

Divulgación online de información de responsabilidad social en las universidades españolas¹

Online disclosure of social responsibility information in the Spanish universities

DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2013-EXT-246

Raquel Garde-Sánchez
Manuel Pedro Rodríguez-Bolívar
Antonio M. López-Hernández

Universidad de Granada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Granada, España.

Resumen

A las universidades se les está exigiendo que incorporen principios de responsabilidad social (RS) en todas sus actuaciones. La aplicación de la RS en el ámbito de la educación superior implica identificar las expectativas de los diferentes grupos de interés, establecer mecanismos de diálogo con estos y mejorar la transparencia informativa. El objetivo de este artículo es estudiar si la transparencia informativa en temas de RS está adquiriendo un papel esencial en las políticas de comunicación *online* de las universidades para satisfacer las necesidades de información de los grupos de interés. También analizamos si existen diferencias entre las universidades según su carácter público o privado, según su prestigio y su calidad académica, así como entre aquellas universidades que ofrecen niveles altos de comunicación de información en Internet. Para el cumplimiento del objetivo del artículo, se propone un modelo de evaluación mediante la creación de una serie de índices que analizan los principales aspectos tanto del contenido como de la forma y contexto en que se produce la divulgación de RS. Teniendo presente el contexto de reformas del sistema universitario español,

⁽¹⁾ Esta investigación se llevó a cabo con el apoyo financiero de la Junta de Andalucía (España), Departamento de Innovación, Ciencia y Empresa (Proyecto de Investigación n.º P11-SEJ-7700). Años 2012-2014.

este modelo se aplica a las universidades españolas públicas y privadas. Utilizamos test paramétricos y no paramétricos para contrastar las hipótesis planteadas respecto a las variables que caracterizan a las universidades y que podrían tener incidencia en sus niveles de divulgación *online* de la información de RS. Los resultados indican que las universidades españolas están poco comprometidas con la divulgación *online* de información de RS. No se observa homogeneidad en los comportamientos en función del carácter público o privado de la universidad ni tampoco entre las universidades de mayor prestigio y calidad académica, homogeneidad que sí parece concurrir entre las que tienen una mayor visibilidad en Internet.

Palabras clave: responsabilidad social, universidades, divulgación *online* de información, Internet, España.

Abstract

Universities are being asked to adopt the principles of social responsibility (SR) in all their actions. The application of SR to the field of higher education involves identifying the expectations of different stakeholders, establishing mechanisms for dialogue with them and improving information transparency. The aim of this paper is to consider whether information transparency on issues of SR is gaining a vital role in universities' online communication policies with a view to meeting stakeholders' information needs. Another question is whether there are differences between public and private universities, universities enjoying different levels of prestige, universities offering different levels of academic quality and universities making large quantities of information available on the Internet. An evaluation model is proposed that creates a series of indices that examine major aspects of SR disclosure content, form and context. Bearing in mind the current Spanish context, one of university system reforms, this model is applied to public and private Spanish universities. Parametric and nonparametric tests are applied to hypotheses raised in relation to university attributes that might have an impact on online SR information disclosure levels. The findings show that Spanish universities are not committed to online SR disclosure. In addition, no homogeneous behavior is found among public or private universities, among the more-prestigious institutions or among the universities recognised as offering higher academic quality. Nonetheless, homogeneity does seem to exist among those universities that have higher Internet visibility.

Key words: social responsibility, universities, online information disclosure, Internet, Spain.

Introducción

Las universidades, como parte integrante del sector público y como líderes de los cambios socioeconómicos, pueden desempeñar un papel protagonista en la solución de los problemas y como modelo de comportamiento ético para la sociedad (Vallaes, 2006). Para ello, están incorporando principios de RS tanto en el diseño de su oferta formativa e investigadora (De la Calle, García Ramos y Giménez, 2007; Martínez, 2008) como en su misión, visión y estrategia (Núñez y Alonso, 2009; Ramos, 2010). Además, a las universidades se les está demandando que establezcan mecanismos de diálogo con los grupos de interés y que mejoren la transparencia informativa (Núñez y Alonso, 2009; Ramos, 2010; Casani, Pérez-Esparrells y Rodríguez, 2010). De este modo, reforzarían el cumplimiento del deber de rendición de cuentas, sobre todo en lo que concierne a la divulgación de aspectos de RS universitaria (Casani et ál., 2010) ya que, de manera tradicional, dicha divulgación se ha centrado en dar información de carácter económico (Mellé, 2007).

El desarrollo paralelo que ha existido en los últimos años de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) podría favorecer la mejora de la rendición de cuentas en las universidades. Las TIC, y especialmente Internet, podrían desempeñar un papel clave en la transparencia, mejorando el proceso de comunicación y permitiendo un mayor acceso a la información a las partes interesadas (Borins, 2002).

No obstante, pocas son las investigaciones que se hayan interesado en conocer si las universidades están preocupadas por establecer políticas de comunicación de información sobre aspectos de RS, y si estas se apoyan en las TIC para responder a estos nuevos requerimientos de información y para mejorar la interacción con sus grupos de interés.

Por tanto, el objetivo de este artículo es analizar si la transparencia informativa en temas de RS está adquiriendo un papel esencial en las políticas universitarias de comunicación *online* para satisfacer las necesidades de información de los grupos de interés. También, analizamos si existen diferencias entre las universidades en función de si son públicas o privadas, en función de su prestigio y su calidad académica, así como entre aquellas universidades que ofrecen niveles altos de comunicación informativa por Internet.

En este sentido, la contribución de nuestro artículo es doble. Por un lado, de acuerdo con investigaciones previas en distintos campos de

conocimiento, proponemos inicialmente un modelo que permite analizar y valorar la divulgación *online* de información de RS. Estando actualmente en una etapa de reformas del sistema universitario español, dicho modelo se aplica a todas las universidades españolas para observar si la divulgación *online* de información de RS, a través de sus páginas webs, es un aspecto fundamental en sus políticas de comunicación. Por otro lado, utilizando métodos estadísticos, analizamos diferencias entre universidades según las variables antes comentadas.

Para la consecución del objetivo, el artículo se organiza de este modo: en la siguiente sección, se analizan la relevancia y las iniciativas de la RS en el ámbito universitario de España. La tercera sección del trabajo examina el estudio empírico realizado. A continuación, se presentan los resultados. Finalmente, se aporta una sección de discusiones y conclusiones.

Importancia e iniciativas de la rs en las universidades españolas

En la literatura, podemos encontrar numerosas definiciones del término RS. A nivel internacional, y según el Libro Verde de la Unión Europea (2001), la RS es el concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medioambiente. Aplicando el concepto de RS al ámbito universitario, el Proyecto Universidad Construye País (2006) define la RS universitaria del siguiente modo:

La capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos clave, como son la gestión, la docencia, la investigación y la extensión universitaria, respondiendo así ante la propia comunidad universitaria y ante el país donde está inserta.

Por su parte Vallaeys (2008) la define así:

Una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la universidad genera, en un

diálogo participativo con la sociedad para mejorar la academia y promover el desarrollo sostenible.

Con ello pretende indicar que la RS universitaria es una estrategia de gerencia ética e inteligente de los impactos de la organización en su entorno humano, social y natural. Las universidades españolas no cuentan con una larga tradición en el desarrollo de iniciativas de RS, aunque actualmente están progresando mucho al respecto (Mellé, 2007; Lozano, 2006). En el ámbito de las reformas del sistema universitario español (Real Decreto 20/2011, Real Decreto 14/2012), el Gobierno español ha desarrollado una iniciativa, conocida como la Estrategia Universidad 2015 (EU2015), consecuencia de la adaptación de la universidad española al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), cuyas líneas de actuación contemplan la RS de las universidades como aspectos de gran relevancia. Ello viene justificado por la clara vocación y orientación social de las universidades (Ministerio de Ciencia e Innovación, 2009). De igual modo, la Conferencia de Rectores (CRUE, 2011) ha manifestado recientemente su preocupación por que la universidad española se instituya como un elemento clave y motor de las transformaciones de la sociedad y por que las universidades socialmente responsables no queden al margen de los nuevos retos que se plantean (CRUE, 2011).

El reflejo de todos los cambios acaecidos en el ámbito universitario tras el proceso de reformas comunitarias y del plan de Bolonia, ha hecho que las universidades recojan de una forma más explícita su función de agente social dentro de los planes estratégicos que impregnan sus acciones formativas y de investigación, y que desarrollen programas concretos de gestión socialmente responsable (Núñez y Alonso, 2009). Entre las actividades de este tipo destacan el compromiso social, las políticas solidarias, las iniciativas de los consejos sociales, la creación de observatorios, la adhesión a pactos y proyectos internacionales, etc. (De la Cuesta, De la Cruz y Rodríguez, 2010). En este sentido, varias universidades españolas se han adherido a los principios de la United Nations Global Compact, cuyo objetivo es mejorar la educación de los futuros líderes empresariales en temas sociales, de derechos humanos y de protección al medioambiente (Setó-Pamies, Domingo-Vernis y Rabassa-Figueras, 2011).

