

¿ES EL GÉNERO UN FACTOR DETERMINANTE EN LAS PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?.

LARRÁN JORGE, Manuel
MÁRQUEZ MORENO, Cristina
Universidad de Cádiz

Resumen:

El presente trabajo pretende aportar evidencias sobre la percepción que los universitarios tienen acerca de la Responsabilidad Social Corporativa y su aplicación al ámbito de la Educación Superior, así como determinar si existen diferencias en dichas percepciones asociadas al género. Los objetivos del estudio se centran en:

- Analizar la percepción que tienen los estudiantes sobre las razones que motivan a las empresas a aplicar la RSC.
- Conocer si los alumnos/as consideran que la responsabilidad social es un concepto aplicable en el ámbito universitario y los posibles beneficios que aportaría.
- Evaluar la importancia que los alumnos/as dan a la inclusión de la responsabilidad social en su formación académica.

Para el desarrollo de los objetivos planteados hemos desarrollado una investigación de carácter cuantitativo sobre una muestra de 1596 estudiantes de las diferentes universidades públicas andaluzas. A partir de los datos de la muestra podemos concluir que existe un alto conocimiento del concepto de responsabilidad social por parte del alumnado universitario, con una opinión favorable hacia la integración en el ámbito de la gestión y la formación universitaria. Se encuentran diferencias en las opiniones y percepciones en función del género, mostrándo las alumnas una mayor sensibilidad hacia las cuestiones éticas y sociales.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa; Universidad; Género.

JEL: M14; A22; J16

Abstract:

This study analyzes personal beliefs by different students of Spanish universities with regard to the implementation of social responsibility in the higher education institutions in Spain as well as the study examines the presence of possible differences according to the gender. The main goals focuses on:

- Examining the perception of students about the reasons for companies to implement CSR.
- Determining the relationship between the concept of social responsibility and their application in higher education institutions;
- Analyzing the relevance of incorporating social responsibility issues in teaching.

To achieve this purpose, this study reports on a questionnaire survey of 1596 undergraduate students from Andalusian public universities. Key findings show that students from Andalusian public universities states the relevance of including social responsibility issues in teaching and management functions as well as they understand the meaning of the concept of social responsibility. Also, female survey participants are significantly more socially and ethically inclined than male survey participants.

Key-Words: Social responsibility, University, gender

JEL Codes: M14; A22; J16

1. Introducción

El interés de los investigadores hacia la conducta ética y social de los individuos no es nuevo; ha sido centro de atención del pensamiento filosófico y debate de la mayoría de las civilizaciones (Eweje y Brunton, 2010).

En el ámbito empresarial, el estudio del comportamiento ético de los individuos y de las organizaciones, ha sido un tópico central de la literatura a partir de la última década del siglo XX. La creciente sensibilización y preocupación ante la actuación empresarial, sobre todo a partir de los escándalos financieros producidos a finales del siglo pasado, han provocado que las empresas se encuentren actuando dentro de un contexto de fuertes críticas sociales, demandándose a las mismas que asuman ciertas obligaciones que van más allá de la pura obtención de un beneficio económico (Carroll, 1991; Adkins y Radke, 2004; Araque y Montero, 2006; Peterson et al., 2010).

Este nuevo marco de exigencia en el que se desenvuelve la empresa ha dado lugar al desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), entendida como la capacidad de una organización de responder a las presiones sociales o de los distintos grupos de interés con el propósito último de contribuir a un desarrollo social, ambientalmente sostenible y económicamente viable (Frederick 1978, Freeman, 1984; Carroll y Buchholtz, 2000; Logsdon y Wood, 2002; Lafuente et al., 2003; Carroll y Shabana, 2010; Werther y Chandler, 2010).

La responsabilidad social supone, por tanto, el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (De la Cuesta y Valor, 2003).

Considerando, por tanto, que la responsabilidad social de las organizaciones implica una gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social, económico y natural, para el desarrollo sostenible del conjunto de la sociedad (Vallaes, 2006), podemos entender que este tipo de actuaciones no son exclusivas de organizaciones empresariales. De este modo, cada vez más, se les exige a las instituciones públicas que muestren una mayor preocupación por el desarrollo y comunicación de comportamientos socialmente responsables.

Es por ello, que las universidades también deben verse inmersas en el desarrollo de una gestión socialmente responsable, si bien la reflexión sobre el concepto de Responsabilidad Social Universitaria se encuentra aún en fase inicial. Las universidades, al igual que otros organismos públicos, a pesar de su clara vocación y orientación social, han presentado hasta ahora un menor nivel de desarrollo de dicho concepto en sus sistemas de gestión y de información que las empresas (Lozano, 2005).

Las universidades no podían quedarse alejadas de la reflexión surgida alrededor de la responsabilidad social, no sólo porque ellas también son organizaciones, sino porque además tienen como misión formar a los futuros profesionales que trabajarán en las empresas. Es por eso que hoy en día, cada vez más universidades ven la necesidad de promover, desarrollar y practicar la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) (Larrán y López, 2009).

A las universidades se les plantea un reto importante, una estrategia de cambio que permita instalar institucionalmente en la universidad los principios de la responsabilidad social, el desarrollo de ideas concretas, diseñadas para dar cuenta de la voluntad de la

universidad de difundir y poner en práctica los principios que sustentan el concepto de universidad socialmente responsable (Zurita, 2003).

Por otra parte, el hecho de que las universidades no hayan sido objeto de atención adecuada en las investigaciones sobre responsabilidad social genera una necesidad y una oportunidad no sólo por los impactos sociales y ambientales que se derivan de cada una de las parcelas de la gestión universitaria, sino también por el papel ejemplar que deben asumir en la sociedad y en la responsabilidad o riesgo que puedan tener al formar a profesionales con una alta formación técnica, exentos de valores sociales y sin una verdadera percepción del papel que han de tener las empresas en el contexto actual y futuro (Larrán y López, 2009).

En gran medida, el éxito de la responsabilidad social corporativa dependerá de la actitud de las futuras generaciones, ellas influirán en las relaciones entre empresa y sociedad, bien como ciudadanos, clientes o directivos. Sobre este particular, las universidades tienen un papel fundamental tanto por el impacto que pudiera tener la incorporación de la responsabilidad social en el diseño de su oferta formativa e investigadora como también por incorporarla en su misión, visión y estrategia corporativa (Muijen, 2004).

Es por ello, que el objetivo general de este trabajo es conocer la percepción que los estudiantes, como grupo de presión o stakeholder importante de la universidad, tienen acerca de la responsabilidad social y su aplicación en el ámbito universitario, tanto en sus procesos de gestión como en su inclusión en la docencia.

