

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SOSTENIBLE EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: IMPACTO EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL

SUSTAINABLE COMMUNICATION STRATEGIES IN UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY: IMPACT ON INSTITUTIONAL IMAGE

Tipo de Publicación: Artículo Científico

Recibido: 10/03/2025

Aceptado: 10/04/2025

Publicado: 22/06/2025

Código Único AV: e472

Páginas: 1 (571-585)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15823561>

Resumen

Este artículo surge de una investigación básica que busca desarrollar lineamientos para una gestión comunicación sostenible en el ámbito universitario desde un enfoque cuantitativo y un diseño fenomenológico. Desarrollado con la metodología hermenéutica interpretativa, en línea con el objetivo de desarrollo sostenible 4. Para este fin fueron consultados un experto en sostenibilidad y miembros de la comunidad universitaria, así como los estándares Global Reporting Initiatives (GRI) y la memoria institucional de la universidad objeto de estudio; para el análisis de estas fuentes se utilizaron guía de entrevistas, grupo focales y fichas sincréticas. Principalmente se concluye que los vacíos metodológicos para evaluar los impactos de la gestión en responsabilidad social universitaria influyen en su reputación y transparencia comunicacional, de esto se desprende que es necesario implementar metodologías como el GRI para adecuar los estándares a exigencias actuales para una mejor reputación.

Palabras Clave Responsabilidad social, Stakeholders, comunicación, universidad

Abstract

This article arises from basic research aimed at developing guidelines for sustainable communication management in the university context, using a quantitative approach and a phenomenological design. It was developed with an interpretative hermeneutic methodology, aligned with sustainable development goal 4. For this purpose, an expert in sustainability and members of the university community were consulted, along with the Global Reporting Initiative (GRI) standards and the institutional report of the university under study. Interviews, focus groups, and syncretic sheets were used to analyze these sources. The main conclusion is that methodological gaps in evaluating the impacts of social responsibility management influence both reputation and communication transparency. Consequently, it is essential to implement methodologies such as GRI to adapt standards to current demands for improved reputation.

Keywords Social responsibility, Stakeholders, communication, university

Introducción

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se había convertido en un tema crucial para la comunidad científica, al ofrecer una oportunidad de análisis sobre cómo las instituciones académicas podían mejorar su impacto en los grupos de interés. Aunque muchas universidades habían dejado atrás el modelo filantrópico tradicional, algunas aún implementaban acciones basadas en este enfoque para este fin (Amaeshi et al., 2016, p. 1) hicieron una clara distinción entre ambas indicando que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) cuenta con un nivel más profundo de acción que abarca reformulación institucional para gestionar brechas e impactos donde las organizaciones se desarrollan. Esto llevó a la necesidad de investigar y difundir un entendimiento más profundo de la RSU, buscando establecer una reputación positiva y sostenible.

En ese sentido, Arias Valle et al., (2021, p. 18) mencionan que los programas académicos podían servir como puentes hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), garantizando que los estudiantes se alinearan con las necesidades de sus entornos. Sin embargo, uno de los problemas más preocupantes en las universidades privadas de Perú, especialmente en Lima, era la ineeficacia en la gestión de la comunicación con sus grupos de interés. Muchas universidades operaban con modelos comunicacionales obsoletos que no lograban identificar las verdaderas necesidades

informativas de sus públicos, lo que resultaba en procesos comunicativos deficientes que obstaculizaban el cumplimiento de metas organizacionales y académicas.

Esta falta de comunicación efectiva había fomentado actitudes conflictivas entre los grupos de interés, afectando negativamente la reputación de las instituciones. En esta línea, Sancho et al., (2023, p. 1) indicaron que la desconexión entre las iniciativas de RSU y los valores comunitarios podría generar descontento, especialmente si estas acciones eran percibidas como superficiales o como intentos para mejorar la imagen institucional. La reputación se había considerado un activo invaluable para cualquier organización, y su deterioro planteaba serias dudas sobre la legitimidad institucional, impactando directamente el prestigio académico.

