

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y LA ÉTICA CORPORATIVA: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE ETHICS: A LITERATURE REVIEW

Jairo Palacios Rozo¹

Resumen

La responsabilidad social universitaria (RSU) y la ética corporativa se han convertido en temas centrales dentro de los debates académicos y empresariales debido a su relevancia en la formación de ciudadanos responsables y en la promoción de prácticas empresariales sostenibles. Este artículo tiene como objetivo realizar una revisión bibliográfica que explore la interrelación entre ambos conceptos, destacando sus bases teóricas, la aplicación práctica y su impacto en el contexto global. Se examinan fuentes académicas y estudios empíricos publicados en la última década. Los hallazgos destacan la necesidad de fortalecer las alianzas entre las universidades y el sector corporativo para fomentar un desarrollo sostenible.

Palabras clave: responsabilidad social universitaria, ética corporativa, revisión bibliográfica.

Abstract

University social responsibility (USR) and corporate ethics have become central topics in academic and business debates due to their relevance in the formation of responsible citizens and in the promotion of sustainable business practices. This article aims to carry out a bibliographic review that explores the interrelation between both concepts, highlighting their theoretical bases, practical application and their impact in the global context. Academic sources and empirical studies published in the last decade are examined. The findings highlight the need to strengthen alliances between universities and the corporate sector to promote sustainable development.

Keywords: university social responsibility, corporate ethics, bibliographic review.

Recepción: 05 de septiembre 2024 /Evaluación: 12 de octubre 2024/Aprobado: 29 de noviembre 2024

¹ Doctorando en Socioformación y Sociedad del Conocimiento (Centro Universitario CIFE), Master of Education (World Education Services Inc: New York, NY, US), Especialista en Administración de Empresas y profesor de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. E-mail: jjpalacios@unicolmayor.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1437-9838>

Introducción

La responsabilidad social universitaria (RSU) se define como el compromiso de las instituciones de educación superior con el desarrollo sostenible a través de la formación de profesionales éticos, la investigación pertinente y la vinculación con la sociedad (Vallaey, 2014). Este concepto va más allá de las acciones filantrópicas o de cumplimiento normativo, integrando la sostenibilidad en la misión, visión y estrategias institucionales. La RSU tiene como propósito formar ciudadanos críticos y comprometidos, impulsar investigaciones que respondan a problemas sociales, y fomentar un diálogo constante con las comunidades para generar soluciones que promuevan el bienestar colectivo.

Por otro lado, la ética corporativa se centra en la implementación de principios y valores éticos en la gestión empresarial para garantizar la sostenibilidad económica, social y ambiental (Carroll, 2021). Este enfoque busca alinear los objetivos empresariales con los intereses de los grupos de interés (stakeholders), promoviendo prácticas responsables en áreas como el respeto por los derechos humanos, la transparencia, la igualdad de oportunidades, y la minimización de impactos ambientales negativos. Las empresas que adoptan la ética corporativa no solo cumplen con estándares legales, sino que también contribuyen activamente al desarrollo sostenible mediante su modelo de negocio.

Aunque ambos conceptos tienen objetivos comunes, la literatura académica muestra una fragmentación en su análisis, lo que dificulta una comprensión integral de su relación. Esta desconexión refleja un desafío en la articulación de estrategias conjuntas entre universidades y corporaciones, a pesar de que ambas tienen un papel crucial en la construcción de un futuro sostenible. Mientras que las universidades generan conocimiento y forman líderes, las empresas tienen la capacidad de implementar soluciones prácticas a gran escala, actuando como catalizadores del cambio.

En este contexto, el presente artículo busca responder las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los puntos de convergencia entre la RSU y la ética corporativa? ¿Cómo pueden las universidades y las corporaciones trabajar juntas para abordar los retos globales? ¿Cuál es el impacto de estas iniciativas en el desarrollo sostenible?. Para abordar estas interrogantes, se analizarán estudios de caso y ejemplos prácticos que evidencien el potencial de estas alianzas estratégicas.

De manera preliminar, es posible identificar algunos puntos de convergencia clave entre la RSU y la ética corporativa:

1. **Compromiso con el desarrollo sostenible:** Ambas buscan promover un equilibrio entre crecimiento económico, inclusión social y cuidado ambiental.
2. **Formación de líderes éticos:** Mientras las universidades forman líderes con valores éticos sólidos, las corporaciones tienen el poder de aplicar esos valores en el ámbito laboral y social.
3. **Innovación social:** Tanto universidades como empresas tienen la capacidad de colaborar en proyectos innovadores que generen impacto positivo en las comunidades.