Concretamente, por lo que se refiere a la enseñanza universitaria, se ha formado un Grupo de Trabajo sobre Calidad Ambiental y Desarrollo

Sostenible (2002) que ha aprobado una serie de directrices para incorporar la sostenibilidad en los planes de estudios. Además, ha creado un comité, conocido como CADEP (Comisión Sectorial de la CRUE para la Calidad Ambiental, Desarrollo Sostenible y la Prevención de Riesgos) que aglomera las experiencias universitarias y los progresos realizados en materia de gestión ambiental y sostenibilidad y promueve la cooperación entre universidades en dichas materias (Aznar, Martínez Agut, Palacios, Piñero y Ull, 2011). Por tanto, el interés por la enseñanza de la ética empresarial y de la RS en el sistema universitario español ha ido en aumento. Así, podemos destacar universidades que apuestan por asignaturas que forman al universitario desde la dimensión social de la persona (De la Calle et ál., 2007). En este sentido, resultan de especial interés las propuestas de 'aprendizaje servicio' desarrolladas en universidades españolas que tienden a enfatizar en cada titulación enfoques orientados a que el estudiante se implique y se comprometa con la comunidad, y a que ejerza la responsabilidad ética que le exigirá su futura profesión (Martínez, 2008). Sin embargo, como señala Martínez (2008), debe advertirse que, con excepción de algunas universidades, «la formación ética dirigida a la construcción de la personalidad moral y a la formación ciudadana no son objetivos que de manera habitual puedan identificarse como tales en la concreción de los planes docentes y en las prácticas del aprendizaje en la universidad».

Desde la perspectiva investigadora, se han creado diversos grupos de investigación. Destacan el de la Universidad Jaume I (Sostenibilidad en las Organizaciones y Gestión de la RS), en el que se integran grupos de profesionales que ofrecen servicios de consultoría y formación en el ámbito de la RS; el de las universidades andaluzas, que están impulsando la elaboración de una propuesta de memoria de RS del sistema universitario andaluz como acción de mejora de la calidad (Memoria de la RS del Sistema Universitario Andaluz, 2009); o el grupo Arquitectura y Compromiso Social, asociación vinculada a la Universidad de Sevilla que realiza investigación participativa en el ámbito de la planificación urbanística (www.arquisocial.org).

Por otra parte, desde el punto de vista de la gestión universitaria, son numerosas las iniciativas emprendidas. Al fin y al cabo, las universidades españolas han incluido aspectos de la RS en sus planes estratégicos (Álamo y García, 2007) que posteriormente se han plasmado en un gran conjunto de actividades y proyectos. La acción social de la universidad se manifiesta,

además de en las actuaciones específicas en esta área con su propio personal, en los programas de cooperación, acción solidaria y voluntariado que promueven (Casani et ál., 2010). Entre ellas, la Universidad de Zaragoza ha desarrollado un proyecto para obtener un modelo de RS que mejorara la calidad universitaria (Universidades Responsables); y la Universidad de Valladolid, con su proyecto Factoría de RS en la UV, ha ejecutado una serie de actividades de RS para difundir y poner en práctica este ámbito entre el alumnado y el personal de la universidad (Gaete, 2011). Además, las universidades españolas han creado oficinas y sedes que gestionan aspectos relacionados con la sostenibilidad, como la Oficina de Cooperación y Solidaridad (Universidad Autónoma de Madrid), el Campus Euro-Americano por la RS (Universidad Francisco de Vitoria), la Oficina de Medio Ambiente (Universidad Europea de Madrid), el Proyecto de Accesibilidad Global (Universidad de Jaén) y el Programa de Voluntariado Ambiental (Universidad de Salamanca). De igual modo, considerando la cooperación al desarrollo como un componente inherente de la misión de la educación superior (Arias y Molina, 2008), las universidades pueden favorecer activamente esta vertiente mediante el debate sobre las condiciones del desarrollo a escala mundial, la proyección y transferencia de conocimientos a la sociedad y la solidaridad internacional como desafíos para contribuir a la transformación social (Unceta, 2001, 2007; Arias y Molina, 2008; Gaete, 2009). A este creciente interés de las universidades por el desarrollo de actuaciones socialmente responsables, hay que añadir el actual escenario de crisis económica que ha incidido negativamente en la financiación universitaria (Pérez, 2004; Casani et ál., 2004). Tal escenario ha supuesto una reducción del número de alumnos que, gracias a sus matrículas, suponen la principal fuente de ingresos de las universidades privadas (Rodríguez, 1993). En este entorno, la diferenciación se convierte en una ventaja competitiva y esta se debe conseguir no solo mediante la educación e investigación, sino con un amplio conjunto de aspectos entre los que destacan la RS (Casani et ál., 2010). Ya que la información que suministran las universidades en sus páginas webs es un fuerte indicador en la toma de decisiones de los estudiantes (Schimmel, Motley, Racic, Marco y Eschenfelder, 2010), y dado que en ellas la información de carácter sostenible posee una especial relevancia (Casani et ál., 2010), podría ser interesante conocer si las universidades –como modelos de comportamiento socialmente responsable en la sociedad y centros de conocimiento por excelencia–

están haciendo uso de las TIC como medio de divulgación de información socialmente responsable.

No obstante, ante la fuerte competencia por la obtención de recursos financieros y la posible ventaja competitiva que podrían conseguir con la divulgación *online* de información de RS, se espera que sean las universidades privadas –cuya financiación principal proviene de las matrículas y tasas del alumnado– las que presenten mayores niveles de divulgación de esta información en sus páginas webs oficiales. De lo anterior, se deriva la siguiente hipótesis:

H1: El nivel de divulgación *online* de información de RS en las universidades privadas españolas es superior al de las universidades públicas españolas.

Ahora bien, la divulgación de RS universitaria, como elemento diferenciador de las universidades, podría dar lugar a que aquellas que presentan una mejor posición en los *rankings* mundiales de calidad en educación e investigación, sean las que más estén apostando por divulgar este tipo de información *online*. Esto se entiende así puesto que las universidades de mayor prestigio a escala mundial son las que deberían convertirse en líderes vitales de los grandes movimientos de cambio social. De acuerdo con lo anterior, se plantea la siguiente hipótesis de trabajo.

H2: Las universidades de mayor prestigio y calidad académica son las que están impulsando, en mayor medida, la divulgación *online* de información de RS como un aspecto más de competitividad y compromiso con la sociedad.

La información divulgada es útil si satisface las necesidades de información de los diferentes grupos de interés. El desarrollo de las TIC podría facilitar el acceso y la oportunidad de dicha información. Esto daría lugar a un cumplimiento más eficiente del deber de rendición de cuentas de las universidades y mejoraría su legitimidad. De hecho, la literatura previa ha puesto de manifiesto que los grupos de interés están presionando a las universidades para que suministren información de RS o medioambiental. Lo hacen para obtener una mejor comprensión de las acciones que están llevando a cabo las universidades, de su funcionamiento y su organización (Casani et ál., 2010). Por tanto, las universidades, dentro de sus políticas de comunicación, podrían utilizar las TIC para cumplir con dichas exigencias informativas. De este modo, podrán influir en la opinión pública. Todo ello derivaría en una imagen positiva de la universidad como un agente socialmente responsable (Ramos, 2010). Finalmente, el

conjunto de estas acciones redundará en un aumento de su reputación y en una mejora de su relación con los grupos de interés. De ahí se deriva la necesidad de contrastar la siguiente hipótesis.

H3: Las universidades que ofrecen el más alto nivel de comunicación de información a través de Internet son aquellas que, dentro de sus políticas en materia de comunicación en la web, dan una alta prioridad a la divulgación *online* de información relacionada con la RS.

Investigación empírica en las universidades españolas

Selección de la muestra

Las universidades españolas han sido objeto de nuestro trabajo debido a la reciente reforma del sistema universitario español y al creciente interés de la RS en dichas instituciones; interés que se ha materializado en la puesta en marcha de numerosos proyectos e iniciativas al respecto tanto en los ámbitos de docencia e investigación como en la gestión universitaria. Con el objetivo de conocer las prácticas actuales de divulgación *online* de información socialmente responsable y los mecanismos de interacción con los grupos de interés, se ha seleccionado el conjunto de universidades españolas según datos de la CRUE y el portal Universia (Portal de Universidades de España –www.universia.es–), formado por un total de 75 universidades (48 de carácter público y 27 privadas).

Modelo de evaluación de la divulgación 'online' de información de rs

En lo que a la metodología de investigación se refiere, este artículo propone un modelo de evaluación mediante la creación de una serie de índices que pretenden examinar los principales aspectos sobre el contenido, la forma y el contexto en que se produce dicha divulgación. Para ello, inicialmente consideramos varios estudios que analizan la divulgación de información en Internet (Caba, López y Rodríguez, 2005; Caba, Rodríguez y López, 2008; Rodríguez, 2009; Gallego, Rodríguez y García, 2011), la visibilidad (Middleton, McConnell y Davidson, 1999), la

accesibilidad (Lawrence y Giles, 1999), la usabilidad (Chandler y Hyatt, 2003), la privacidad y el contenido de la información (Holzer y Manoharan, 2007; Holzer y Kim, 2008). Basado en el análisis de esta literatura previa, nuestro trabajo de investigación se ha estructurado principalmente en dos partes, que estudian seis índices –véanse Tablas I y II–.