La investigación se enfocó analíticamente en cómo las universidades podían mejorar sus mecanismos de análisis y comunicación para integrar efectivamente a sus grupos de interés; entiéndase como grupos de interés universitarios principalmente como alumnos, trabajadores, representantes de la sociedad civil y representantes del gobierno en el ámbito de la educación (Gesser et al., 2022, p. 16). Se examinó cómo los procesos comunicacionales influyen en la construcción de reputación dentro del contexto comunitario. Se identificó una relación significativa entre la investigación doctoral y el interés por gestionar la

reputación desde una perspectiva de responsabilidad social.

Con base en esta necesidad, se promovió un enfoque para afinar herramientas y canales comunicacionales que permitieran a las universidades diferenciarse de modelos obsoletos. Este cambio estructural requería replantear el propósito educativo dentro del entorno comunitario, comenzando con una comunicación efectiva para construir un prestigio académico sostenible.

Aunque existían investigaciones previas sobre procesos comunicacionales, esta propuesta buscó descubrir las raíces intrínsecas del desarrollo reputacional mediante una comprensión más profunda entre universidades y sus grupos de interés. El objetivo era establecer bases que transformaran a estas instituciones en organizaciones sostenibles, conscientes de su impacto social y capaces de autogestionarse con integridad moral, de acuerdo a lo afirmado por Keat et al., (2024, p. 6) para los alumnos de una universidad el entorno social más inmediato (referido a sus compañeros) es un motivo real de influencia en su conducta y toma de decisiones diarias desde las más sencillas como decidir qué comer hasta las más complejas.

Además, se buscó promover el empoderamiento ciudadano para facilitar discusiones sobre mejoras y acuerdos relacionados con la gestión universitaria. Esto contribuiría a una

democracia más robusta y a liderazgos sociales más legítimos, fomentando la participación activa dentro del ámbito universitario.

El estudio no solo abordó una demanda académica sobre la construcción de una reputación sostenible, sino que también abrió nuevas oportunidades para el campo de la comunicación social en relación con la gestión de grupos de interés. Se convirtió en una herramienta valiosa para empresas y organizaciones que aspiraban a ser sostenibles y mantener su liderazgo sectorial.

Las interrogantes surgidas del análisis incluían: ¿Qué lineamientos comunicacionales sostenibles deberían implementarse para proyectar una adecuada gestión corporativa hacia los grupos universitarios? Las preguntas derivadas exploraron las ventajas de una gestión comunicacional óptima, cómo percibían los grupos de interés el impacto del sistema universitario, la relación entre acciones de RSU y estándares como el Global Reporting Initiative (GRI), y cómo se estaban desarrollando evidencias tangibles para mejorar la reputación corporativa.

Metodología

La metodología con la que se trabajó esta investigación fue básica, tomando un enfoque cualitativo desde el diseño fenomenológico; fueron consultados en las fuentes orales un experto en sostenibilidad, especialista en auditorías en la metodología Global Reporting Initiative (GRI) con

una guía de entrevista, como informantes se toma en cuenta a grupos de interés más cercano de la universidad objeto de estudio desde un grupo focal, y respecto de las fuentes escritas fue tomado los estándares de la metodología GRI para la comparación con la estructura organizacional de la universidad objeto de estudio y finalmente se analizó las oportunidades de mejora desde la memoria anual del año 2023 de esta universidad, la perspectiva de la sostenibilidad y la responsabilidad social todo ello con el manejo de fichas de información.

Para el análisis, los datos obtenidos de la recolección de la información se utilizó el método hermenéutico interpretativo, el cual se basa en el uso de la ficha de análisis hermenéutica como herramienta de desarrollo para cada indicador producto de las subcategorías de este artículo, que permitió tomar la base informativa de la etapa anterior, para luego moldearlo a un lenguaje científico organizacional en función del conocimiento del tema para después contrastar esta última información con las fuentes teóricas recogidas en los antecedentes, el marco conceptual, marco filosófico, marco teórico y el marco normativo de la investigación lo que finalmente arrojó la base que permitió delimitar la discusión de esta investigación y obtener las principales conclusiones.