4. **Responsabilidad con los stakeholders:** Ambas entidades reconocen la importancia de involucrar a las partes interesadas en la toma de decisiones para garantizar legitimidad y relevancia.

Finalmente, este artículo propone que el fortalecimiento de la relación entre universidades y corporaciones no solo facilitará el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), sino que también redefinirá el concepto de responsabilidad, posicionándola como un eje central en la transformación global hacia un futuro más justo, inclusivo y sostenible.

Metodología

Se realizó una revisión sistemática de la literatura académica utilizando bases de datos como Scopus, Web of Science y Google Académico. Los criterios de selección incluyeron publicaciones entre 2013 y 2023 en inglés y español, y que abordaran de manera directa o indirecta la RSU, la ética corporativa y su impacto en el desarrollo sostenible. Las fuentes se categorizaron en estudios teóricos y empíricos, y se evaluó su rigor metodológico para garantizar la calidad de los hallazgos.

Bases Teóricas de la Responsabilidad Social Universitaria y la Ética Corporativa

Responsabilidad Social Universitaria

La RSU se fundamenta en teorías de justicia social y sostenibilidad. Según Lozano (2015), las universidades desempeñan un papel esencial como agentes de cambio social al promover valores éticos en sus estudiantes y al generar conocimiento relevante para abordar problemas globales como el cambio climático y la desigualdad. Además, Vallaey (2014), enfatiza que la RSU no solo incluye actividades académicas, sino también la gestión interna de las universidades, que debe ser coherente con los principios de sostenibilidad.

Ética Corporativa

La ética corporativa se basa en marcos conceptuales fundamentales como la teoría de los stakeholders y la responsabilidad social empresarial (RSE). Estos marcos ofrecen un enfoque integral para entender el impacto de las decisiones empresariales, no solo sobre los accionistas, sino sobre todos los grupos de interés involucrados, como empleados, clientes, proveedores, comunidades y el medio ambiente. Carroll (2021) destaca que las empresas éticas van más allá de cumplir con las normativas legales al integrar consideraciones sociales y ambientales en sus operaciones, adoptando un enfoque más holístico que promueve el bienestar colectivo. Esta visión amplia de la responsabilidad implica que las empresas deben operar de manera transparente, fomentando la equidad y el respeto hacia todos los actores que se ven afectados por sus actividades.

El concepto de stakeholders, o partes interesadas, es central en la ética corporativa, ya que reconoce que las empresas no actúan en un vacío, sino que son parte de una red más amplia de relaciones. Según la teoría de los stakeholders, las decisiones empresariales deben considerar los intereses y necesidades de todas las partes involucradas, buscando generar

valor para cada una de ellas, no solo para los accionistas. Esto contrasta con el enfoque tradicional que se centra únicamente en la maximización de beneficios para los accionistas. Las empresas éticas, al adoptar esta teoría, buscan un equilibrio entre la rentabilidad y la responsabilidad social, reconociendo que su éxito a largo plazo depende de la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Además, la ética corporativa está estrechamente vinculada con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que impulsa a las empresas a asumir un papel activo en la resolución de problemas sociales y ambientales, más allá de sus actividades económicas inmediatas. Las iniciativas de RSE pueden incluir la inversión en proyectos comunitarios, la reducción de la huella de carbono, el respeto por los derechos humanos y el establecimiento de condiciones laborales justas, entre otros. Según Carroll (2021), la integración de estos aspectos en la estrategia empresarial no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también genera beneficios tangibles, como la fidelización de clientes, la atracción de talento y la mejora en las relaciones con los stakeholders.

Esta transición hacia una cultura ética dentro de las organizaciones requiere un liderazgo comprometido desde la alta dirección. Los líderes empresariales deben ser los primeros en adoptar y promover principios éticos en sus decisiones, sirviendo de ejemplo para el resto de la organización. Esta transformación cultural no ocurre de manera automática, sino que necesita un cambio en la forma en que las empresas operan a nivel organizativo, con políticas claras que reflejen el compromiso con la ética y la responsabilidad social. El compromiso de la alta dirección también es clave para asegurar que las prácticas éticas estén integradas en todos los niveles de la empresa, desde la toma de decisiones estratégicas hasta las operaciones diarias.