Para el desarrollo de este objetivo es necesario:

- **Analizar** la percepción que tienen los estudiantes sobre las razones que motivan a las empresas a aplicar la RSC.
- **Conocer** si los alumnos/as consideran que la responsabilidad social es un concepto aplicable en el ámbito universitario y los posibles beneficios que aportaría.
- **Evaluar** la importancia que los alumnos/as dan a la inclusión de la responsabilidad social en su formación académica.

Adicionalmente en el trabajo se estudian las posibles diferencias en dichas percepciones y opiniones en función del género.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, comenzaremos con una revisión de la literatura existente, a continuación dedicamos un apartado a la descripción de la metodología desarrollada en el trabajo y análisis de resultados, terminando con las principales conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados obtenidos.

2. Antecedentes

Actitudes y percepciones de los estudiantes universitarios hacia la Responsabilidad Social.

Para conocer las actitudes y percepciones de los estudiantes universitarios hemos realizado una revisión bibliográfica de los últimos 20 años.

Una de las particularidades de la responsabilidad social universitaria es su naturaleza ambigua, heterogénea y elástica, en la medida que existen diversos términos que bien podrían ser sinónimos para definir el compromiso social de las universidades, como ética, sostenibilidad, derechos humanos o buen gobierno (Rodríguez, 2007; De la Cuesta, et al., 2010).

Para realizar nuestro estudio y con objeto de eludir esta ambigüedad, hemos considerado exclusivamente los términos de responsabilidad social y ética, que tal y como sugiere Fisher (2004), son utilizados en la literatura de manera intercambiable, por la fuerte relación que existe entre ellos. Además, en el ámbito de la educación superior, la mayoría de las investigaciones no diferencian entre los tópicos de ética y responsabilidad social (Matten y Moon, 2004), se analizan en su conjunto, como un todo (Ceulemans et al. 2011). Epstein (1987) argumenta que el concepto central de la ética empresarial es la reflexión moral concerniente a la conducta corporativa mientras que la RSC es una consecuencia específica de la acción empresarial que conlleva consecuencias económicas, ecológicas, sociales y culturales. Morris (1997) considera que la ética empresarial influye en la responsabilidad social corporativa.

Las investigaciones sobre la responsabilidad social universitaria son muy escasas y se centran principalmente en el estudio de las actitudes y percepciones de los estudiantes universitarios hacia la responsabilidad social corporativa y la formación recibida sobre esta materia.

El colectivo universitario que ha sido estudiado en mayor medida ha sido el de los alumnos/as. Más de una cuarta parte de los trabajos realizados en las últimas dos décadas en el ámbito universitario, han utilizado a los estudiantes universitarios como los participantes de estudios de carácter empírico sobre la ética de los negocios y cuestiones sociales (Albaum y Peterson, 2006).

La preocupación sobre el comportamiento futuro de los estudiantes como líderes sociales y empresariales, es la razón de que sea el colectivo donde se han centrado la mayor parte de las investigaciones, ya que serán quienes tomarán las decisiones en las empresas e influirán en las relaciones de ésta con la sociedad, en el futuro. Por ello, es necesario conocer como valoran las cuestiones relacionadas con la responsabilidad social y las actitudes éticas mantenidas, ya que las actitudes y comportamientos mostrados por los mismos en la actualidad, se traducen en el comportamiento de la próxima generación de empresarios, empleados, ejecutivos, y responsables políticos (Borkowski y Ugras, 1992; Elías, 2004, Albaum y Peterson, 2006; Sleeper et al., 2006; Sobczak et al. 2006; Lau, 2010; Peterson et al, 2010; Bageac et al., 2011; González-Rodríguez, 2013).

La mayor parte de los estudios dedicados al análisis de la percepción que los estudiantes universitarios tienen sobre la responsabilidad social se centran en la ética empresarial, tanto sobre el comportamiento ético de los alumnos en su vida cotidiana como en su comportamiento futuro como profesionales, y también en la percepción que éstos tienen sobre las asignaturas o cursos realizados de ética y cómo esta formación les influye en su comportamiento (Cole y Smith, 1996; McCuddy y Peery, 1996; Singhapakdi et al., 1996; Gautschi y Jones, 1998; Burton y Hegarty, 1999; Adkins y Radke, 2004; Elías, 2004; Bampton y McLagan, 2005; Albaum y Peterson, 2006; Sleeper et al., 2006; Sobczak et al., 2006; Borra et al., 2007; Bustamante y Navarro, 2007; Lämssa et al., 2007; Aldazabal y Espinosa, 2010; Eweje y Brunton, 2010; Kolodinsky et al., 2010).

La ausencia de consenso en la literatura sobre el concepto de responsabilidad social corporativa, (Dahlsrud, 2008) no impide que la mayoría de los autores coincidan en su carácter multidimensional, (Carroll, 1979, Kraft y Singhapakdi, 1995; Elkington, 1998; Van Marrewijk, 2003; Dahlsrud, 2008; Alvarado, Bigné y Currás, 2011; Pérez, García de los Salmones y Rodríguez del Bosque, 2012).

Centrándonos en los trabajos realizados en el ámbito universitario, existe coincidencia en utilizar el modelo de Carroll (1979; 1991) para determinar las dimensiones de la RSC

(Burton y Hegarty, 1999; Elías, 2004; Bigné et al. 2005; Ibrahim et al, 2006; Ibrahim et al, 2008; Kolodisky et al. 2010). Este modelo considera que la RSC está integrada por cuatro componentes o dimensiones:

1. *Dimensión económica*, que se refiere a las expectativas de la sociedad de que las empresas sean rentables y que obtengan utilidades mediante la producción y venta de bienes y servicios.
2. *Dimensión legal*, entendida como las regulaciones que deben ser respetadas por la organización entendida como las expectativas de la sociedad de que las empresas alcancen sus objetivos económicos sujetándose al marco jurídico establecido.
3. *Dimensión ética*, comprende el conjunto de prácticas juzgadas como correctas o incorrectas por la sociedad, aún sin estar marcadas por la ley.
4. *Dimensión discrecional o filantrópica*, relativa a las expectativas de la sociedad de que las empresas se impliquen voluntariamente en actividades que satisfagan las normas sociales, engloba las actividades que a pesar de no ser exigidas para las empresas, producen satisfacción y bienestar para la sociedad, como las contribuciones filantrópicas: obras de caridad, programas educacionales, etc.