En la investigación se definió como categoría de estudio Lineamientos de Gestión

Comunicacional Sostenible, de dónde se extrajeron 3 subcategorías que ayudaron a la definición de la categoría de estudio, la primera de ellas fue las ventajas de la Gestión Comunicación Sostenible que se dividieron en las siguientes subcategorías: a) comunicación sostenible, b) reputación institucional, c) atracción y retención de estudiantes, d) relaciones con los Stakeholders y e) calidad educativa.

La segunda categoría fue el diagnóstico de Responsabilidad Social que se trabajó desde las siguientes subcategorías: a) salud comunitaria, b) brechas educativas, c) economía y empleo, d) cambio climático, e) democracia y ciudadanía y f) inclusión y diversidad.

La tercera categoría fue Percepción de los Grupos de Interés que trabajó las siguientes subcategorías: a) gestión de impactos, b) participación y liderazgo, c) responsabilidad social y sostenibilidad, d) formación y capacitación, e) valores éticos y ciudadanos y f) la gestión de huella ecológica.

La cuarta categoría estándares GRI de sostenibilidad desde el contraste del trabajo de la universidad objeto de estudio, se analizó desde las siguientes subcategorías: a) gobierno de la organización, b) clientes, c) proveedores, d) entorno social e impacto en la comunidad, e) medio ambiente, f) inversores, g) competencia desleal y h) aportaciones políticas.

En conclusión, fue esencial sistematizar esta información para vislumbrar nuevas formas de formar profesionales conscientes de las necesidades del mundo y su impacto social, influyendo así en las políticas públicas efectivas las cuales de acuerdo a Kloppers (2013, p. 187) si se encuentran bien establecidas pueden ayudar al cumplimiento de metas de trascendencia basadas en desarrollo económico, equidad social y protección del medio ambiente. La comunidad es un eje humano clave, lista para articular esfuerzos hacia una conciencia ciudadana más robusta.

Desarrollo Secuencial

Comunicación sostenible

Cómo se menciona en Barroso & Pérez (2023) integrar diversas formas y flujos de información dentro de la comunicación institucional impacta positivamente en la fijación del mensaje corporativo debido a que agiliza la integración de ideas y las vuelve común entre sí dentro de un espacio corporativo. El concepto de comunicación sostenible se basa en la participación que nace del anhelo legítimo de los Stakeholders (Quitmann et al., 2023), que desde canales específicos de comunicación permiten lo anteriormente mencionado y un compromiso a largo plazo con bidireccional realidad en el diálogo.

Herramientas como las redes sociales hoy en día construyen relaciones de confianza con los grupos de interés permitiendo así, elevar el nivel de

reputación institucional que marque el camino de sostenibilidad para la gestión en comunicación institucional (Hanaysha et al., 2022). Por otra parte, Erazo Coronado et al., (2020) mencionan en el caso específico de universidades, que la Gestión de Responsabilidad Social le va a dar el carácter ético y perfil social que necesita mostrar la universidad como un ente integrado e integrador en el espacio comunitario.

De esta forma la Responsabilidad Social Universitaria y la Gestión de la Comunicación van enlazadas, por ser una el insumo y el segundo el canal por el cual se transmitirá todos los logros obtenidos en cuestión de integración de objetivos, desde los grupos de interés alrededor de la universidad, la cual debe plantear un cambio significativo desde su concepción y fin, es decir desde el *Core Business* hacia fuera, para que todas las acciones estén orientadas a un *ganar ganar* organizacional que incluya a todos los grupos de interés; muestra de ello es lo que destacan Macias & Bastidas (2019) en importancia de la integración estudiantil y docente en el marco de la ética y el respeto para que esta comunión universitaria mire a la organización como un agente de cambios social.

La conciencia de los impactos de la universidad en los grupos interés es el primer paso para dotar de sostenibilidad a la gestión de la comunicación, es por ello que identificar a estos en función de lo antes mencionado ayuda a fortalecer

la capacidad de adaptación; en esa misma línea Tan et al., (2022) ratifican que la gestión de Stakeholders impacta positivamente en el prestigio universitario ya que consolida su marca en el sector educativo superior más aún si es que llega a integrar correctamente las acciones de RSU en sus estrategias.