Para lograr esta transformación cultural, las empresas pueden implementar programas de formación ética, establecer códigos de conducta y crear mecanismos de rendición de cuentas que aseguren que las prácticas empresariales estén alineadas con los principios éticos. También es importante fomentar una cultura de transparencia, en la que las decisiones empresariales se tomen con base en un compromiso genuino hacia la sostenibilidad y el bienestar social, no solo en la maximización de los beneficios financieros.

Interrelación entre la RSU y la Ética Corporativa

Tanto la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) como la ética corporativa comparten objetivos comunes, como la promoción de un desarrollo sostenible y la formación de ciudadanos responsables. Ambas buscan mejorar la calidad de vida de las comunidades, promover la equidad y reducir el impacto ambiental de las actividades humanas. Según Lozano (2015), la colaboración entre universidades y empresas puede generar sinergias importantes al combinar la capacidad investigativa de las primeras con los recursos, la infraestructura y la influencia de las segundas. Este enfoque colaborativo permite que las universidades generen conocimientos avanzados, mientras que las empresas puedan poner en práctica esas soluciones, alcanzando un mayor impacto social y ambiental.

Sin embargo, existen varios retos que dificultan la implementación efectiva de estas colaboraciones. Uno de los principales desafíos es la falta de comunicación efectiva entre las partes, lo que puede dar lugar a malentendidos y a la falta de alineación entre los intereses de las universidades y las empresas. Las diferencias en los objetivos institucionales también pueden ser un obstáculo, ya que las universidades se centran más en la generación de conocimiento y el desarrollo académico, mientras que las empresas están enfocadas en la rentabilidad y la competitividad en el mercado. A pesar de estos retos, una correcta alineación de los intereses puede fortalecer las iniciativas de responsabilidad social, proporcionando beneficios mutuos para ambas partes.

Un ejemplo exitoso de esta colaboración es el caso de universidades que han establecido alianzas con empresas para desarrollar programas de responsabilidad social conjuntos. Estas iniciativas se han centrado en áreas clave como la educación ambiental, la inclusión social y el acceso a tecnologías innovadoras en comunidades vulnerables. Por ejemplo, González-Pérez et al. (2020) documentan programas en los que las universidades han trabajado con empresas para implementar proyectos de educación ambiental en comunidades locales, capacitando a los residentes sobre prácticas sostenibles, la gestión de residuos y el uso responsable de los recursos naturales. Además, se han promovido programas de inclusión social que brindan oportunidades educativas y laborales a grupos desfavorecidos, lo que contribuye a la reducción de la pobreza y a la mejora de la cohesión social.

Estos programas han demostrado un impacto positivo en las comunidades beneficiadas, tanto en términos de desarrollo social como ambiental. Además, han fortalecido la reputación de las organizaciones involucradas, ya que las empresas que participan en iniciativas de responsabilidad social genuina suelen ser percibidas como líderes en ética y sostenibilidad. Esta percepción mejora su imagen de marca, atrae a consumidores conscientes y puede generar nuevas oportunidades comerciales basadas en la responsabilidad social.

Impacto en el Desarrollo Sostenible

La contribución de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y la ética corporativa al desarrollo sostenible es evidente en diversos ámbitos, reflejando una interconexión fundamental entre la educación y la práctica empresarial. Por ejemplo, las universidades tienen un rol clave al liderar investigaciones sobre tecnologías limpias, energías renovables y modelos de negocio sostenibles, contribuyendo al desarrollo de soluciones innovadoras que aborden los desafíos medioambientales globales. Las investigaciones académicas, al estar alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, pueden impulsar la creación de tecnologías más eficientes y responsables con el medio ambiente. De igual manera, las empresas tienen la responsabilidad de implementar estas soluciones en la práctica, adoptando políticas que reduzcan su huella ecológica, mejoren la eficiencia energética y promuevan prácticas comerciales que favorezcan tanto a las personas como al planeta (Carroll, 2021).

Además, la formación de los estudiantes en un entorno ético y responsable fortalece la adopción de prácticas sostenibles en sus futuras carreras profesionales. Al ser educados en

valores como la justicia social, la equidad y la sostenibilidad, los egresados están más preparados para enfrentar los retos del mercado laboral desde una perspectiva ética, contribuyendo a un cambio cultural que fomente la responsabilidad y la ética en las organizaciones. Esta formación no solo está centrada en la transmisión de conocimientos técnicos, sino también en la creación de conciencia sobre el impacto social y ambiental de las decisiones empresariales.