Siguiendo este modelo, las investigaciones sobre las percepciones de los alumnos/as hacia la RSC, concluyen que los estudiantes universitarios se muestran más preocupados hacia las dimensiones ética y discrecional de la RSC, mostrando una débil orientación hacia la dimensión económica y legal (Burton y Hegarty, 1999; Bigné et al., 2006; Ibrahim et al., 2006; Sobczak, et al., 2006; Hidalgo y Fuentes, 2007; Lamsä et al., 2007; Ibrahim et al., 2008). Probablemente, esto es así, porque los estudiantes tienden a ser mas idealistas y socialmente activos que las generaciones previas y asumen que las responsabilidades económicas y legales son respetadas por las empresas. (Ibrahim et al., 2008).

Las actividades que los universitarios consideran mas representativas de la RSC son: el respeto a los derechos humanos, la protección del medio ambiente, las actividades sociales y la no discriminación de los empleados (Bigné et al., 2006). Asimismo, los alumnos/as consideran que las razones o motivaciones por las que las empresas adoptan prácticas socialmente responsables serían la mejora de la imagen corporativa, el respeto a la legislación, la mejora en el rendimiento financiero o económico y la motivación de los empleados (Sobczak, et al., 2006).

La formación universitaria en RSC

El debate sobre la necesidad de formar a los estudiantes en responsabilidad social y ética empresarial no es nuevo (Setó-Pamies et al., 2011). Se inicia en los EEUU en los años 70 pero es en los últimos años cuando se ha intensificado este debate (Melé, 2008) motivado fundamentalmente porque la sociedad, cada vez más, demanda un comportamiento responsable y ético en el desarrollo de las prácticas empresariales (Adkins y Radke, 2004; Nicholson et al. 2006).

Una de las responsabilidades de las universidades y profesionales de la enseñanza es proporcionar directivos con capacidad para reconocer problemas éticos en sus procesos de toma de decisiones, identificar alternativas de elección y decidir el curso de acción apropiado cuando se encuentran ante tales dilemas (Cohen et al. 2001).

Es por ello, que hay autores que consideran necesario integrar la ética en la formación empresarial y mejorar su incorporacion en el curriculum (Knotts, 2000; Melé, 2008) ya que la falta de formación ética en los planes de estudios, sobre todo de la rama de

empresa, puede ser la razón de que los gestores empresariales actúen con poco sentido de la responsabilidad social (Luthar et al, 1997).

Siguiendo esta argumentación, Ibrahim et al. (2006) considera que la formación que los universitarios reciben y los valores que adquieran se configuran hoy día como un pilar clave para el desarrollo futuro de la RSC. De ahí que las universidades y escuelas de negocios tengan un importante papel en la familiarización de los estudiantes con la RSC, ya que son los encargados de formar a los futuros profesionales (Sobczak et al. 2006).

La formación empresarial debe cambiar su propuesta y enfatizar más la enseñanza de valores éticos y sociales, para que las futuras generaciones perciban la importancia que tiene la dimensión ética de la RSC en comparación con la dimensión económica (Ibrahim et al 2006).

Los resultados de muchos estudios muestran que la educación en la universidad tiene influencias positivas en el nivel de razonamiento moral de los individuos y puede conducir a una mejora de la sensibilidad y conducta ética de los estudiantes y futuros directivos (Borkowski y Ugras, 1992, Loe y Weeks, 2000, Weber y Glyptis, 2000; Sims, 2002; Lowry, 2003).

Bampton y Cowton, (2002) coinciden en señalar la necesidad de aumentar la carga curricular de los alumnos en ética, la materialización de esta propuesta se concreta en integrarla en las diversas asignaturas que se cursan en la titulación, en lugar de diseñar una asignatura específica sobre la misma.

Sleeper et al (2006), también considera la necesidad de incluir la RSC como materia formativa en la universidad que permita a los alumnos/as en un futuro tomar decisiones empresariales que satisfagan las necesidades sociales del entorno, aunque no resuelve la forma de integrarla en el curriculum de los universitarios. Por su parte, Gioia (2002) argumenta que la RSC ha sido marginada del curriculum en los estudios de empresa.

En este mismo sentido se pronuncian Adkins y Radke (2004), si bien estos autores subrayan la importancia de las diferencias que tanto desde el ámbito docente como desde el discente dan a la formación, siendo el alumnado el colectivo que mayor preocupación muestra por la inclusión de contenidos de carácter ético en su carga curricular, a diferencia de lo expresado por el propio profesorado.

Análisis de la influencia del género en las actitudes y percepciones de los estudiantes universitarios hacia la responsabilidad social y la formación.

Las percepciones y actitudes de los estudiantes universitarios hacia la responsabilidad social pueden ser explicada a través de variables demográficas, tales como el género, la edad, la religiosidad o la experiencia profesional, siendo el género una de las variables más estudiadas (Burton y Hegarty, 1999; Adkins y Radke, 2004; Elias, 2004; Albaum y Peterson, 2006; Ibrahim et al, 2008; Bampton y MacLagan, 2009; Bateman y Valentine, 2010; Eweje y Brunton, 2010, entre otros).

Los diferentes estudios que se han preocupado por el efecto que el género puede tener en el comportamiento ético y social de los individuos se han desarrollado fundamentalmente en las últimas dos décadas, los cuales tienden a concluir, en su mayor parte, que las mujeres muestran una mayor sensibilidad y preocupación por la responsabilidad social y los problemas éticos que los hombres.

En la revisión bibliográfica realizada por O'Fallon y Butterfield (2005) sobre las investigaciones empíricas realizadas en el periodo 1996-2003 referente a la toma de decisiones de carácter ético y la influencia que sobre ésta tienen determinados factores

individuales, concluyen que cuando se encuentran diferencias respecto al género, las mujeres son más éticas en el proceso de toma de decisiones, que los hombres.

Aunque el debate continúa en la literatura, la evidencia empírica sugiere que hay diferencias entre hombres y mujeres en las percepciones y actitudes hacia la ética y la responsabilidad social. Las mujeres muestran mayor conciencia social y perciben de manera más positiva las acciones de responsabilidad social de las empresas en comparación con los hombres (Ruegger y King, 1992; Luthar et al., 1997; Mason y Mudrack, 1996; Knotts et al., 2000; Landry et al., 2004; Albaum y Peterson, 2006; Smyth et al., 2009; Eweje y Bruton 2010; González-Rodríguez et al., 2013). Las alumnas son menos tolerantes y se muestran más duras al juzgar las prácticas poco éticas o socialmente irresponsables que los alumnos (Borkowski y Ugras, 1992; Aemeen et al., 1996; Lybby y Agnello, 2000; Silver y Valentine, 2000; Cohen et al., 2001; Stedham et al., 2007; Beekun et al., 2010). Son menos favorables a actitudes propias del maquiavelismo y más favorables hacia el objetivismo moral que los hombres, es decir, huyen de aquellas conductas que no sean conforme con la sociedad (Bageac et al., 2011).