Por lo antes mencionado, es necesario recalcar que en el ámbito educativo superior su calidad no sólo se medirá en función de los conocimientos que comparta la comunidad universitaria, sino a través de la sinergia que producirá lo antes mencionado con el desarrollo ético y social de los profesionales que ingresan de sus aulas (Herbozo, 2021), estas acciones dentro del ámbito de la RSU pasan por elementos trascendentales como la transparencia, la participación estudiantil, la rendición de cuentas y alianzas estratégicas (Suarez Rodríguez, 2020) para la formación de profesionales que contribuyan positivamente a su comunidad.

Percepción de grupos de interés

Las organizaciones modernas han comenzado a mirar los impactos que, durante mucho tiempo, han ignorado a través de la implementación de programas de responsabilidad social que van desde lo empírico hasta los sofisticado (Miranda Anguita, 2024). Si bien es cierto la universidad genera un flujo bidireccional de información entre actores sociales, las metodologías que se usan para el reporte de impactos y la gestión de los mismos, no

han llegado a profesionalizar este esfuerzo como una acción de sostenibilidad. De acuerdo a Franco (2020), las empresas buscan ahora mejorar sus impactos sociales y ambientales y no simplemente gestionarlos, con el fin de construir el concepto de valor compartido entre sus Stakeholders. La integración en la gestión de acciones de RSU, despierta el conocimiento y la puesta en práctica de estas mismas en la vida diaria de la comunidad universitaria creando un clima de retroalimentación continuo.

Los estudiantes universitarios buscan universidades con mayores signos de transparencia en la planificación de elementos tan sencillos como es la alimentación dentro del campo universitario (Keat et al., 2024), donde claramente se puede visualizar la necesidad de transversalizar la sostenibilidad la conciencia medioambiental los valores éticos en todas las acciones dentro de la comunidad universitaria.

Es fundamental que las acciones diarias de la universidad como organización moderna estén alineadas a este enfoque de sostenibilidad y que los resultados obtenidos se comuniquen oportunamente a los miembros de la comunidad universitaria de tal forma que ellos sientan se sientan agentes de cambios social. Hoy la necesidad de información sobre RCU y sostenibilidad es cada vez mayor (Lu et al., 2019), es por eso que los miembros de la comunidad universitaria deben conocer los lineamientos estratégicos y objetivos que tiene la

Universidad con la RSU y la sostenibilidad de tal forma que se vincularán a sus aspiraciones personales y finalmente se pueda medir el compromiso de la comunidad y la universidad con la misma.

Si bien es cierto los grupos de interés manifiestan que es necesario la inclusión de los temas de RSU y sostenibilidad dentro de los cursos regulares y los productos académicos para internalizarlo mejor y conocer los lineamientos de ese tema desde la universidad, en palabras de Kloppers (2013) es necesario desde la universidad, comprometer al gobierno corporativo designando un comité de responsabilidad social que pueda influir dentro del organigrama institucional y sus procesos; otro punto importante para la consolidación de la RSU con los grupos de interés es escoger los canales idóneos para comunicar, informar y fortalecer capacidades ya que esta acción incide positivamente en dos variables necesarias de análisis que es el compromiso y la lealtad hacia la organización (Balkar & Karadağ, 2024).

Una educación humanista marcada por las características de la globalización debe centrar toda su intervención en valores éticos que puedan ser aplicables a cualquier sector incluyendo dentro de ellos a los principios éticos que guían a la RSU (Amaeshi et al., 2016). La internalización respecto de resultados de intervenciones en sostenibilidad, puede mejorar el efecto de las acciones orientadas a

disminuir la huella de carbono dentro de la universidad y fuera de ella a través de su cadena de valor; porque de acuerdo a Vaisi et al., (2021) gestionar para disminuir la huella de carbono y controlar actividades no mapeadas que inciden en los impactos negativos se convierte en una tarea crucial.

Análisis estándares GRI sobre universidades

En el desarrollo del análisis respecto a los estándares GRI para el enfoque corporativo universitario se trabajaron indicadores referidos a gobierno de la organización, clientes, proveedores, entorno social e impacto en la comunidad, medio ambiente, inversores, competencia leal y aportaciones políticas, para así reconocer en estos indicadores mencionados, lo que una Universidad como organización institucional corporativa necesita mapear dentro de su organización para la gestión de sostenibilidad y responsabilidad social.