No obstante, los estudios también resaltan la necesidad de indicadores claros para medir el impacto de estas iniciativas. Como señala Lozano (2015), la medición efectiva de los resultados de la RSU y la ética corporativa es un aspecto crucial para garantizar que las iniciativas de responsabilidad social sean efectivas y contribuyan realmente al desarrollo sostenible. En este sentido, tanto las universidades como las empresas deben establecer mecanismos de evaluación que incluyan tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. Los indicadores cualitativos podrían medir el grado de sensibilización ética y social de los estudiantes y empleados, mientras que los indicadores cuantitativos podrían enfocarse en la reducción de emisiones de carbono, la eficiencia en el uso de recursos y el impacto social generado por las acciones implementadas. Esta evaluación debe ser periódica y basada en datos verificables, permitiendo así ajustes continuos en las políticas y prácticas para asegurar su efectividad.

Finalmente, es imprescindible que las universidades y las empresas trabajen conjuntamente en la creación de estándares y mejores prácticas que promuevan la ética y la sostenibilidad, estableciendo un marco de trabajo coherente y alineado con los valores globales de desarrollo sostenible.

Conclusiones y Recomendaciones

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y la ética corporativa son pilares fundamentales para enfrentar los retos del siglo XXI. La interrelación entre ambos enfoques ofrece una oportunidad única para promover un desarrollo sostenible, combinando la educación, la gestión empresarial y los valores éticos. En un mundo cada vez más interconectado y con desafíos sociales y ambientales complejos, la responsabilidad social y la ética no solo mejoran la imagen corporativa, sino que también generan valor compartido para la sociedad, contribuyendo a la creación de un entorno empresarial más justo y equitativo.

Sin embargo, la integración plena de la RSU y la ética corporativa enfrenta varias barreras, como la falta de un marco normativo común, la resistencia al cambio dentro de las organizaciones y la falta de formación adecuada en las nuevas generaciones de profesionales. Es crucial superar estos obstáculos mediante una mayor colaboración entre los actores sociales, académicos y empresariales, así como el desarrollo de marcos comunes y políticas públicas que faciliten la integración de ambos enfoques en los procesos organizacionales.

Se recomienda que las universidades incluyan la ética corporativa como parte de su currículo obligatorio, proporcionando a los estudiantes las herramientas necesarias para tomar decisiones empresariales responsables y sostenibles. Además, las empresas deben establecer alianzas estratégicas con instituciones académicas para fomentar la transferencia de conocimiento y la creación de soluciones innovadoras a los problemas sociales y ambientales.

Asimismo, es necesario fomentar la investigación interdisciplinaria que combine las ciencias sociales, la economía, la administración y otras áreas del conocimiento para generar un enfoque más holístico que aporte soluciones prácticas y efectivas tanto a nivel local como global.

Por último, es fundamental promover la sensibilización de los líderes empresariales y académicos sobre la importancia de la ética y la responsabilidad social como elementos esenciales para el éxito empresarial a largo plazo, lo cual, a su vez, repercutirá positivamente en la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Referencias bibliográficas

- Carroll, A. B. (2021). Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research, and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 3-29. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12254>
- Carroll, A. B. (2021). *Business & society: Ethics, sustainability, and stakeholder management* (11th ed.). Cengage Learning.
- González-Pérez, M. A., Vásquez-Parraga, A. Z., & McIntyre, J. R. (2020). University-Industry Partnerships for Sustainable Development: Frameworks and Cases. *Journal of Business Ethics*, 162(4), 735-749. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04344-5>
- Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., & Figge, F. (2015). Tensions in Corporate Sustainability: Towards an Integrative Framework. *Journal of Business Ethics*, 127(2), 297-316. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2047-5>
- Lozano, R. (2015). A Holistic Perspective on Corporate Sustainability Drivers. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), 32-44. <https://doi.org/10.1002/csr.1325>
- Matten, D., & Moon, J. (2020). Reflections on the 2018 Decade Award: The Meaning and Dynamics of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 45(1), 7-28. <https://doi.org/10.5465/amr.2019.0345>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism—and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

- Reed, D., Fraser, E., & Dougill, A. J. (2006). An Adaptive Learning Process for Developing and Applying Sustainability Indicators with Local Communities. *Ecological Economics*, 59(4), 406-418. <https://doi.org/10.101>
- Vallaes, F. (2014). *Responsabilidad social universitaria: Manual de primeros pasos*. McGraw-Hill.