Una primera parte recoge el contenido de la información de RS divulgada por las universidades. Para estudiar este contenido hemos seguido las directrices del GRI, por un lado, y analizado las memorias de RS de las distintas universidades, por otro. Del mismo modo, se han examinado un conjunto de características cualitativas propias de la información que, siendo de carácter general, proceden de otros ámbitos como, por ejemplo, el de la información financiera. Consecuentemente, distinguimos tres secciones: información general de RS (GSRI); información específica de RS (SSRI), donde se analizan un conjunto de temáticas específicas; y características cualitativas de la información (QCSRI) como aspectos que deben cumplirse para garantizar la calidad de la información de RS –véase Tabla I–.

La segunda parte de nuestro estudio hace referencia al contexto en el que se produce la divulgación de la información de RS y se ha estructurado en tres secciones para analizar las características de usabilidad, de interacción y privacidad y de seguridad de las páginas webs. Por un lado, pretendemos analizar la usabilidad del sitio web (USRI), esto es, la facilidad con la que los usuarios pueden hacer uso de las páginas webs para alcanzar un objetivo concreto. Por otro, con el objetivo de obtener información de los grupos de interés, conocer sus expectativas y establecer mecanismos de interacción con ellos, analizaremos cuáles son los mecanismos que favorecen la participación de los grupos de interés (SKSRI) en las universidades. Finalmente, se estudian las características de privacidad y seguridad de las páginas webs (PSRI); en este sentido, se pretende observar principalmente la capacidad de personalización que pueda darse en la difusión de la información de RS –véase Tabla II–.

En relación con la valoración asignada a cada uno de los aspectos recogidos en nuestro modelo de evaluación, y basándonos en la literatura previa (Larrán y Giner, 2002; Caba et ál., 2005), hemos optado por un sistema de valoración dicotómico binario (0/1), de conformidad con la ausencia o presencia de cada aspecto en el sitio web o en el Informe de Sostenibilidad/RS. Para reducir la subjetividad en la valoración cuando no existen normas explícitas para la asignación de valor a cada aspecto (Jones,

Alabaster y Walton, 1998), se ha repartido por igual la unidad en el caso de que el aspecto analizado esté definido por varios ítems (Ho, Tower y Barako, 2008) –véanse las Tablas I y II para observar la puntuación particular de cada ítem–.

TABLA I. Contenido de la información de RS divulgada

| INFORMACIÓN GENERAL RS | | m $GSRI = \sum_{i=1}^m g_i$ |
|--|--|--|
| Concepto | Ítems | Valoración |
| G1. Exposición de la visión y estrategia de la universidad en temas de RS. | a) Si se divulgan los principales compromisos sobre la RS. b) Si la página web o el Informe de Sostenibilidad incluye una declaración de la alta dirección en temas de RS. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| G2. Información sobre el perfil de los grupos de interés. | a) Si en la página web de la universidad o en su Memoria de Sostenibilidad/RS se identifican los grupos de interés. b) Si se especifican las necesidades de información de cada grupo de interés. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| G3. Divulgación centralizada o descentralizada de la información de RS por parte de las universidades. | a) Si la divulgación de información de RS se desarrolla de forma centralizada en la página web de la universidad. b) Si dicha divulgación se desarrolla a través de centros u organismos dependientes de dicha universidad. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| G4. Datos sobre los indicadores de <i>performance</i> . | a) Indicadores económicos. b) Indicadores sociales. c) Indicadores medioambientales. | 0/0,33 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| G5. Índice de contenidos o una tabla de localización de los distintos elementos sobre los que se informa en materia de RS. | Facilita al lector un índice o una tabla de localización de los diferentes elementos sobre los que se informa en materia de RS. | 0/1 en función de su ausencia o presencia de dicho ítem. |
| INFORMACIÓN ESPECÍFICA RS | | m $SSRI = \sum_{i=1}^m g_i$ |
| Concepto | Ítems | Valoración |
| S1. Energía. | Se divulgan aspectos sobre la instalación de equipos que ahorrarán el consumo eléctrico como sensores de movimientos, bombillas incandescentes u otras fuentes alternativas de energía. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| S2. Construcciones y terrenos. | Se divulgan aspectos sobre criterios de construcción, renovación y rehabilitación de edificios existentes de conformidad con las 'normas verdes'. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| S3. Compras sostenibles. | Se divulgan aspectos sobre la necesidad de priorizar la compra de materiales reutilizables, ecológicos y que requieren un mínimo envase. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| S4. Gestión de residuos y reciclaje. | Se divulgan aspectos sobre el fomento del reciclaje de material de oficina y de residuos sólidos, proporcionando recipientes para artículos como el papel, los cartuchos de impresora y las baterías. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |

TABLA I. Contenido de la información de RS divulgada (cont.)

| | | |
|--|--|---|
| S5. Transporte. | Se divulgan aspectos sobre la creación de incentivos para la comunidad universitaria para utilizar un transporte público o alternativo, tales como el autobús o la bicicleta. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| S6. Alimentos sostenibles o comercio justo. | Se divulgan aspectos sobre el comercio justo y alimentos sostenibles mediante la disposición de productos biológicos en las cafeterías y tiendas del campus. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de esta característica. |
| S7. Aspectos académicos. | Se divulga información sobre la realización de cursos, seminarios o conferencias relacionados con la RS. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de esta característica. |
| S8. Investigación. | Se divulga la existencia de centros de investigación de la universidad vinculados a la RS. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS INFORMACIÓN RS | | m |
| | | $OSRI = \sum_{j=1}^m g_j$ |
| | | $j = 1$ |
| Concepto | | Valoración |
| Q1. Integridad. | Se posibilita la consulta y/o descarga de la memoria online. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| Q2. Oportunidad. | Ofrece información de RS en periodos inferiores al año (mensual, trimestral, etc.). | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| Q3. Comparabilidad. | a) Si existe la posibilidad de comparar información de dos o más años. b) Si se ofrecen resúmenes comparativos de la información sostenible realizados por la propia universidad. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| Q4. Comprensibilidad. | a) Se ofrecen ratios y gráficos para ayudar a aclarar la información de RS incluida en los informes. b) Incluyen comentarios sobre la información de RS proporcionada. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| Q5. Relevancia. | a) Se suministran informes técnicos de RS por parte de la universidad b) Se presenta la información de RS de forma ordenada y clasificada. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. |
| Q6. Fiabilidad. | Existe información que ha sido auditada. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |

Fuente: Elaboración propia basada en las directrices de la GRI, en las adaptaciones sobre los informes de RS publicados por las universidades, y en las recomendaciones del FASB, I980, IASB, I989.

TABLA II. Contexto de la información de RS divulgada

| | | USABILIDAD | | m $USRI = \sum_{i=1}^m g_i$ |
|---|--|--|--|----------------------------------|
| Concepto | | Ítems | Valoración | |
| U1. Lectura y análisis. | | a) Una sección específica en las páginas webs de las universidades para revelar la información de sostenibilidad. b) Formatos electrónicos que se utilizan para procesar los informes de sostenibilidad: - HTML - PDF o DOC - XML o XBRL - XLS c) Los informes de sostenibilidad se dan a conocer en diferentes idiomas. | 0/0,33 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. En cuanto al tipo de formato (item b), la puntuación de 0,33 se reparte de la siguiente forma: - HTML: 0,066 - PDF o DOC: 0,066 - XML o XBRL: 0,099 - XLS: 0,099 | |
| U2. Búsqueda. | | a) Una herramienta de búsqueda básica se incluye en la página web de la universidad. b) Una herramienta de búsqueda avanzada se incluye en la página web de la universidad. | 0/0,5 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. | |
| U3. Características de los enlaces. | | Se ofrece un sistema de enlaces para la información. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. | |
| U4. Estructura de la página web. | | La página web dispone de un mapa web. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. | |
| U5. Características de accesibilidad. | | Toda la información proporcionada en el sitio web es gratuita y puede descargarse. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. | |
| PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERÉS | | | | |
| Concepto | | Ítems | Valoración | m $SKRI = \sum_{i=1}^m g_i$ |
| SK1. Características de interactividad. | | a) Se proporciona un correo electrónico diferente a la dirección del webmaster para solicitar información o explicaciones. b) Se ofrecen en la página web los contactos de los responsables que suministran la información de RS. c) El sitio web tiene una lista de correo para actualizar la información a los usuarios. | 0/0,33 en función de la ausencia o presencia de cada ítem. | |
| SK2. Foros/chat. | | a) Foros de contenido general. b) Foros relacionados con la RS o la sostenibilidad. | 0,5 si el foro/chat online utilizado permite la discusión de temas de carácter general; y 1 en el caso de que exista un foro/chat específico que se utilice para la discusión de temas de RS. | |