El género determina la importancia dada a las dimensiones de la responsabilidad social corporativa, así las mujeres conceden mayor relevancia a las responsabilidades de carácter no económico y los hombres a las responsabilidades de carácter económico (Burton y Hegarty, 1999), además estos se inclinan hacia el modelo shareholder, otorgando más importancia a la maximización del valor de los accionistas que las mujeres, quienes tienen una orientación hacia el modelo stakeholder (Sobczak et al., 2006; Lämsä et al., 2007).

También el género explicaría el interés mostrado hacia la formación en ética y responsabilidad social, expresando las alumnas mayor interés en que se incluya en su carga curricular materias relativas a estos temas, que sus compañeros (Borkowski y Ugras 1998; Libby y Agnello 2000; Silver y Valentine, 2000; Adkins y Radtke, 2004; Landry et al, 2004; Albaum y Peterson 2006; Sleeper et al ,2006; Adkins y Radtke, 2008; Bampton y MacLagan, 2009).

Las diferencias mostradas por los estudiantes en sus actitudes y percepciones hacia los temas sociales se pueden explicar de acuerdo a la teoría de Gilligan (1982) quién considera que hombres y mujeres difieren en como resuelven sus dilemas morales. La autora postula que los hombres tienden a considerar los problemas morales en términos de justicia, normas y derechos individuales, tienen una orientación a la “justicia” mientras que las mujeres tienden a considerar tales problemas en términos de relaciones, cuidado y compasión, tienen una orientación a la “causa”. Los hombres se guían por la razón mientras que las mujeres por otros elementos además de la razón, incluyen la emoción (Eagly, 1987; Winstead et al., 1999; Jeffe y Hyde, 2000). También se han tratado de explicar estas diferencias, a través de la teoría del rol social, que predice que la mujer está orientada a las relaciones y la sensibilidad social y aventaja al hombre en inteligencia emocional, en resumen, son mas empáticas que los hombres (Nguyen et al. 2008).

Por tanto, podemos concluir que el género ha sido una de las variables demográficas mas utilizada por los investigadores, para explicar las diferencias en las actitudes, percepciones y comportamientos que los estudiantes universitarios manifiestan acerca de la responsabilidad social y la ética, así como para entender la importancia que otorgan a la formación en estas materias. En aquellos casos en los que se detectan diferencias significativas, son las mujeres las que manifiestan mayor sensibilidad hacia los temas sociales y éticos; y esto es así, independientemente de la nacionalidad, las titulaciones

cursadas, la tipología de los estudiantes, y el momento temporal en el que se realizan las investigaciones.

3. Metodología

Con el fin de cumplir con los objetivos de la investigación, se ha desarrollado un estudio de carácter cuantitativo, a través del procedimiento de encuestas, que tal y como manifiesta Crane (1999) ha sido el método de investigación empírica que ha prevalecido en cuestiones relacionadas con la ética y la responsabilidad social.

Para la elaboración del cuestionario se ha considerado la RSC como un constructo multidimensional (Carroll, 1979,1991) y se han tenido en cuenta las escalas utilizadas en investigaciones previas para medir este constructo como la de Aupperly, Carroll y Hatfield (1985). Además, se ha elaborado una lista relativamente exhaustiva de las actividades que caracterizan la RSC a partir de trabajos como los de Burton y Hegarty (1999), Elías (2004), Bigné et al. (2006), Ibrahim et al.(2006), Sobczak, et al. (2006), Ibrahim et al. (2008), Kolodisky et al. (2010) y de los ítems utilizados en estudios realizados por Forética (2008), PriceWatherhouse (2006) y el ASPEN Institute (2008). Para medir la RSU, se han adaptado estas actividades al ámbito de la gestión universitaria y se han considerado los indicadores propuestos por Valleys (2006), el Proyecto Construye País (2006), y los resultados del estudio exploratorio llevado a cabo en el marco del Proyecto “Memoria de Responsabilidad Social de las Universidades Andaluzas” financiado por el Foro de Consejos Sociales de las Universidades Públicas Andaluzas, del que los profesores Manuel Larrán y Antonio López son los investigadores responsables¹.

El cuestionario (ver anexo) se ha estructurado en tres partes diferenciadas, en una primera parte se recogen los elementos identificadores de la muestra o perfil de la muestra, en una segunda parte se plantean preguntas para conocer la actitud hacia la Responsabilidad Social Corporativa y una tercera parte que recoge la actitud hacia la Responsabilidad Social Universitaria y su relación con la gestión universitaria, así como aspectos relacionados con la docencia y la investigación.

Las actitudes hacia la RSC se miden mediante 13 ítems, en una escala Likert de 5 puntos (1 muy en desacuerdo, 5 muy de acuerdo). En cuanto a la actitud hacia la RSU se miden a través de 18 ítems, en una escala de Likert de 5 puntos (1 muy en desacuerdo, 5 muy de acuerdo).

Los cuestionarios fueron sometidos a la valoración de expertos y testados a través de una muestra piloto. El envío de los mismos se realizó por correo electrónico al total de alumnos de las 9 universidades públicas andaluzas, durante los meses de mayo y junio de 2010. Los datos han sido tratados con el programa estadístico R-commander versión 1.4-2.

Perfil de la muestra

El total de cuestionarios válidos ha sido de 1596 cuyo reparto por universidades se recoge en la tabla 1, y que suponen un error muestral de un $\pm 2.44\%$ para un nivel de confianza del 95% y el caso más desfavorable ($p=q=0,5$).

¹ El proyecto puede ser consultado en www.rsuniversitaria.org.

