para el estudiante titulado frente a la empresa actual, que debe propender porque en todos los procesos se vea reflejado el desarrollo sostenible.

Otra porción de la muestra indicó que los canales, están operando para enviar la información no son suficientes, debido a que la Institución utiliza como herramienta fundamental el correo electrónico o la publicación en la página web, y que en la mayoría de ocasiones no son revisados en forma oportuna afectando en forma directa la actualización de conocimiento y la puesta en marcha de actividades que generen experiencia al estudiante graduado sobre el tema de responsabilidad social empresarial, que por no conocerlas o carecer de experiencia en muchas ocasiones no puede liderar y aplicar a las actividades laborales que desarrolla, restando así valor agregado a la compañía.

Otra motivo que se identificó en la baja participación fue falta de incentivos, como lo son el acceso a descuentos a programas de educación continua y a intervenciones empresariales con subsidios económicos por parte de la Institución para así poder suplir los gastos en viáticos que generen las actividades de responsabilidad social.

Por otra parte, los egresados respondieron que el componente social que ha tenido mayor impacto en ellos es la ética empresarial, seguida del desarrollo humano, el buen gobierno corporativo y en menor proporción el marketing social, teniendo claro que también se puede establecer que el mayor beneficiado con la puesta en marcha de los programas de responsabilidad social empresarial fue la comunidad, seguido de los empleados, los accionistas, los proveedores y, por último el gobierno, pudiendo identificar así que los principios que se inculcan en la Universidad y que son soportados por el

Departamento de Proyección Social se convierten en directrices para los egresados en el perfeccionamiento de su profesión, trabajando así en busca de beneficios para todos los grupos de interés de la organización soportados en la ética y el desarrollo del ser humano.

La investigación permitió establecer que el problema al que responde la intervención social que realiza la Universidad mediante el departamento de Responsabilidad Social, en primer lugar, es el desempleo, seguido de la inclusión social, la falta de ética empresarial y la capacitación, y a su vez los egresados creen que se puede mejorar la práctica de la responsabilidad social orientada a los egresados al tener mayor participación con el Centro de Emprendimiento. También expresan la importancia de la realización de convenios con diferentes empresas que permitan participar activamente en planes de proyección social a nivel local y nacional, soportando todo lo anterior con el envío de mayor información, efectuando capacitaciones paulatinas sobre diferentes temas y concretando reuniones con mayor frecuencia con los directivos soportados en capacitaciones, intervenciones en empresas y la formulación de planes de negocios responsables. Todo lo anterior permite establecer que la Universidad aunque presenta algunas propuestas sobre comportamientos socialmente responsables a los egresados, debe continuar ampliando el portafolio para contribuir con la capacitación, actualización y experiencia en el tema a los estudiantes titulados, así viéndose reflejado en el desarrollo de las diferentes actividades empresariales que benefician los diferentes grupos de interés del país mediante mayores opciones laborales, prácticas ambientales en todos los procesos que la compañía realiza, trato justo y honrado al talento humano, entre otros.

### Conclusión

Los egresados de la Institución Universitaria tienen un porcentaje bajo en la participación de los programas que implican el desarrollo de la responsabilidad social empresarial que la institución desarrolla, disminuyendo

así el porcentaje de posibilidad de que los estudiantes titulados puedan aportar nuevos conceptos en las empresas en las cuales se desempeñan laboralmente.

El número de actividades en que han participado algunos de los egresados también es pequeña, sin embargo, a la que en mayor proporción han asistido es a la capacitación mediante la matrícula a cursos y seminarios, identificando así que existen expectativas de actualización académica que poseen los estudiantes titulados de la Institución.

Las actividades más frecuentes ofertadas por la Unidad de Responsabilidad Social son inscripciones en cursos y diplomados, acciones de voluntariado, especialización en gestión ambiental, caminatas ecológicas, entre otras, las cuales buscan orientar a los egresados en la aplicación de la responsabilidad social corporativa en las empresas donde se encuentran desempeñando sus actividades laborales.

El componente social que tiene mayor presencia en los estudiantes titulados es la ética, seguido del desarrollo humano, el buen gobierno corporativo y el marketing social, pudiendo identificar que se tienen claros los valores inculcados en la Institución y que a su vez se ven reflejadas en las empresas en las cuales laboran.

Los egresados sienten que no tienen gran posibilidad de acceso al Centro de Emprendimiento para el desarrollo de planes de negocio responsables socialmente, también solicitan la realización de convenios con diferentes empresas, para la incursión y la mejora laboral y por último que se les envíe más información sobre las diferentes actividades que se programan en el departamento de Proyección social.

Es importante que la Institución realice las actividades de responsabilidad social en horarios diferentes a los laborales, porque la mayoría de egresados indican que no pueden asistir a participar en los encuentros que proyecta el departamento, porque en la mayoría de ocasiones se encuentran trabajando en esos momentos, lo cual hace que los estudiantes graduados no puedan obtener

experiencia, capacitación y actualización de conocimientos en el tema, perdiendo así la oportunidad de ser líderes en el desarrollo de propuestas sociales en las empresas en las cuales se encuentran trabajando.

El departamento de Proyección Social debe incluir un portafolio más amplio en el cual se encuentre actividades en las que los estudiantes se capaciten y otras tantas en las cuales los estudiantes sean los capacitadores o los líderes de los diferentes proyectos, buscando así que los egresados puedan llevar a la empresa experiencia en el desarrollo de técnicas de responsabilidad social empresarial y ambiental.

### Referencias

Guillén, M. (2008). *Ética en las organizaciones. Construyendo confianza*. Madrid: Pearson.

Munch, L. (2009). *Fundamentos de administración*. México: Trillas.