TABLA II. Contexto de la información de RS divulgada (cont.)

| | | |
|---|--|---|
| SK3. Tecnología web 2.0. | a) Tecnología web 2.0 sobre la universidad en general. b) Tecnología web 2.0 sobre aspectos de RS o sostenibilidad. | 0.5 si la utilización de la tecnología web 2.0 se destina a temas generales de la universidad; y 1 si se utiliza la tecnología web 2.0 para temas exclusivos de RS. |
| SK4. Encuestas online. | a) Encuestas no específicas de RS. b) Encuestas específicas de RS. | 0.5 si la universidad utiliza encuestas online de carácter general; y 1 si la universidad utiliza encuestas sobre RS. |
| SK5. Newsletter. | a) Noticias generales. b) Noticias específicas de RS o sostenibilidad. | 0.5 si las noticias que divulga la universidad son de carácter general; y 1 si son noticias de RS. |
| PRIVACIDAD Y SEGURIDAD | | |
| $SKSRI = \sum_{i=1}^m g_i$ | | |
| $i = 1$ | | |
| Concepto | Ítems | Valoración |
| P1. Colección de datos. | La universidad recaba datos específicos del usuario. | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| P2. Firma digital. | Se puede firmar con la firma digital | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| P3. Notificación de políticas privadas. | Si existe notificación de política privada | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| P4. Acceso a información privada. | Si existe información restringida | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |
| P5. Uso de cookies. | Utilización de técnicas de recopilación de información de los visitantes del sitio web como el uso de cookies | 0/1 en función de la ausencia o presencia de dicho ítem. |

Fuente: Elaboración propia a partir de líneas CYRRG 2010 y de la literatura previa (Fang 2002; Holzer y Manoharan, 2007; Holzer y Kim, 2008).

Metodología utilizada para el contraste de las hipótesis propuestas

Para contrastar las hipótesis planteadas se han utilizado la prueba t-test pareada y los métodos de U de Mann-Whitney. Antes de utilizar el t-test, se aplicó la prueba de Levene para comprobar la igualdad de las varianzas. El t-test para muestras independientes se utiliza comúnmente para probar la hipótesis de igualdad de dos medias y es la prueba más potente cuando se satisface la condición de normalidad (Wilks, 1962; Rohatgi, 1976; Lehmann y Romano, 2005). Sin embargo, si se viola el supuesto de normalidad, el t-test puede no detectar una diferencia verdadera. Para solventar este problema, aplicamos la prueba de Mann-Whitney por ser una metodología sólida y ampliamente utilizada para contrastar hipótesis (Wilks, 1962; Rohatgi, 1976; Gibbons y Chakraborti, 2003). Por lo tanto, en este trabajo se utilizan pruebas paramétricas (t-test) y no paramétricas (U de Mann-Whitney) para probar las diferencias entre pares de las universidades.

Además, para poder contrastar la segunda y tercera hipótesis planteadas se han utilizado diferentes *rankings* como puntos de referencia. Así, para la segunda hipótesis hemos utilizado el Ranking Académico de Universidades del Mundo (AMRU o *ranking* de Shanghái). Este recoge, según un índice, las universidades del mundo con mayor calidad académica y ha sido ampliamente utilizado en la literatura previa para clasificar a las universidades según calidad y excelencia (Leydesdorff y Shin, 2011). Por otra parte, para contrastar la tercera hipótesis se ha utilizado el *ranking* Webometrics, que clasifica, según un índice, las universidades del mundo con las mejores políticas de comunicación en Internet (Aguillo, 2009).

Para obtener los datos necesarios, entre enero y abril de 2012, se visitaron las páginas webs de las universidades españolas a fin de recabar la información necesaria para nuestra investigación. Se buscaron datos sobre la divulgación *online* de información de RS y sobre el contexto en el que se divulgaba. Los tres autores de esta investigación llevaron a cabo este proceso de forma independiente para garantizar una mayor objetividad. Posteriormente, se reunieron para discutir los resultados y llegar a un consenso. En caso de discrepancias con variaciones significativas, se volvían a analizar conjuntamente las páginas webs.

Análisis de los resultados

Datos de estadística descriptiva obtenidos del modelo de evaluación

Los bajos valores obtenidos en la sección a.1) Información general de RS, de la Tabla III, revelan que las universidades españolas están poco comprometidas con la divulgación *online* de información sobre dichos aspectos (media de 1,30 sobre 5). No obstante, aunque dicha divulgación es escasa, existen diferencias entre las universidades privadas y las públicas: estas últimas alcanzan una mayor puntuación (0,57 y 1,69 respectivamente). Los ítems menos divulgados en este apartado son los que hacen referencia al perfil de los grupos de interés y a los indicadores de ejecución en las diferentes dimensiones de la RS. Sin embargo, autores como Casani et ál. (2010) destacan la importancia de divulgar indicadores de seguimiento de los resultados obtenidos. En cambio, los ítems más valorados, a diferencia de los resultados obtenidos por Gaete (2011), hacen referencia a la divulgación de valores sostenibles y de RS en su misión o visión estratégica (Tabla III).

En el apartado a.2) Información específica de RS, aunque determinados ítems alcanzan unos valores muy elevados, este tipo de información no está siendo muy divulgada en las universidades españolas (media de 2,09 sobre 8) (véase Tabla III). Además, aunque no existe una pauta común en la divulgación *online* de información específica de RS, parece desprenderse que los ítems referentes a la docencia y a la investigación son los más divulgados. Quizás esto se deba a que cada vez existen más cátedras y grupos de investigación con un papel protagonista en las acciones de RS, así como ONG y asociaciones que tiene una vinculación estrecha con las universidades que se ocupan de tales actividades (Arias y Molina, 2008).

Para el caso particular de las universidades públicas, tienen especial relevancia la difusión *online* de aspectos relacionados con la gestión de residuos, reciclaje y energía. En cualquier caso, los resultados obtenidos en las universidades españolas, en línea con investigaciones previas en otras universidades (Ferrer-Balas et ál., 2008; Hammod y Churchman, 2008), evidencian el peso que la dimensión medioambiental tiene aún en la concepción de la RS universitaria.

Respecto al cumplimiento de las características cualitativas de la información (apartado a.3) observamos que, dentro de la heterogeneidad

existente, los valores más bajos son los obtenidos dentro del contenido de la información de RS divulgada (0,91 sobre 6). Además, son muy pocas las universidades que ofrecen en sus páginas webs informes o memorias de RS. Por ello, las universidades comunican los aspectos de RS principalmente a través de resúmenes técnicos. Estos resúmenes técnicos suelen acompañarse de ratios o gráficos con comentarios que pretenden hacer la información más comprensible para el usuario externo. Asimismo, cuando sí se divulgan memorias o informes de RS, la información contenida no suele ser ni oportuna ni comparable: no se ofrecen datos de períodos temporales inferiores al año, ni se hace referencia a años anteriores, lo cual imposibilita realizar comparaciones. En contra de lo indicado por Lukman y Glavi (2007), estos resultados evidencian que las universidades comunican de manera completa sus prácticas y políticas socialmente sostenibles. Por eso, es difícil comparar unas con otras. Además, son muy escasas las universidades que comunican información que previamente haya sido acreditada o auditada (Tabla III), lo que empaña su fiabilidad.

En cuanto a la sección b) Contexto de la información de RS divulgada, los valores relativos a b.1) Usabilidad, alcanzan una media muy similar (de 3,3 sobre 5) en todas las universidades españolas, tanto públicas como privadas, con un coeficiente de variación muy bajo (inferior a 0,2). Como se observa en la Tabla III, el peso de la puntuación se concentra principalmente en los ítems relacionados con el diseño de las páginas webs, ya que las universidades han incluido instrumentos que facilitan la navegación, como herramientas de búsqueda e hipervínculos que ayudan al usuario a profundizar en la información recabada.

Ahora bien, es destacable la alta puntuación obtenida por todas las universidades en el apartado U5 (Accesibilidad), aunque son muy pocas las universidades que tienen una sección específica para la información de RS. Esta se divulga en un único idioma, lo que reduce el número de usuarios que pueden utilizarla y comprenderla; además, los formatos en los que se presenta no facilitan su manipulación, ya que las universidades utilizan formatos del tipo HTML o PDF.

El apartado b.2) Participación de los grupos de interés, es el que obtiene los valores con la media más baja (2,28). Los valores medios de las universidades coinciden y se concentran, principalmente, en los ítems que hacen referencia a noticias en la página web y a la utilización de tecnología web 2.0. Sin embargo, las universidades no fomentan la comunicación con los grupos de interés ni su participación través de direcciones de correo

electrónico diferentes a las del webmáster; tampoco incorporan una *mailing list*, ni utilizan foros, chats o encuestas *online* para fomentar la interacción con sus grupos de interés.