Tabla 1: Reparto de la muestra

Universidad	Tamaño muestra (n)	Porcentaje (%)
Almería	29	2
Cádiz	306	19
Córdoba	10	0.6
Granada	11	0.7
Huelva	110	7
Jaén	1	0.06
Málaga	862	54
Pablo de Olavide	2	0.14
Sevilla	265	16.5
Total	1.596	100

La muestra está formada por un 46% de hombres y un 54% de mujeres. La edad media es de 24.5 años. El número de años que llevan cursando la carrera es de 3.5 por término medio. El 34% compagina sus estudios con un trabajo remunerado siendo la experiencia profesional, en la mayoría de los encuestados, de más de 2 años (71%). El 78% eligió la titulación que cursa en primera opción. Asimismo, el 52% manifiesta sentirse satisfecho con la formación recibida. Respecto a las titulaciones cursadas, se han agrupado en función del área de conocimiento a la que pertenecen. El área con mayor representación en la muestra es la de Ciencias sociales y jurídicas (49%), seguida de Ingeniería y Arquitectura (23%), Ciencias de la salud (10%) y Ciencias (8%). El 9% de la muestra pertenece a alguna asociación estudiantil, siendo el 17% de los alumnos/as encuestados los que pertenecen a algún órgano de representación universitario. El 16% colabora con alguna plataforma ecologista y el 39% con alguna ONG. En la tabla 2, se resume el perfil de la muestra.

Tabla 2: Perfil de la muestra

Variables		Porcentaje % (n=2.508)
Género	Hombre	46
	Mujer	54
Áreas de conocimiento	Arte y humanidades	7
	Ciencias	8
	Ciencias sociales y jurídicas	49
	Ciencias de la salud	10
	Ingeniería y arquitectura	23
	otras	3
Trabaja	Si	34%
	No	62%
Experiencia profesional	Menos de un año	14%
	Entre 1 y años	15%
	Más de 2 años	71%
Pertenencia órgano de representación	Si	17%
	No	81%
Pertenece asociación estudiantil	Si	9%
	No	89%
Colabora plataforma ecologista	Si	16%
	No	81%
Colabora ONG	Si	39%
	No	60%

4. Resultados

Los resultados se agrupan en tres apartados, grado de conocimiento y percepción que tienen los alumnos/as de la Responsabilidad Social Corporativa, posibilidad de aplicar el concepto de responsabilidad social corporativa a la gestión universitaria y un último apartado donde se recogen las percepciones y opiniones de los estudiantes universitarios sobre la formación e investigaciones en el campo de la responsabilidad social que se llevan a cabo en su universidad.

Conocimiento y percepción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Los resultados indican que el 58% de los estudiantes universitarios han oído hablar de la responsabilidad social. Este porcentaje es muy superior al obtenido en el estudio realizado por Forética (2008) en el que sólo el 38% de los encuestados lo reconoce.

En la tabla 3 se recogen los valores medios que los alumnos/as otorgan a las diversas razones por las que una empresa desarrolla prácticas socialmente responsables. Se puede observar, que los estudiantes consideran que estas obedecen, principalmente, a una cuestión de imagen y reputación de las organizaciones; situando en último lugar las cuestiones relacionadas con la ética. Resulta significativo que las razones de carácter social, medioambiental y ético se sitúen en último lugar. En general, podemos afirmar que las razones que perciben para el desarrollo de prácticas de RSC están más cerca de la generación de beneficios (*Business Case*) que la sensibilización social (*Human Case*) o medioambiental (*Green Case*). Estos resultados son coincidentes con los obtenidos por Sobczak et al.(2006).

Tabla 3: Razones para aplicar la RSC por las empresas

Razones para aplicar la RSC	Media
una cuestión de imagen	4.23
que mejoran la reputación de las organizaciones	3.94
que aportan beneficios para la organización	3.65
una moda	3.38
la presión que ejercen los organismos públicos	3.33
la presión que ejercen los organismos no gubernamentales	3.29
un compromiso con el desarrollo económico	2.92
que mejoran el clima de la organización	2.85
que contribuyen al desarrollo sostenible	2.80
que aportan beneficios para la sociedad	2.79
que mejoran la calidad de vida de los trabajadores	2.62
una nueva sensibilidad por el respeto por los derechos humanos	2.60
cuestiones relacionadas con la ética	2.52

Es destacable, que la práctica totalidad de los alumnos/as consideren que la información emitida por las empresas sobre sus prácticas socialmente responsables, es insuficiente o nula.

Aplicación de la Responsabilidad Social a la gestión universitaria

La mayoría de los estudiantes (88%) consideran que la responsabilidad social corporativa es un concepto aplicable al ámbito universitario, sólo el 5% opina lo

contrario. Asimismo, coinciden en porcentaje los que opinan que su aplicación en este ámbito es necesaria.

Son pocos los alumnos/as (18%) que piensan que su universidad tiene incorporada en su gestión criterios de responsabilidad social y que la universidad informa de la aplicación de criterios de responsabilidad social en el desarrollo de su actividad (5%).

Por tanto, existe un gran desconocimiento en el alumnado sobre la gestión socialmente responsable que realiza su universidad, lo cual puede deberse a la existencia de fallos en los sistemas de comunicación de los órganos de gestión universitarios.

En caso de que la universidad aplicara el concepto de responsabilidad social a su gestión, de los 18 ítems propuestos, los encuestados consideran que principalmente aportaría una mejora en la información recibida, respeto por el medio ambiente, una gestión eficiente de los recursos y mayor preocupación por los temas sociales, tal y como se muestra en la tabla 5. Esto refleja lo que entienden debería ser la responsabilidad social, vinculada principalmente a cuestiones sociales, éticas y medioambientales, lo cual es coincidente con lo observado por Aupperle et al. (1985), Burton y Hegarty, 1999; Elías, 2004; Bigné et al. 2006; Ibrahim et al, 2008; García de los Salmones et al. (2009) y Kolodisky et al. (2010), entre otros.

En general, los alumnos/as encuestados muestran una actitud favorable hacia las implicaciones que tendría incorporar a la gestión universitaria principios de responsabilidad social.

Tabla 4: Gestión universitaria y la RSU

La aplicación a la gestión universitaria aportaría:	Media
Mejora en la información recibida	4.19
Respeto por el medio ambiente	4.13
Gestión eficiente de recursos	4.11
Mayor preocupación por los temas sociales	4.07
Formación en valores	4.02
Gestión Transparente	3.97
Mejora en las relaciones con la sociedad	3.96
Garantizaría unos valores y normas de conducta éticos	3.94
Investigación responsable	3.94
Desarrollo de programas de formación	3.92
Favorecería el diálogo	3.92
Favorecería la participación de los alumnos	3.91
Desarrollo de proyectos culturales	3.91
Integración de colectivos desfavorecidos	3.86
Mayor transferencia de los resultados de investigación a la sociedad	3.85
Calidad en la docencia	3.84
Mayor contacto con los egresados e interés por su formación	3.73
Mejora en los sistemas de evaluación	3.54

Formación e Investigación en Responsabilidad Social

A lo largo de la revisión bibliográfica, se ha puesto de manifiesto el interés de los universitarios por recibir formación en responsabilidad social y ética (Borkowski y Ugras,

1998; Libby y Agnello 2000; Silver y Valentine ,2000; Landry et al, 2004; Albaum y Peterson 2006; Sleeper et al ,2006; Adkins y Radtke, 2008; Bampton y MacLagan, 2009, entre otros).