Actualmente las organizaciones trabajan medidas para un adecuado gobierno corporativo, se necesita que se establezcan límites de funciones y perfiles claros para que la comunicación y el compromiso con la misión organizacional sea mucho más sencillo, de tal forma que se promueva un crecimiento sostenible. Una estructura fuerte de gobierno corporativo es el punto de inicio para la correcta toma de decisiones y la gestión de riesgos en la innovación, ya que se basa en información oportuna promoviendo finalmente adaptabilidad a



los cambios sociales dentro de la organización (Alsour et al., 2024).

El gobierno corporativo se convierte en una pieza central para el funcionamiento de la Universidad como organización sostenible, ya que proporciona lineamientos estructurales que estructuran los procesos más sensibles con los ODS, de tal forma que le permitirá gestionar sus impactos sociales con sus grupos de interés. Los estudiantes universitarios representan el grupo de interés denominado *clientes* para la universidad y necesita una comunicación efectiva para que estos inmediatamente se identifiquen con los valores organizacionales.

Según lo mencionado por Hanaysha et al., (2022) la necesidad de construir relaciones duraderas dentro del contexto del valor compartido, garantiza la satisfacción de los grupos de interés a través de la fidelización y la interiorización de sus necesidades.

Mediante la priorización de la sostenibilidad en la cadena de valor dentro de las universidades (o cualquier otra organización moderna), estamos también fortaleciendo a nuestros proveedores lo que impactará positivamente en el prestigio, la reputación y la prevención de potenciales crisis o conflictos. Cómo señalan Salcedo Muñoz et al., (2023) ser sostenible debe nacer de la esencia más primaria de la organización adecuándose a lineamientos que faciliten la gestión de impactos

desde dentro hacia fuera. De esta manera, la gestión de impactos ambientales no sólo alinea a la organización con un sistema normativo y mejora la reputación institucional, sino que además permite oportunidades de crecimiento en mercados internacionales y refuerza el compromiso con los ODS.

Las malas prácticas organizacionales se encuentran presentes en el mundo corporativo universitario, como una amenaza constante para la confianza de los estudiantes (consumidores) y el alejamiento a la verdadera innovación. Tal es el caso por ejemplo del Greenwashing, que se convierte en una acción de competencia desleal dentro de un sector de la industria.

En ese sentido, Miranda Anguita (2024) señala que, metodologías como el GRI ayuda a revelar esas prácticas engañosas, ya que la falta de transparencia vuelve a las organizaciones vulnerables de forma innecesaria. Las contribuciones políticas, por otro lado, se convierten en temas aún más sensibles por la fácil relación que tiene ese asunto con la corrupción, lo recomendable siempre es declarar los aportes de este tipo dentro del marco legal de cada país que rija a la universidad (Munteanu et al., 2024).

Evidencias de mejora reputación corporativa

Para el desarrollo de esta parte de la investigación se trabajó analizando el documento de memoria institucional que la universidad objeto de

estudio, publica cada año y declara sus acciones de responsabilidad social en función de sus líneas de acción de responsabilidad social, las cuales fueron: a) salud comunitaria, b) brechas educativas, c) empleo y economía nacional, d) cambio climático, e) ciudadanía activa y f) inclusión y diversidad. En función de este documento y los resultados se han planteado oportunidades de mejora para el reporte y el análisis de resultados en RSU.

La salud comunitaria en el ámbito universitario se plantea desde la necesidad del entorno y la toma de decisiones oportuna, lo que debiese significar políticas de gestión que resulten en ambientes saludables con participación activa de la comunidad universitaria. La planificación y alineación de metas entre los grupos de interés debe estar basada en el soporte institucional universitario. Este enfoque no sólo fortalece las capacidades en temas de salud física y mental, sino que además impacta positivamente al desarrollo sostenible de todos los grupos de interés en su diversidad (Burgos Dávila et al., 2024).