En general, los resultados en esta área se encuentran en línea con los obtenidos en trabajos previos como los de Magalhães (2000); Pavi, Alfirevi y Mihanovi (2009); o Benneworth y Jongbloed (2010). Estos trabajos destacan la falta de orientación al mercado de las universidades en relación con los grupos de interés, así como el débil papel que estos desempeñan en la gobernanza de estas instituciones. En cambio, otros estudios sostienen que las universidades están potenciando las relaciones con sus grupos de interés (Cohen, 2007; Gaete, 2009; Casani et ál., 2010; Krazimierz, 2010).

Finalmente, para todas las universidades, el apartado b.3) Privacidad y seguridad de las páginas webs, es el que obtiene el valor medio más alto (3,59) de todos los aspectos analizados en su sección. La puntuación más alta se concentra en los ítems que hacen referencia al desarrollo de aspectos de notificación de las políticas de privacidad, restricción de acceso a áreas de información personal y uso de *cookies*. Por el contrario, el aspecto menos desarrollado es la utilización de la firma digital, que podría permitir una mayor seguridad, y de los sistemas de recolección de datos.

TABLA III. Estadística descriptiva

| a) CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN DE RS DIVULGADA EN LAS PÁGINAS WEBS O EN LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD | PÚBLICAS | | | | PRIVADAS | | | | TOTAL | |
|--|----------|---------|------|------|----------|---------|------|------|-------|------|
| | Media | Mediana | DT | CV | Media | Mediana | DT | CV | Media | DT |
| a.1) Información general de RS | 1,69 | 1,50 | 1,54 | 0,91 | 0,57 | 0,00 | 0,98 | 1,72 | 1,30 | 1,46 |
| G1. Exposición de la visión y estrategia de la universidad en temas de RS | 0,44 | 0,50 | 0,39 | 0,90 | 0,23 | 0,00 | 0,32 | 1,40 | 0,36 | 0,38 |
| G2. Información sobre el perfil de los grupos de interés | 0,13 | 0,00 | 0,24 | 1,94 | 0,02 | 0,00 | 0,10 | 5,10 | 0,09 | 0,21 |

| | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| G3. Divulgación centralizada o descentralizada de la información de RS por parte de las universidades | 0,45 | 0,50 | 0,36 | 0,81 | 0,15 | 0,00 | 0,24 | 1,53 | 0,34 | 0,35 |
| G4. Datos sobre los indicadores de <i>performance</i> | 0,24 | 0,00 | 0,38 | 1,59 | 0,05 | 0,00 | 0,20 | 3,98 | 0,17 | 0,34 |
| G5. Índice de contenidos o una tabla de localización de los distintos elementos sobre los que se informa en materia de RS | 0,44 | 0,00 | 0,50 | 1,15 | 0,12 | 0,00 | 0,33 | 2,82 | 0,32 | 0,47 |
| a.2) Información específica de RS | 2,67 | 2,00 | 2,20 | 0,82 | 1,04 | 1,00 | 1,08 | 1,04 | 2,09 | 2,03 |
| S1. Energía | 0,42 | 0,00 | 0,50 | 1,20 | 0,12 | 0,00 | 0,33 | 2,82 | 0,31 | 0,47 |
| S2. Construcciones y terrenos | 0,15 | 0,00 | 0,36 | 2,45 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,09 | 0,29 |
| S3. Compras sostenibles | 0,17 | 0,00 | 0,38 | 2,26 | 0,04 | 0,00 | 0,20 | 5,10 | 0,12 | 0,33 |
| S4. Gestión de residuos y reciclaje | 0,48 | 0,00 | 0,50 | 1,05 | 0,08 | 0,00 | 0,27 | 3,53 | 0,34 | 0,48 |
| S5. Transporte | 0,25 | 0,00 | 0,44 | 1,75 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,16 | 0,37 |
| S6. Alimentos sostenibles o comercio justo | 0,04 | 0,00 | 0,20 | 4,85 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,03 | 0,16 |
| S7. Aspectos académicos | 0,75 | 1,00 | 0,44 | 0,58 | 0,50 | 0,50 | 0,51 | 1,02 | 0,66 | 0,48 |
| S8. Investigación | 0,42 | 0,00 | 0,50 | 1,20 | 0,31 | 0,00 | 0,47 | 1,53 | 0,38 | 0,49 |
| a.3) Características cualitativas de la información de RS | 1,20 | 0,50 | 1,50 | 1,26 | 0,38 | 0,00 | 0,96 | 2,50 | 0,91 | 1,39 |
| Q1. Integridad | 0,25 | 0,00 | 0,44 | 1,75 | 0,08 | 0,00 | 0,27 | 3,53 | 0,19 | 0,39 |
| Q2. Oportunidad | 0,04 | 0,00 | 0,20 | 4,85 | 0,04 | 0,00 | 0,20 | 5,10 | 0,04 | 0,20 |
| Q3. Comparabilidad | 0,17 | 0,00 | 0,33 | 1,99 | 0,02 | 0,00 | 0,10 | 5,10 | 0,11 | 0,28 |
| Q4. Comprensibilidad | 0,28 | 0,00 | 0,45 | 1,59 | 0,08 | 0,00 | 0,23 | 3,02 | 0,21 | 0,40 |

| | | | | | | | | | | |
|--|--------------|----------------|-------------|-------------|--------------|----------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| Q5. Relevancia | 0,44 | 0,50 | 0,43 | 0,99 | 0,17 | 0,00 | 0,34 | 1,99 | 0,34 | 0,42 |
| Q6. Fiabilidad | 0,02 | 0,00 | 0,14 | 6,93 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | 0,01 | 0,12 |
| b) CONTEXTO DE LA INFORMACIÓN DE RS EN LAS PÁGINAS WEBS O EN LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD | Media | Mediana | DT | CV | Media | Mediana | DT | CV | Media | DT |
| b.1) Usabilidad | 3,40 | 3,51 | 0,65 | 0,19 | 3,31 | 3,57 | 0,53 | 0,16 | 3,36 | 0,61 |
| U1. Lectura y análisis | 0,22 | 0,13 | 0,19 | 0,87 | 0,11 | 0,07 | 0,10 | 0,86 | 0,18 | 0,17 |
| U2. Búsqueda | 0,64 | 0,50 | 0,29 | 0,45 | 0,58 | 0,50 | 0,27 | 0,47 | 0,61 | 0,28 |
| U3. Características de los hipervínculos | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 0,00 |
| U4. Estructura de la página web | 0,54 | 1,00 | 0,50 | 0,93 | 0,62 | 1,00 | 0,50 | 0,81 | 0,57 | 0,50 |
| U5. Características de accesibilidad | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 0,00 |
| b.2) Participación grupos de interés | 2,53 | 2,50 | 0,78 | 0,31 | 1,82 | 1,50 | 0,71 | 0,39 | 2,28 | 0,83 |
| SK1. Características de interactividad | 0,17 | 0,00 | 0,22 | 1,30 | 0,05 | 0,00 | 0,12 | 2,39 | 0,12 | 0,19 |
| SK2. Foros/chat | 0,40 | 0,50 | 0,34 | 0,86 | 0,21 | 0,00 | 0,32 | 1,52 | 0,33 | 0,34 |
| SK3. Tecnología web 2.0 | 0,67 | 0,50 | 0,24 | 0,36 | 0,52 | 0,50 | 0,10 | 0,19 | 0,61 | 0,21 |
| SK4. Encuestas online | 0,47 | 0,50 | 0,28 | 0,60 | 0,38 | 0,50 | 0,29 | 0,76 | 0,44 | 0,29 |
| SK5. Newsletter | 0,83 | 1,00 | 0,24 | 0,29 | 0,65 | 0,50 | 0,24 | 0,36 | 0,77 | 0,25 |
| b.3) Privacidad y seguridad | 3,92 | 4,00 | 0,92 | 0,23 | 3,00 | 3,00 | 1,10 | 0,37 | 3,59 | 1,07 |
| P1. Colección de datos | 0,63 | 1,00 | 0,49 | 0,78 | 0,42 | 0,00 | 0,50 | 1,19 | 0,55 | 0,50 |
| P2. Firma digital | 0,52 | 1,00 | 0,50 | 0,97 | 0,15 | 0,00 | 0,37 | 2,39 | 0,39 | 0,49 |
| P3. Notificación de políticas privadas | 0,79 | 1,00 | 0,41 | 0,52 | 0,58 | 1,00 | 0,50 | 0,87 | 0,72 | 0,45 |
| P4. Acceso a información privada | 0,98 | 1,00 | 0,14 | 0,15 | 0,85 | 1,00 | 0,37 | 0,43 | 0,93 | 0,25 |
| P5. Uso de cookies | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 0,00 |

Fuente: Elaboración propia.

Resultados del contraste de hipótesis realizado

Los resultados obtenidos, tanto en el test paramétrico como en el no paramétrico, evidencian que existen diferencias significativas entre las universidades públicas y privadas tanto en el contenido como en el contexto de divulgación *online* de la información de RS. Deben exceptuarse de esta consideración los ítems que forman parte de la usabilidad de las páginas webs donde se divulga información socialmente responsable (Hipótesis 1, véase Tabla iv). Este resultado parece indicar que las universidades podrían estar utilizando la divulgación *online* de información RS como un elemento diferenciador para obtener una ventaja competitiva.