Los resultados obtenidos en nuestro estudio, confirman este interés mostrado hacia la formación, prácticamente la totalidad de los alumnos/as (84%) consideran necesario recibir formación en responsabilidad social y ética. Además, son partidarios de que se incorporen en la titulación que cursan, una asignatura de responsabilidad social (58%) o creen que sería importante abordar temas de responsabilidad social en alguna de las asignaturas que cursan (73%). Asimismo, se muestran muy receptivos a que su facultad oferte cursos relacionados con esta materia (82%).

Se ha analizado, si los universitarios reciben nociones de responsabilidad social en las materias que cursan; el 34% de la muestra manifiesta haberlas recibido, principalmente, a través de comentarios realizados por el profesor o bien como un tema específico en el temario de una determinada asignatura.

Dada la importancia que tiene la formación en valores éticos y socialmente responsables como referente para el comportamiento de la próxima generación de empresarios, profesionales y responsables políticos, tal y como se recoge en la literatura, (Borkowski y Ugras, 1992; Elías, 2004, Albaum y Peterson, 2006; Sleeper et al., 2006; Sobczak et al. 2006; Lau, 2010; Peterson et al, 2010; Bageac et al., 2011; González-Rodríguez, 2013), resulta interesante que el 72% de los alumnos consideren que recibir formación sobre responsabilidad social y ética les sirve para ser conscientes que el proceso de toma de decisiones está impregnado de connotaciones morales y éticas.

Por último, respecto a la investigación, existe un importante desconocimiento por parte de los encuestados sobre las investigaciones que desarrollan los profesores de su Facultad, siendo este desconocimiento aún mayor, en cuanto a si estos tienen en cuenta criterios de responsabilidad social en el desarrollo de su actividad investigadora. La mayoría, expresan su conformidad en relación a que los recursos destinados a la investigación se asignen teniendo en cuenta criterios de responsabilidad social.

Análisis de la sensibilidad de las respuestas en función del género

Una vez realizado el análisis general de los datos, pasamos a comentar si el género es una variable explicativa de las actitudes y percepciones de los alumnos/as en relación a las cuestiones planteadas en la investigación.

Al objeto de verificar si existen o no diferencias significativas, se han utilizado técnicas de análisis no paramétrico, en concreto la prueba de la chi-cuadrado y la de Kruskal Wallis; dado que las variables estudiadas no presentan una distribución normal, tal y como pone de manifiesto la prueba de Kolmogorov-Smirnov (K-S), pues se trata de una muestra de gran tamaño (Kolmogorov, 1968). La prueba K-S rechaza la normalidad de los datos con un error $\alpha=0.05$, resultado predecible dado el carácter ordinal de la escala Likert.

Conocimiento y percepción de la RSC

Respecto al grado de conocimiento sobre la RSC encontramos diferencias significativas en función del género. Así, manifiestan mayor grado de conocimiento sobre la responsabilidad social corporativa las alumnas (p-value= 0.004).

Al analizar las percepciones de los alumnos sobre qué acciones consideran vinculadas a la RSC, se obtienen diferencias significativas para la variable género, tal y como se puede observar en la tabla 5.

Aunque los estudiantes, no valoran de manera importante las cuestiones sociales y medioambientales como razones que lleven a las empresas a aplicar la RSC (se valoran por debajo de 3 puntos), son las alumnas las que muestran mayor sensibilidad hacia la RSC. En efecto, conceden mayor importancia a 5 de los ítems planteados que sus compañeros, como se desprende de la comparación de medias. Se puede observar, que las mujeres perciben en mayor medida que los hombres, las cuestiones sociales y medioambientales como razones para aplicar la RSC por parte de las empresas. Este resultado es congruente con los obtenidos en los trabajos de Burton y Hegarty (1999), Libby y Agnello (2000), Sleeper et al (2006), Sobczak et al (2006), Bustamante y Navarro (2007), Lamsa et al (2007) y Kolodinsky et al (2010), que consideran que las mujeres prestan más importancia a las dimensiones social y medioambiental.

Tabla 5: Razones por las que las empresas aplican la RSC

Razones:	Género		
	Hombre	Mujer	P-value
una cuestión de imagen	4.2565	4.2136	0.87
que mejoran la reputación de las organizaciones	3.9476	3.9438	0.534
que aportan beneficios para la organización	3.6468	3.6696	0.9943
una moda	3.3118	3.4398	0.07675
la presión que ejercen los organismos públicos	3.1246	3.4412	3.212e-06**
la presión que ejercen los organismos no gubernamentales	3.2352	3.4123	0.03432*
que mejoran el clima de la organización	2.7821	2.9165	0,008377*
un compromiso con el desarrollo económico	2.8238	3.011	
que aportan beneficios para la sociedad	2.7119	2.8670	0.00391*
que contribuyen al desarrollo sostenible	2.7034	2.8941	0.001295*
cuestiones relacionadas con la ética	2.4095	2.6230	0,001652*
que mejoran la calidad de vida de los trabajadores	2.5406	2.7011	0.01789*
una nueva sensibilidad por el respeto por los derechos humanos	2.4970	2.6954	0,003076**

*p<0.05 **p<0.01

Cuando analizamos la valoración que los alumnos realizan de la información emitida por las empresas acerca de las acciones de responsabilidad social que desarrollan, las mujeres consideran, en mayor medida que los hombres, que esta información es insuficiente.

Aplicación de la Responsabilidad Social a la gestión universitaria

Otra de las cuestiones analizadas ha sido conocer si existen diferencias en función del género en las percepciones que los alumnos/as tienen acerca de la incorporación de la responsabilidad social al ámbito universitario. Los resultados se muestran en la tabla 6, donde se puede observar que las alumnas se inclinan en mayor medida que los hombres hacia la necesidad de aplicar criterios de responsabilidad social a la gestión universitaria.

El género no explica la opinión de los alumnos/as acerca de si sería un concepto aplicable al ámbito universitario, si la universidad lo ha incorporado en sus procesos de gestión y si esta informa adecuadamente de sus acciones socialmente responsables.