Para el abordaje de las brechas educativas en el ámbito universitario es recomendable adoptar enfoques holísticos que estén marcados por la sostenibilidad a través de todas las disciplinas académicas, con el uso correcto de metodologías de aprendizaje participativo puede llegar a convertirse en un elemento crucial para garantizar una educación inclusiva e igualitaria (Leal Filho et al.,

2017); por su parte la universidad objeto de estudio, entregó 278 becas en el 2023, respaldadas por el estado peruano, pero por otro lado, carece de iniciativas propias para cubrir grupos de interés externos a la misma.

Respecto a la línea de acción de responsabilidad social denominada empleo y economía nacional, es recomendable que las universidades puedan identificar políticas de desarrollo sostenible en sus lineamientos educativos como, por ejemplo, evaluar talentos y requerimiento de los grupos de interés, lo que fomenta una unión permanente entre la universidad y la industria (Roy & Marsafawy, 2021).

Por otro lado, la universidad objeto de estudio en la línea de acción de responsabilidad social denominada cambio climático reporta haber ejecutado 90 proyectos durante el año 2023 a través de toda la comunidad universitaria pero no ha planteado correctamente cuál ha sido el impacto de los mismos, ni la forma de medirlos; lo que genera una información dispersa y ambigua para la medición y profesionalización de las acciones de responsabilidad social.

La ciudadanía activa en su ejercicio total debe ser una de las metas más importantes de la RCU a través del desarrollo de competencias democráticas que permiten a los estudiantes y la comunidad universitaria ejercer un liderazgo en función de sus derechos y sus deberes. La ejecución de proyectos

para fortalecer este ítem genera compromiso con los problemas del entorno y por consiguiente un impacto positivo en la comunidad (Geier & Hasager, 2020).

La inclusión y diversidad como última línea de acción de responsabilidad social de la universidad objeto de estudio, también merece un análisis importante ya que muestra 36 proyectos relacionados con este punto que no percibe resultados cualitativos significativos, lo que se observa como una gran oportunidad de mejora para aprovechar la diversidad cultural del Perú hacia estrategias comunitarias de integración; de acuerdo a Actis & Díaz (2019). Los factores de inclusión y diversidad reconocen diferencias individuales para la resolución de problemas comunitarios.

Conclusiones

En relación a este estudio se puede afirmar que la Gestión Comunicación Sostenible se constituye como un pilar del desarrollo reputacional organizacional de la universidad, ya que brinda herramientas para el posicionamiento de mensajes con una alta precisión a través de entornos de transparencia y diálogo con los grupos de interés. Para fortalecer la adaptación de la comunicación a las necesidades y la identificación de los impactos de las actividades universitarias, es necesario la participación activa de estos grupos lo que impactará en la mejora de la imagen institucional y

la atracción de potenciales nuevos estudiantes a sus aulas.

Respecto de la relación entre los grupos de interés y la universidad, es importante el análisis de los impactos en el entorno de cada uno de ellos ya que para muchas organizaciones es un aspecto tradicionalmente desatendido y que ha colocado expectativas de cambio en las personas dentro de su entorno. Es por ello que los programas de RSU se han venido desarrollando en distintos niveles dentro del ámbito universitario y si bien es cierto se ejecutan proyectos con resultados, estos se presentan ausentes de articulación metodológica; es aún más importante atender la necesidad de contar con sistemas de medición de impactos cualitativos y cuantitativos producto de estas intervenciones en la comunidad, la cual hoy demanda mayor transparencia y sistemas activos de comunicación para la rendición de cuentas sobre lo anteriormente mencionado. Finalmente es necesario establecer modelos de comunicación bidireccional adaptados a la naturaleza de cada grupo de interés para motivar el acercamiento y la alineación de metas en común para el fortalecimiento de alianzas estratégicas

Mientras se analiza los estándares sostenibilidad GRI con las acciones de RSU en la universidad objeto de estudio, se plantea la necesidad de un trabajo alineado a la transparencia organizacional, mediante la adopción de estándares profesionalizados para la generación de informes que permita tener insumos tangibles de

comunicación para los grupos de interés lo que permitirá identificar oportunidades de crecimiento y avance hacia la sostenibilidad. Además de todas esas ventajas mencionadas también permite una mejor toma de decisiones y mejorar la gestión de riesgos lo que aumentaría la capacidad de adaptación y la resiliencia organizacional.