En la Tabla iii se observa que las universidades públicas alcanzan una puntuación mayor que las privadas. Este resultado es contrario al esperado a tenor de la literatura previa, ya que las universidades privadas intentan aprovechar cualquier tipo de rasgo distintivo para situarse en una posición de ventaja competitiva, aprovechando la puesta en práctica de programas socialmente responsables (Carlson, 2008).

Asimismo, los resultados indican diferencias significativas entre las universidades según sus niveles de calidad y reputación académica. Se observan diferencias entre las universidades que ocupan los mejores puestos en el *ranking* de Shanghái y el resto de universidades. Estas diferencias afectan, principalmente, al contexto de la información (Hipótesis 2, véase Tabla v). Así, en la Tabla vi comprobamos que las universidades que forman parte del *ranking* de Shanghái, a pesar de ser pocas, están divulgando más información de RS. Igualmente, el contexto en el que las universidades españolas incluidas en el *ranking* de Shanghái divulgan la información de RS, favorece un mayor acceso de los grupos de interés en comparación con los rasgos del contexto que utilizan el resto de universidades españolas no indexadas.

Todo esto parece indicar que la calidad o excelencia en docencia e investigación de la universidad podría implicar, a su vez, una mayor transparencia en la divulgación *online* de información de RS. En este caso, tanto el contenido como la forma de presentar dicha información son importantes y constituyen un elemento diferenciador entre las universidades españolas. Este resultado confirma los de investigaciones previas, en las que se señalaba que la información que suministran las universidades en sus páginas webs –concretamente la socialmente

responsable (Casani et ál., 2010)– resulta fundamental a los alumnos para tomar decisiones (Schimmel et ál., 2010).

Sin embargo, a la hora de seleccionar las mejores universidades no solo es importante la calidad universitaria; numerosos *rankings* mundiales, entre ellos el de Webometrics, clasifican a las universidades en función de su visibilidad en Internet. De hecho, tal y como indican Schimmel et ál. (2010), Internet –y las herramientas que ofrece este canal de comunicación– es el medio utilizado por numerosos estudiantes a la hora de elegir en qué universidad se van a formar profesionalmente.

En este contexto, el contraste de la hipótesis tercera (véase Tabla vii) refleja que, a excepción de la comparación entre las universidades que se encuentran incluidas en los dos primeros (Q1-Q2) y en los dos últimos cuartiles (Q3-Q4), en el resto de comparaciones existen diferencias significativas entre las universidades conforme empeora el puesto que ocupan en el *ranking* Webometrics. Así pues, aquellas que lo lideran son universidades cuya transparencia respecto a la información de RS es mayor. Esto indica que las universidades mejor situadas en dicho *ranking* otorgan una mayor relevancia a estos aspectos dentro de sus políticas de comunicación.

TABLA IV. Contraste de la Hipótesis I

| | | | CONTENIDO | | | CONTEXTO | | |
|---------------------|-----------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| | | | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI |
| Test paramétrico | Test de Levene | F | | | | 2,81 | 0,52 | 0,93 |
| | | Sig. | | | | 0,10 | 0,52 | 0,34 |
| | T-test | t | | | | | | |
| | | Sig. (bilateral) | -3,81 | -4,28 | -2,83 | -0,60 | -3,84 | -3,83 |
| | | 0,000 | 0,000 | 0,006 | 0,551 | 0,000 | 0,000 | |
| Test no paramétrico | Estradístico | U Mann-Whitney | 352 | 348 | 395,5 | 556 | 308,5 | 339 |
| | | WWilcoxon | 703 | 699 | 746,5 | 907 | 659,5 | 690 |
| | Sig. asintótica (bilateral) | 0,001 | 0,001 | 0,005 | 0,439 | 0,000 | 0,001 | |

Fuente: Elaboración propia.

TABLA V. Contraste de la Hipótesis 2

| | | | CONTENIDO | | | CONTEXTO | | |
|---------------------|-----------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI |
| Test paramétrico | Test de Levene | F | | | | 2,81 | 0,52 | 0,93 |
| | | Sig. | | | | 0,10 | 0,52 | 0,34 |
| | T-test | t | -3,81 | -4,28 | -2,83 | -0,60 | -3,84 | -3,83 |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | 0,000 | 0,006 | 0,551 | 0,000 | 0,000 |
| Test no paramétrico | Estadístico | U Mann-Whitney | 352 | 348 | 395,5 | 556 | 308,5 | 339 |
| | | W Wilcoxon | 703 | 699 | 746,5 | 907 | 659,5 | 690 |
| | Sig. asintótica (bilateral) | | 0,001 | 0,001 | 0,005 | 0,439 | 0,000 | 0,001 |
| | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

TABLA VI. Análisis descriptivo de la Hipótesis 2

| | | | CONTENIDO | | | CONTEXTO | | |
|---------------------|---------------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI |
| Test paramétrico | Levene's Test | F | | | | 2,81 | 0,52 | 0,93 |
| | | Sig. | | | | 0,10 | 0,52 | 0,34 |
| | T-test | t | -3,81 | -4,28 | -2,83 | -0,60 | -3,84 | -3,83 |
| | | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | 0,006 | 0,551 | 0,000 | 0,000 |
| Test no paramétrico | Statistic | U Mann-Whitney | 352 | 348 | 395,5 | 556 | 308,5 | 339 |
| | | W Wilcoxon | 703 | 699 | 746,5 | 907 | 659,5 | 690 |
| | Sig. Asymptote (2-tailed) | | 0,001 | 0,001 | 0,005 | 0,439 | 0,000 | 0,001 |
| | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

TABLA VII. Contraste de la Hipótesis 3

| Test paramétrico | IQ-2Q | | | | | | | | | | IQ-3Q | | | | | | | | | | IQ-4Q | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------|-------|--------|----------|-------|--------|-----------|-------|-------|----------|-------|-------|-----------|-------|-------|----------|--------|-------|-----------|-------|-------|----------|-------|-------|-----------|-------|-------|----------|--------|-------|-----------|------|-------|----------|------|-------|
| | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | | | | | | |
| | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI | GSRI | SSRI | QSRI | USRI | SKSRI | PSRI | | | | | | |
| Levene's Test | 1,63 | 0,063 | 0,114 | 0,443 | 0,178 | 0,859 | 0,013 | 0,256 | 2,586 | 0,269 | 0,619 | 0,186 | 0,071 | 0,185 | 0,21 | 0,803 | 0,737 | 0,51 | 0,676 | 0,36 | 0,91 | 0,616 | 0,117 | 0,607 | 0,437 | 0,181 | 0,791 | 0,67 | | | | | | | | |
| | -0,734 | 0,146 | -0,496 | 0,907 | 0,181 | -1,407 | 1,659 | 3,203 | 0,866 | 1,297 | 4,002 | 1,771 | 3,302 | 3,704 | 2,063 | 1,469 | 3,398 | 2,721 | 0,47 | 0,89 | 0,62 | 0,37 | 0,86 | 0,17 | 0,11 | 0,39 | 0,20 | 0,00 | 0,09 | 0,15 | 0,00 | 0,01 | | | | |
| T-test | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Statistic | 142 | 155,5 | 143,5 | 132,5 | 156 | 127,5 | 104 | 78,5 | 129 | 127 | 61,5 | 116,5 | 76,5 | 71 | 103,5 | 119,5 | 72 | 90,5 | 142 | 155,5 | 143,5 | 132,5 | 156 | 127,5 | 104 | 78,5 | 129 | 127 | 61,5 | 116,5 | 76,5 | 71 | 103,5 | 119,5 | 72 | 90,5 |
| | 313 | 326,5 | 314,5 | 303,5 | 327 | 298,5 | 294 | 268,5 | 319 | 317 | 251,5 | 306,5 | 266,5 | 261 | 293,5 | 309,5 | 262 | 280,5 | 313 | 326,5 | 314,5 | 303,5 | 327 | 298,5 | 294 | 268,5 | 319 | 317 | 251,5 | 306,5 | 266,5 | 261 | 293,5 | 309,5 | 262 | 280,5 |
| Sig. Asymptote (2-tailed) | 0,52 | 0,84 | 0,55 | 0,35 | 0,85 | 0,24 | 0,04 | 0,00 | 0,17 | 0,18 | 0,00 | 0,08 | 0,00 | 0,00 | 0,12 | 0,00 | 0,01 | 0,52 | 0,84 | 0,55 | 0,35 | 0,85 | 0,24 | 0,04 | 0,00 | 0,00 | 0,17 | 0,18 | 0,00 | 0,08 | 0,00 | 0,00 | 0,02 | 0,12 | 0,00 | 0,01 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Test paramétrico | IQ-2Q | | | | | | | | | | IQ-3Q | | | | | | | | | | IQ-4Q | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | | Contenido | | | Contexto | | |
| Levene's Test | 1,052 | 0,624 | 0,624 | 1,138 | 0,953 | | | | | 0,612 | 0,024 | 1,682 | | | 4,025 | 0,088 | 0,047 | 2,206 | 2,915 | 1,333 | 0,345 | 3,536 | 3,449 | 4,329 | 1,095 | 0,413 | 1,093 | 0,228 | -0,077 | 1,063 | | | | | | |
| | 0,312 | 0,435 | 0,293 | 0,336 | | | | | | 0,439 | 0,879 | 0,203 | | | 0,052 | 0,769 | 0,43 | 2,206 | 2,915 | 1,333 | 0,345 | 3,536 | 3,449 | 4,329 | 1,095 | 0,413 | 1,093 | 0,228 | -0,077 | 1,063 | | | | | | |
| T-test | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Levene's Test | 2,206 | 2,915 | 1,333 | 0,345 | 3,536 | 3,449 | 3,636 | 3,37 | 2,5 | 0,546 | 3,048 | 4,329 | 1,095 | 0,413 | 1,093 | 0,228 | -0,077 | 2,206 | 2,915 | 1,333 | 0,345 | 3,536 | 3,449 | 4,329 | 1,095 | 0,413 | 1,093 | 0,228 | -0,077 | 1,063 | | | | | | |
| | 0,312 | 0,435 | 0,293 | 0,336 | | | | | | 0,439 | 0,879 | 0,203 | | | 0,052 | 0,769 | 0,43 | 2,206 | 2,915 | 1,333 | 0,345 | 3,536 | 3,449 | 4,329 | 1,095 | 0,413 | 1,093 | 0,228 | -0,077 | 1,063 | | | | | | |
| T-test | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y futuras líneas de investigación