Tabla 6: Aplicación de la responsabilidad social a la universidad

Respecto a la RSU:	Género		
	Hombre %	Mujer %	p-value
Es un concepto aplicable a la universidad	84	89	0.1872
Es necesaria su aplicación en la gestión universitaria	84	88	0.01453 *
Su universidad la incorpora en su gestión	16	19	0.1641
Su universidad informa de su aplicación	4.8	4	0.1215

*p<0.05 **p<0.01

Por otra parte, como se observa en la tabla 7, las alumnas valoran en mayor medida que sus compañeros que la responsabilidad social universitaria aportaría a la universidad una mejora en la información recibida, respeto por el medio ambiente, mayor preocupación por los temas sociales y desarrollo de proyectos culturales. No encontrándose diferencias en el resto de los items planteados.

Tabla 7: Aportación de la RSU a la gestión universitaria

La RSU aportaría:	Género		
	Hombre	Mujer	p-value
Mejora en la información recibida	4.1270	4.2496	0.01323*
Respeto por el medio ambiente	4.0591	4.2088	0.008632**
Gestión eficiente de recursos	4.0839	4.1487	0.5368
Mayor preocupación por los temas sociales	4.0183	4.1397	0.04588 *
Formación en valores	3.9425	4.0893	0.06439
Gestión Transparente	4.0107	3.9408	0.07683
Mejora en las relaciones con la sociedad	3.9349	3.9831	0.5739
Garantizaría unos valores y normas de conducta éticos	3.8890	4.0139	0.1769
Investigación responsable	3.9014	3.9986	0.2192
Desarrollo de programas de formación	3.8602	3.9767	0.06159
Favorecería el diálogo	3.9138	3.9311	0.7508
Favorecería la participación de los alumnos	3.8725	3.9554	0.2905
Desarrollo de proyectos culturales	3.8156	3.9922	0.006085**
Integración de colectivos desfavorecidos	3.7719	3.9369	0.02166
Mayor transferencia de los resultados de investigación a la sociedad	3.8542	3.8486	0.8556
Calidad en la docencia	3.8143	3.8606	0.5837
Mayor contacto con los egresados e interés por su formación	3.7150	3.7462	0.8362
Mejora en los sistemas de evaluación	3.5500	3.5377	0.6973

*p<0.05 **p<0.01

La Formación e Investigación en Responsabilidad Social en la Universidad

Los resultados obtenidos mostrados en la tabla 8, son coincidentes con aquellos trabajos que determinan que el género es un factor explicativo de la percepción de los

estudiantes sobre la necesidad de formación en responsabilidad social (Beltramini et al, 1984; Ford y Richardson 1994; Borkowski y Ugras 1998; Libby y Agnello 2000; Silver y Valentine ,2000; Despandé y Maximov, 2000; Adkins y Radtke, 2004; Landry et al, 2004; Albaum y Peterson 2006; Sleeper et al. ,2006; Bampton y Maclagan, 2009). Son las alumnas las que muestran mayor interés en recibir formación en responsabilidad social y son más favorables a recibir docencia en esta materia, bien como asignaturas impartidas en su titulación o cursos propuestos desde la facultad. Existe una importante diferencia respecto a si han recibido formación sobre responsabilidad social y ética, así las mujeres manifiestan en mayor proporción haberla recibido que sus compañeros. Dado que todos los alumnos reciben la misma formación recogida en los planes de estudio, esto podría explicarse porque exista un mayor interés en las alumnas por recibir cursos extracurriculares sobre esta materia, ya que también existe diferencias significativas respecto a esta cuestión.

El género es una variable que explica la diferente importancia dada por los universitarios a la relación entre formación y la toma de decisiones éticas. Son las alumnas quienes consideran en mayor medida la importancia que esta tiene para que los alumnos/as perciban que la toma de decisiones está impregnada de connotaciones morales y éticas. Esto podría estar motivado porque las alumnas manifiestan una mayor conciencia ética y social que los alumnos (Landry et al, 2004; Albaum y Peterson 2006; Eweje y Bruton, 2010).

Tabla 8: Formación en responsabilidad social

Respecto a la Formación en Responsabilidad Social:	Género		
	Hombre %	Mujer %	p-value
Es necesaria	81.3	85.6	0.01823*
Debería incorporarse a determinadas asignaturas de su titulación	54.5	62	0.03171*
Su facultad debería impartir cursos	76.8	85.8	5.51e-05**
Se matricularía en cursos	51	67.3	1.833e-11**
Ha recibido formación	29.7	37.5	0.007176**
Está satisfecho con la formación recibida	51	53.7	0.002305**
Serviría para percibir que la toma de decisiones está impregnada de connotaciones morales y éticas	75	68	0.009297**

*p<0.05 **p<0.01

Respecto a los resultados relativos a la investigación en responsabilidad social (ver tabla 9), el género no explicaría el grado de conocimiento sobre las investigaciones que desarrolla el PDI de su facultad, ni si estos tienen en cuenta criterios de responsabilidad social en el desarrollo de sus investigaciones.

El género si explicaría la actitud hacia la asignación de recursos en el campo de la investigación, mostrando las alumnas mas interés que los alumnos en que dicha asignación se haga teniendo en cuenta criterios de responsabilidad social.

Tabla 9: La investigación en responsabilidad social

Respecto a la investigación:	Género		
	Hombre	Mujer	p-value
Conoce las investigaciones que realiza el PDI de su facultad	24.8	21.5	0.085
Cree que se tienen en cuenta criterios de responsabilidad social	10.1	10.3	0.1023
Los recursos deberían asignarse según criterios de responsabilidad social	62	70	0,00010*

*p<0.05 **p<0.01

5. Conclusiones y limitaciones

El análisis descriptivo de los resultados nos permite concluir que existe un interés generalizado por la responsabilidad social en el ámbito universitario, tanto en su aplicación a la gestión como en temas relacionados con la formación y la investigación.

Para los estudiantes universitarios, la sensibilidad que muestran las empresas por las prácticas socialmente responsables obedece, principalmente, a una cuestión de imagen y reputación, por tanto, las razones percibidas están más cerca de la generación de beneficios (*Business Case*) que la sensibilización social (*Human Case*) o medioambiental (*Green Case*), tal y como concluye Sobzack et al., (2006) en su trabajo.

Se detecta una clara inclinación a considerar que tanto las empresas como las universidades no informan sobre sus acciones vinculadas a la responsabilidad social, esto nos lleva a considerar que pueda existir un problema de comunicación tanto en las empresas como en las universidades, que éstas deberían solventar.