En conclusión, es necesario mencionar el diagnóstico basado de evidencias que reveló este estudio acerca de la reputación corporativa vinculada a las acciones de RSU en el año 2023 en la universidad objeto de estudio; la cual implementó proyectos en áreas como salud comunitaria, educación, inclusión, entre otros; pero se evidencia una oportunidad de mejora en la medición de impacto cualitativo de los mismos. El reporte principal de estas acciones se generaron entorno a la cantidad de proyectos ejecutados durante el año 2023, lo que impacta negativamente en la reputación por el sesgo de la información y que además es carente de contexto; todo ello termina impactando negativamente en la imagen que los grupos de interés tienen respecto de la universidad y la gestión de sus impactos. También es importante mencionar la escasa colaboración o propuesta de asociación con organizaciones más allá de lo requerido por la ley limitando la capacidad de captar oportunidades de crecimiento.

Referencias

Actis, M., & Diaz, L. (2019). Towards an

epistemology of communication and gender: Possible [re]articulations between fields. *Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación*, 18(36), 139–158. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.22395/angr.v18n36a8>

Alsour, M., Ananze, H., Jurczuk, A., & Kędziora, P. (2024). The impact of corporate governance on firms' propensity to innovate—multidimensional and cross-country analysis. *Journal of International Studies*, 17 (3), 95–116. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2024/17-3/5>

Amaeshi, K., Adegbite, E., Ogbechie, C., Idemudia, U., Kan, K. A. S., Issa, M., & Anakwue, O. I. J. (2016). Corporate Social Responsibility in SMEs: A Shift from Philanthropy to Institutional Works? *Journal of Business Ethics*, 138(2), 385–400. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2633-1>

Arias Valle, M. B., Berbegal-Mirabent, J., & Marimon-Viadiu, F. (2021). ¿Son las universidades socialmente responsables? *Education Policy Analysis Archives*, 29 (January-July), 54. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.14507/epaa.29.5399>

Balkar, B., & Karadağ, N. (2024). Analysing Employee Training Policies of the High Revenue Companies: Examples From Turkey. *International Journal for Research in Vocational Education and Training (IJRVET)*, 11(1), 1–31. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.13152/IJRVET.11.1.1>

Barroso, C., & Pérez, E. M. (2023). La importancia de la comunicación productiva en las organizaciones. *Correspondencias & análisis*, 17, 71–90. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.03>

Barroso, M. B., Castillo Esparza, A., & Ruiz Mora, I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 27–42. Documento