Las universidades están siendo cada vez más presionadas para que actúen en el entorno social en el que llevan a cabo su actividad y sirvan como motores de desarrollo de la comunidad en la que se desenvuelven (Gaete, 2009; Casani et ál., 2010; Krazimierz, 2010). También se las insta a que mejoren su rendición de cuentas, incorporando información de carácter no financiero en sus políticas de comunicación.

En este contexto, el desarrollo de las TIC y, particularmente, de Internet podría utilizarse como un medio para canalizar la identificación de las expectativas y demandas de los diferentes grupos de interés, para establecer mecanismos de diálogo con ellos y para mejorar la transparencia informativa. No obstante, los resultados de la investigación demuestran que las universidades españolas, lejos de utilizar las TIC para mejorar su rendición de cuentas, están desaprovechando sus posibilidades tanto para divulgar información *online* sobre RS como para favorecer la implicación e interacción de los grupos de interés en la gestión de los aspectos de RS universitaria.

Concretamente, las universidades españolas no ofrecen información de RS universitaria en sus páginas webs, ni divulgan informes o memorias de RS en Internet. Este hecho impide que cumplan de manera efectiva con su deber de rendición de cuentas ante los grupos de interés y que se den a conocer las actividades que, en este ámbito, están desarrollando las universidades.

La escasa información de RS que divulgan *online* las universidades está centrada fundamentalmente en los aspectos medioambientales. Esto puede deberse a que son, quizás, los aspectos con un mayor recorrido en las universidades (Ferrer-Balas et ál., 2008; Hammod y Churchman, 2008). Sin embargo, por lo general, este tipo de información no es fácil de localizar en las páginas webs. Normalmente se encuentra dispersa e incluida en informes técnicos. Como se constata, el uso de memorias de RS, a pesar de su importancia, queda obviado.

Con respecto a la participación e interacción con los grupos de interés, nuestros resultados indican que, actualmente, las universidades no parecen estar muy concienciadas, al menos en lo que a aspectos de RS se refiere. Esto contrasta con lo señalado en la literatura previa, de acuerdo con la cual las universidades están incrementando la influencia y participación de los grupos de interés (Gaete, 2009; Krazimierz, 2010,

entre otros). Los resultados parecen indicar que las universidades no prestan atención en recoger, con el apoyo de las TIC, la opinión de los grupos de interés a la hora de diseñar y ejecutar sus políticas de RS.

En un contexto actual de reformas universitarias (Real Decreto 20/2011 y Real Decreto 14/2012) –caracterizado por la alta competencia en la educación superior y las constantes reducciones de financiación–, las universidades privadas son las que podrían encontrarse en una situación más vulnerable, ya que su principal fuente de financiación proviene de las tasas del alumnado. La utilización de las TIC por estas universidades para divulgar información de RS podría ser elemento diferenciador y de competitividad respecto a las universidades de carácter público (Jones, 2001; Carlson, 2008). No obstante, nuestros resultados indican que su comportamiento en este sentido no es diferente al mostrado por las universidades públicas. Así –y pese al bajo compromiso general con la divulgación *online* de información RS por parte de las universidades españolas– son las universidades públicas las que obtienen mayores niveles de divulgación en nuestro país. Así pues, no se verifica nuestra Hipótesis 1.

El contraste de la segunda hipótesis indica que existen diferencias significativas en el contenido genérico y específico de la información entre las universidades de mayor prestigio mundial –según el *ranking* de Shanghái– y aquellas otras no recogidas en él. Este aspecto podría servir de elemento clave para la toma de decisiones de los estudiantes (Schimmel et ál., 2010).

También parece que existe una correlación entre el contenido de la información de RS divulgada *online* y el contexto en que se divulga y la calificación en el *ranking*. Esto parece indicar que existen patrones informales de divulgación entre las universidades con políticas de comunicación similares. Como mejores prácticas, destacan las de las universidades que presentan unos niveles superiores de visibilidad en la web. Esto parece confirmar la Hipótesis 3.

En conclusión, las universidades están divulgando *online* escasa información de RS. Puede que la divulgación se produzca, como hemos señalado previamente, con propósitos de legitimidad e imagen, tal y como han señalado estudios previos (Deegan, 2002; Zimmerman y Zeitz, 2002; Deephouse y Carter, 2005), y no con el objetivo final de satisfacer los requerimientos de los grupos de interés en el marco del cumplimiento de su deber de rendición de cuentas. Las universidades no están analizando las necesidades de los grupos de interés a pesar de la gran influencia que

estos tienen en cualquier organización (Casani et ál., 2010; Cohen, 2007). Además, la forma de comunicarse con ellos y de presentarles la información es insuficiente.

Por tanto, las universidades –como agentes que deben desempeñar un papel esencial en la RS incorporando sus principios en todas sus facetas docentes e investigadoras– deberían mejorar la divulgación *online* de información de RS universitaria como un elemento que puede servir de diferenciación en un entorno competitivo. En este sentido, puede ser interesante que futuras investigaciones se centren en aquellos aspectos claves que favorecerían la divulgación *online* de información de RS, así como en el análisis de modelos para gestionar y canalizar de manera eficiente las necesidades de información de RS universitaria por parte de los grupos de interés. Hacerlo así permitirá que este aspecto pueda ser determinante en la elección del centro universitario por parte de los alumnos y en el prestigio de las instituciones.

Asimismo, sería necesario impulsar investigaciones que incidan en los aspectos éticos, axiológicos, pedagógicos e incluso sociopolíticos que podrían promover el comportamiento responsable de las universidades, así como su incidencia en la rendición de cuentas ante los grupos de interés. Estas investigaciones podrían ayudar a que los políticos responsables en educación tomen decisiones que favorezcan la formación y asunción de valores éticos por parte de las propias universidades y de los estudiantes a los que forman. De este modo, se propiciarían vías para el desarrollo de políticas universitarias de extensión cultural, de cooperación universitaria y de voluntariado social que nos acerquen una sociedad más ética y solidaria (Casani et ál., 2010).

Referencias bibliográficas

- Aguillo, I. (2009). Measuring the Institution's Footprint in the Web. *Library Hi Tech*, 27 (4), 540.
- Álamo Vera, F. R. y García Soto, M. G. (2007). El proceso estratégico en el sector público: Análisis en el contexto de las universidades españolas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13 (2), 113-129.

