

SATISFACCIÓN ORGANIZACIONAL GESTADA DESDE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

ORGANIZATIONAL SATISFACTION GENERATED FROM UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES

 *Gustavo Adolfo Rubio-Rodríguez¹*

DOI: www.doi.org/10.54198/innova11.01

Cómo citar este artículo: Rubio-Rodríguez, G. (2022). Satisfacción organizacional gestada desde las prácticas de responsabilidad social universitaria. Revista Innova ITFIP, 11 (1), 7-9



Recibido: junio de 2022. **Aprobado:** noviembre de 2022

EDITORIAL

Con los grandes cambios que vive actualmente el mundo, donde las interacciones que están al otro lado del globo afectan nuestras situaciones sociales, culturales o económicas, se requiere comprender la dinámica que todas esas nuevas corrientes tienen en la sociedad, partiendo de que las políticas que se apliquen en Europa, Estados Unidos, Chile o México, no tienen la misma relevancia que en otros contextos geográficos. Esto, en razón a que los cambios suscitados en el comportamiento de los diferentes grupos de interés no es el mismo. Es decir, al igual que en lo local, adoptan conductas volátiles y diversas a las que pueden suscitarse regional, nacional e internacionalmente.

Es así, que las actuaciones que incorporen las universidades van a tener un efecto positivo o negativo en los agentes de interés. De ahí, que es de suma trascendencia valorar esas interacciones, especialmente las que se propician con los estudiantes. Por esta razón, los factores que potencian la satisfacción de los estudiantes en las universidades, se han convertido en un tema de creciente importancia para las instituciones académicas, porque los parámetros de satisfacción están vinculados al futuro de las universidades.

¹ Postdoctor en Ciencias Contables, Contraloría y Finanzas por la Pontificia Universidad Católica - São Paulo, Brasil; Doctor en Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad para la Cooperación Internacional; Doctor en Ciencias Sociales y de la Educación, Universidad de Huelva. Investigador del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional (ITFIP) Email: gustavoadolforubio@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6582-2481>



EDITORIAL

Bajo este contexto, las universidades que implementan prácticas socialmente responsables deben fortalecer los procesos de enseñanza-aprendizaje de estas instituciones a través de actividades de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), toda vez que constituyen un aspecto clave del futuro de sus estudiantes. Entre los desafíos más importantes que enfrentan las universidades está cómo mejorar la motivación de los estudiantes y la satisfacción de una manera socialmente responsable (Sánchez-Hernández & Mainardes 2016).

Ahora bien, la realidad actual de las universidades incluye el hecho de que las funciones tradicionales de docencia, investigación y proyección social de sus estudiantes, han tenido que adaptarse para hacer frente a las nuevas tendencias y generaciones (Molina *et al.*, 2012). Estas instituciones han incorporado otra serie de valores basados en la responsabilidad social de sus grupos de interés, con un papel especial otorgado a los estudiantes (Latif, 2018). Por tanto, Las universidades ahora tienen oportunidades para aprovechar el desarrollo socioeconómico generado por los valores de RSU, trascendiendo así los límites académicos tradicionales en el contexto de un entorno globalizado (Beltrán-Llavador *et al.*, 2014).

En este sentido, los investigadores han destacado casos como el de la Universidad Bilgi en Estambul, Turquía, que ha adoptado una estrategia de acción orientada a prácticas de responsabilidad social a largo plazo. Este tipo de organizaciones propugnan por alcanza una óptima imagen institucional y un valor agregado al equipararse con otras instituciones de educación superior, como también el reconocimiento de disímiles grupos de interés (Saleem *et al.*, 2017). En consecuencia, los diferentes estudios que se desarrollen en materia de RSU deben promover el compromiso de estos grupos con su universidad, con el objetivo final de definir qué tan estrechamente se relaciona esta lealtad con su satisfacción.

Referencias Bibliográficas

Beltrán-Llavador, J., Íñigo-Bajos, E., & Mata-Segreda, A. (2014). La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente. *Revista iberoamericana de*

educación superior, 5(14), 3-18. Latif, K. F. (2018). The development and validation of stakeholder-based scale for measuring university social responsibility (USR). *Social indicators research*, 140(2), 511-547.

Molina Roa, N. A., Sierra Morales, O. A., Rodríguez Restrepo, V. J., & Mondragón Ávila, J. R. (2012). Prestación de servicios para pymes. Bases teóricas para el modelo de responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. *Gestión y Sociedad*, 5(1), 55-71.

Sánchez-Hernández, M. I., & Mainardes, E. W. (2016). University social responsibility: a student base analysis in Brazil. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 13, 151-169.

Saleem, S. S., Moosa, K., Imam, A., & Khan, R. A. (2017). Service quality and student satisfaction: the moderating role of university culture, reputation and price in education sector of pakistan. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 10(1), 237-258.

EDITORIAL