-
- en línea. Disponible <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80708>
- Burgos Dávila, D., Medina Zapata, H. J., & Potes Morales, L. Y. (2024). Survey on health and Healthy University: Contribution to the process of formulating an Institutional Policy. *Hacia la Promoción de la Salud*, 29(1), 62–72. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.17151/hpsal.2024.29.1.5>
- Erazo Coronado, L., Llano Aristizábal, S., Garcés Prettel, M., & Erazo Coronado, A. M. (2020). Impact of university social responsibility communication on university selection and the mediating effect of reputation. *Profesional de la Información*, 29(4), 1–17. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.38>
- Franco, A. E. (2020). Marco de referencia para la integración de la contabilidad social en la gestión estratégica de las empresas de Economía Social. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 100, 207–237. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.100.18118>
- Geier, I., & Hasager, U. (2020). Do Service Learning and Active-Citizenship Learning Support Our Students to Live a Culture of Democracy? *Frontiers in Education*, 5. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.3389/feduc.2020.606326>
- Gesser, G. A., de Oliveira, C. M., Roczanski, C. R. M., & de Melo, P. A. (2022). University governance and relationships with Stakeholders: The managers' view. *Education Policy Analysis Archives*, 30. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.14507/EPAA.30.7585>
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., & Kumar, P. (2022). An Examination of Customer Relationship Management and Business Sustainability in Small and Medium Enterprises. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 13(1). Scopus. Documento En Línea. Disponible <Https://Doi.Org/10.4018/IJCRMM.300832>
- Herbozo, R., E. (2021). La Responsabilidad Social y la Formación Profesional de los Contadores Públicos en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión del Distrito de Huacho [Tesis de doctorado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Documento en línea. Disponible <Https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5482/Informe%20de%20tesis%20doctoral%20Nidia%20ROMERO%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Keat, J., Dharmayani, P. N. A., & Mihrshahi, S. (2024). Benchmarking the university campus food environment and exploring student perspectives about food insecurity and healthy eating: A case study from Australia. *BMC Public Health*, 24(1). Scopus. Documento en línea. Disponible <Https://doi.org/10.1186/s12889-024-18664-x>
- Kloppers, H. J. (2013). Driving corporate social responsibility (CSR) through the companies act: An overview of the role of the social and ethics committee. *Potchefstroom Electronic Law Journal*, 16(1), 165–199. Scopus. Documento en línea. Disponible <Https://doi.org/10.4314/pelj.v16i1.6>
- Leal Filho, W., Wu, Y.-C. J., Brandli, L. L., Avila, L. V., Azeiteiro, U. M., Caeiro, S., & Madruga, L. R. R. G. (2017). Identifying and overcoming obstacles to the implementation of sustainable development at universities. *Journal of Integrative Environmental Sciences*, 14(1), 93–108. Scopus. Documento en línea. Disponible <Https://doi.org/10.1080/1943815X.2017.1362007>
- Lu, J., Ren, L., Lin, W., He, Y., & Streimikis, J. (2019). Policies to promote corporate social responsibility (CSR) and assessment of CSR impacts. *E a M: Ekonomie a Management*, 22(1), 82–98. Scopus. Documento en línea. Disponible <Https://doi.org/10.15240/tul/001/2019-1-006>
- Macias, D., & Bastidas, C. (2019). Responsabilidad Social Universitaria: Estudio de caso desde la

- perspectiva de los estudiantes. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, V*(Documento en línea. Disponible 23), 23–44. Documento en línea. Disponible <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=215067134003>
- Miranda Anguita, A. (2024). Environmental claims, unfair competition and patterns in comparative jurisprudence: On the greenwashing practices. *Cuadernos de Derecho Transnacional, 16*(1), 423–459. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.20318/cdt.2024.8430>
- Munteanu, I., Ileanu, B.-V., Florea, I. O., & Aivaz, K.-A. (2024). Corruption perceptions in the Schengen Zone and their relation to education, economic performance, and governance. *PLoS ONE, 19*(7). Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301424>
- Quitmann, C., Sauerborn, R., Danquah, I., & Herrmann, A. (2023). Reducing the carbon footprint of a German university hospital: Perspectives from hospital Stakeholders. *The Journal of Climate Change and Health, 12*, 100247. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.1016/j.joclim.2023.100247>
- Roy, R., & Marsafawy, H. E. (2021). Bridging recognition of prior learning (Rpl) and corporate social responsibility (csr): Circular flow of interaction among the university, industry, and people. *Sustainability (Switzerland), 13*(8). Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.3390/su13084532>
- Salcedo Muñoz, V., Montero, V. A., Guale, L. N., & Loaiza, C. M. (2023). Responsabilidad social universitaria en instituciones de educación superior de la Provincia de El Oro, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia, 28*(101), Article 101. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.26>
- Sancho, J. M. C., Contreras-Gómez, R. M., García, H. L. C., & Lozano, A. L. M. (2023). University Social Responsibility In Latin America: Systematic Review. *Revista de La Facultad de Medicina Humana, 23*(2), 138–145. Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.25176/RFMH.V23I2.5653>
- Suarez Rodriguez, C. J. (2020). Responsabilidad social universitaria y la formación de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas de la Universidad Nacional del Callao, 2019 [César Vallejo]. Documento en línea. Disponible <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48780>
- Tan, P. L., Rasoolimanesh, S. M., & Manickam, G. (2022). How corporate social responsibility affects brand equity and loyalty? A comparison between private and public universities. *Heliyon, 8*(4), e09266. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09266>
- Vaisi, S., Alizadeh, H., Lotfi, W., & Mohammadi, S. (2021). Developing the ecological footprint assessment for a university campus, the component-based method. *Sustainability (Switzerland), 13*(17). Scopus. Documento en línea. Disponible <https://doi.org/10.3390/su13179928>