- Arias, S. y Molina, E. (2008). *Universidad y cooperación al desarrollo. La experiencia de las universidades de la ciudad de Madrid*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Aznar, M. P., Martínez Agut, M. P., Palacios, B., Piñero A. y Ull, M. A. (2011). Introducing Sustainability into University Curricula: an Indicator and Baseline Survey of the Views of University Teachers at the University of Valencia. *Environmental Education Research*, 17 (2), 145-166.
- Benneworth, P. y Jongbloed, V. (2010). Who Matters to Universities? A Stakeholder Perspective on Humanities, Arts and Social Sciences Valorization. *Higher Education*, 59 (5), 567-588.
- Borins, S. (2002). On the Frontiers of Electronic Governance: a Report on the United States and Canada. *International Review of Administrative Science*, 68 (2), 199-211.
- Caba, C., López, A. M. y Rodríguez, M. P. (2005). Citizens' Access to on-Line Governmental Financial Information: Practices in the European Union Countries. *Government Information Quarterly*, 22 (2), 258-276.
- (2008). e-Government Process and Incentives for Online Public Financial Information. *Online Information Review*, 32 (3), 379.
- Carlson, S. (2008). How Green was my College. *Chronicle of Higher Education*, 54 (34), 4-5.
- Casani, F., Pérez-Esparrells, C. y Rodríguez, J. (2010). Nuevas estrategias económicas en la universidad desde la responsabilidad social. *Calidad en la Educación*, 33, 255-273.
- Chandler, K. y Hyatt, M. (2002). *Customer-Centered Design: a New Approach to Web Usability*. Upper Saddle River (Nueva Jersey): Prentice Hall.
- Cohen, D. (2007). Desafíos de la responsabilidad social universitaria. *Razón y Palabra*, 12 (55).
- Comisión Europea (2001). *Green Paper. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Bruselas: Autor.
- Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE) (2011, 29 de junio). *La universidad ante los retos de la sociedad*. *Cinco Días*.
- De la Calle, C., García Ramos, J. M. y Giménez Armentia, P. (2007). La formación de la responsabilidad social en la universidad. *Revista de Educación de la Universidad Complutense de Madrid*, 18 (2), 47-66.
- De la Cuesta González, M., De la Cruz Ayuso, C. y Rodríguez Fernández, J. M. (2010). *Responsabilidad social universitaria*. A Coruña: Netbiblo.

- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures. A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15 (3), 282-311.
- Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An Examination of Differences between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation. *Journal of Management Studies*, 42 (2), 329-360.
- Ferrer-Balas, D. et ál. (2008). An International Comparative Analysis of Sustainability Transformation across Seven Universities. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9 (3), 295-316.
- Financial Accounting Standards Board (FASB) (1980). *Qualitative Characteristics of Accounting Information*. Norwalk (Connecticut): Statement of Financial Accounting Concepts.
- Gaete, R. A. (2009). *Stakeholder Participation in the Evaluation of Socially Responsible Behavior of University Management: Prospects, Obstacles and Proposals*. XV Congreso AECA. Valladolid, España, 1-15.
- (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.
- Gallego, A. I., Rodríguez, D. L. y García, I. M. (2011). Information Disclosed Online by Spanish Universities: Content and Explanatory Factors. *Online Information Review*, 35 (3), 360-385.
- Gibbons, J. D. y Chakraborti, S. (2003). *Nonparametric Statistical Inference* (4.ª ed.). Nueva York: Marcel Dekker.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2005). ‘Sector Supplement for Public Agencies’. Global Reporting Initiative. Recuperado de: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/SectorSupplements>
- Hammond, C. y Churchman, D. (2008). Sustaining Academic Life: A Case for Applying Principles of Social Sustainability to the Academic Profession. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9 (3), 235-245.
- Ho, P., Tower, G. y Barako, D. (2008). Improving Governance Leads to Improved Corporate Communication. *Corporate Ownership & Control*, 5, 26-33.
- Holzer, M. y Kim, S. T. (2008). *Digital Governance in Municipalities Worldwide. A Longitudinal Assessment of Municipal Websites Throughout the World*. Newark (Nueva Jersey): E-Governance Institute, National Center for Public Performance.

- Holzer, M. y Manoharan, A. (2007). Global Trends in Municipal E-Government: An Online Assessment of Worldwide Municipal Web Portals. En A. Agarwal et ál., *Foundations of E-government*. Ramana (India): Computer Society of India.
- International Accounting Standards Board (IASB) (1989). *Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements*. Londres: International Accounting Standard Board.
- Jones, K. (2001). *Study on Environmental Reporting by Companies*. Sunderland (Reino Unido): Center for Environmental Informatics.
- Jones, K., Alabaster, T. y Walton, J. (1998). Virtual Environments for Environmental Reporting. *Greener Management International*, 21, 121-137.
- Krazimierz, M. (2010). Redefining External Stakeholders in Nordic Higher Education. *Tertiary Education and Management*, 16 (1), 45-60.
- Larrán, M. y Giner, B. (2002). The Use of the Internet for Corporate Reporting by Spanish Companies. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2 (1), 53-82.
- Lawrence, S. y Giles, C. L. (1999). Accessibility of Information on the Web. *Nature*, 8, 107-109.
- Lehmann, E. L. y Romano, J. P. (2006). *Testing Statistical Hypotheses* (3.^a ed.). Nueva York: Springer.
- Leydesdorff, L. y Shin, J. C. (2011). How to Evaluate Universities in Terms of their Relative Citation Impacts: Fractional Counting of Citations and the Normalization of Differences among Disciplines. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62 (6), 1146-1155.
- Lozano, R. (2006). Incorporation and Institutionalization of Sustainable Development into Universities: Breaking through Barriers to Change. *Journal of Cleaner Production*, 14 (9/11), 787-796.
- Lukman, R. y Glavi, P. (2007). What are the Key Elements of a Sustainable University? *Clean Technologies and Environmental Policy*, 9 (2), 103-114.
- Magalhães, A. (2000). Portuguese Higher Education and the Imaginary Friend: the Stakeholders' role in Institutional Governance. *European Journal of Education*, 35 (4), 439-448.
- Martínez Marín, M. (2008). *Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades*. *Educación universitaria*. Barcelona: Octaedro, Instituto de Ciencias de Educación de la Universitat de Barcelona.

- Mellé Hernández, M. (2007). Responsabilidad social en el sector público. *Ekonomiaz*, 65, 84-107.
- Memoria de la Responsabilidad Social del Sistema Universitario Andaluz (2009). Foro de Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.
- Middleton, I., McConnell, M. y Davidson, G. (1999). Presenting a Model for the Structure and Content of a University World Wide Web Site. *Journal of Information Science*, 25 (3), 219-227.
- Ministerio de Ciencia e Innovación (2009). *Estrategia Universidad 2015. Universidades para el progreso, el bienestar y la competitividad*, 6. Madrid: Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Núñez Chicharro, M. y Alonso Carrillo, I. (2009). La responsabilidad social en el mapa estratégico de las universidades públicas. *Pecunia*, 9 (13), 157.
- Pavić J., Alfirevi, N. y Mihanovi, Z. (2009). Market Orientation in Managing Relationships with Multiple Constituencies of Croatian Higher Education. *Higher Education*, 57 (2), 191-207.
- Pérez Esparrells, C. (2004). La educación universitaria en España: el vínculo entre financiación y calidad. *Revista de Educación*, 335, 305-316.
- Ramos Parra, C. (2010). Hacia una cultura de responsabilidad social universitaria. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 7 (2).
- Real Decreto Ley 20/2011, de 30 de diciembre, de medidas urgentes en materia presupuestaria, tributaria y financiera para la corrección del déficit público. *Boletín Oficial del Estado*, 315, 146574-146648.
- Real Decreto Ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. *Boletín Oficial del Estado*, 96, 30977-30984.
- Rodríguez Bolívar, M. P. (2009). Evaluating Corporate Environmental Reporting on the Internet: The Utility and Resource Industries in Spain. *Business and Society*, 48 (2), 179-205.
- Rodríguez Saiz, L. (1993). La financiación de la Enseñanza Superior en España. Perspectiva de las universidades privadas. *Estudios Regionales*, 36, 243-269.
- Rohatgi, V. K. (1976). *An Introduction to Probability Theory and Mathematical Statistics*. Nueva York: Wiley.

- Schimmel, K., Motley, D., Racic, S., Marco, G. y Eschenfelder, M. (2010). The Importance of University Web Pages in Selecting a Higher Education Institution. *Research in Higher Education Journal*, 9, 1-16.
- Setó-Pamies, D., Domingo-Vernis, M. y Rabassa-Figueras, N. (2011). Corporate Social Responsibility in Management Education: Current Status in Spanish Universities. *Journal of Management and Organization*, 17 (5), 604-620.
- Unceta, K. (2001a). Universidad como ámbito para la solidaridad y la cooperación al desarrollo. En J. Sebastián (coord.), *La universidad como espacio para la cooperación iberoamericana*, 123-128. Valladolid: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Valladolid.
- (2007). *La cooperación al desarrollo en las universidades españolas*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Universidad Construye País (2006). *Hacia las sociedades del conocimiento. Informe Mundial. Observando la Responsabilidad Social Universitaria*. Documento de Trabajo. Santiago de Chile: Proyecto Universidad Construye País.
- Vallaes, F. (2006). Brief Theoretical Framework of University Social Responsibility. Pontificia Universidad Católica de Perú. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/item/4880/breve-marco-teorico-de-rsu>
- (2008). ¿Qué es la responsabilidad social universitaria? Pontificia Universidad Católica de Perú. Recuperado de: <http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf>
- Wilks, S. (1962). *Mathematical Statistics*. Nueva York: Wiley.
- Zimmerman, M. A. y Zeitz, G. J. (2002). Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy. *Academy of Management Review*, 27 (3), 414-443.

Dirección de contacto: Raquel Garde Sánchez. Universidad de Granada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Campus Universitario de Cartuja, s/n; 18071 Granada, España. E-mail: rgarde@ugr.es