La responsabilidad social es considerada, no sólo un concepto aplicable al ámbito universitario, sino también necesario. Los estudiantes muestran una actitud favorable hacia las implicaciones que tendría incorporar a la gestión universitaria principios de responsabilidad social. También son partidarios de recibir formación en esta materia, considerando importante que se incluya en la carga curricular del alumno/a una asignatura sobre esta temática, o bien sea incorporada en el temario de determinadas asignaturas. Asimismo, se muestran muy receptivos a que su facultad oferte cursos relacionados con esta materia.

La mayoría de los alumnos desconocen las investigaciones llevadas a cabo por los profesores de su Facultad o Centro, así como si en dichas investigaciones se tienen en cuenta criterios de Responsabilidad Social, considerando necesario que los recursos destinados a la investigación se asignen teniendo en cuenta dichos criterios.

Por otra parte, se confirma el efecto moderador del género respecto a las percepciones y actitudes de los estudiantes acerca de la responsabilidad social y la formación. Así, las mujeres muestran mayor orientación hacia la responsabilidad social, conceden mayor relevancia a las responsabilidades de carácter no económico, es decir a las dimensiones ética, social y medioambiental, tal y como reflejan las investigaciones de Burton y Hegarty (1999), Libby y Agnello (2000), Sleeper et al. (2006), Sobczak et al. (2006), Bustamante y Navarro (2007), Lamsa et al (2007) y Kolodinsky et al. (2010).

El interés mostrado hacia la formación en ética y responsabilidad social es mayor en las alumnas, las cuales consideran mas importante que se aborden temas de responsabilidad social en las asignaturas que cursan, que sus compañeros. Esta diferencia en la sensibilidad mostrada hacia la formación por razón del género, también es obtenida por, Beltramini et al, 1984; Ford y Richardson 1994; Borkowski y Ugras 1998; Libby y Agnello 2000; Silver y Valentine ,2000; Despandé y Maximov, 2000; Adkins y Radtke, 2004; Landry et al, 2004; Albaum y Peterson 2006; Sleeper et al. ,2006, Bampton y Maclagan, 2009, entre otros.

Sin embargo, el género no explica la opinión de los estudiantes acerca de si sería un concepto aplicable al ámbito universitario, si la universidad lo ha incorporado en sus procesos de gestión y si esta informa adecuadamente de sus acciones socialmente responsables.

Por último, debemos mencionar algunas limitaciones de la investigación. En primer lugar, referente a la muestra seleccionada, formada por los alumnos/as de las universidades públicas andaluzas, aunque creemos que, dadas las características de las 9 universidades analizadas, nos permite trabajar con una muestra significativa que nos permite extrapolar las conclusiones alcanzadas al conjunto del sistema universitario español. Y por otra parte, el alto porcentaje de alumnos de Ciencias sociales y jurídicas de la muestra que ha podido condicionar los resultados obtenidos, ya que en estas titulaciones existe una mayor formación sobre contenidos de carácter ético y sociales.

En trabajos posteriores se analizarán, no sólo el genero como variable explicativa de las actitudes, percepciones y comportamientos de los estudiantes hacia la responsabilidad social, sino también otras variables demográficas como la edad, la experiencia profesional, la titulación cursada, o pertenecer a algún órgano de representación estudiantil.

Una futura línea de investigación, consiste en el análisis de las creencias, actitudes y opiniones que sobre la responsabilidad social tiene el profesorado universitario por tratarse de un agente clave en el desarrollo de la conciencia de responsabilidad social en los futuros líderes de las organizaciones empresariales (Bampton y Cowton, 2002; Cowton y Cummins, 2003; Adkins y Radtke, 2004; Jakobsen et al 2005; Bampton y Maclagan, 2005; Jakobsen et al, 2005, Ibrahim et al, 2006; Aldazabal y Espinosa, 2010).

Bibliografía

- Adkins, N. y Radtke R.R. (2004). "Students' and Faculty members' perceptions of the importance of business Ethics and Accounting Ethics Education: Is there an Expectatations Gap?", *Journal of Business Ethics*, Vol. 51, pp. 279-300.
- Albaum, G. y Peterson, R. A. (2006). "Ethical Attitudes of Future Business Leaders. Do They Vary by Gender and Religiosity?", *Business and Society*, Vol. 45(3), pp. 300-321.
- Aldazabal, E. y Espinosa, M. (2010). "La Incorporación de la Ética en la Formación de la Profesión Contable". Actas XIV Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC). La información financiera de calidad: Señalando el camino de la recuperación. A Coruña, 2, 3 y 4 de Junio 2010.
- Alvarado, A., Bigné, E. y Currás, R. (2011). "Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad". *Estudios Gerenciales*, vol. 27, núm. 118, pp. 115-137, Universidad ICESI. Colombia

- Ameen, E.E., Guffey, D.M., y McMillan, J.J (1996). "Gender differences in determining the ethical sensitivity of future accounting professionals". *Journal of Business Ethics*, Vol.15, pp. 591-597.
- Araque, R. A. y Montero, M.J. (2006). "La responsabilidad social a debate". Icaria.Barcelona
- Aspen Institute (2008): "Where Will They Lead? MBA Student Attitudes About Business & Society". Aspen Institute for Social Innovation Trough Business, New York.
- Aupperle, K.; Carroll, A. y Hatfield, J. (1985). "An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility". *Academy of Management Journal*, Vol. 28, pp. 446-463.
- Bageac, D., Furrer, O. & Reynaud, E. (2011). "Management students' attitudes toward business ethics: a comparison between France and Romania". *Journal of Business Ethics*, Vol. 98, pp. 391-406.
- Bigne, E.; Chumpitaz, R.; Andreu, L. y Swaen, V. (2006). "La Influencia de la Responsabilidad Social Corporativa en el Comportamiento de Compra de Estudiantes Universitarios". *ESIC MARKET*, Sep-Dic. 2006, pp. 163-189.
- Bampton, R. y Cowton, C. (2002). "The Teaching of Ethics in Management Accounting: Progress and Prospect". *Business Ethics: A European Review*, Vol. 11(1), pp. 52-61.
- Bampton, R. y MacLagan, P. (2005). "Why Teach Ethics to Accounting Students? A Response to the Sceptics, *Business Ethics*", Vol.14 (3), pp. 290-300.
- Bateman, C. y Valentine, S. (2010). "Investigating the effects of gender on consumers' moral philosophies and ethical intentions". *Journal of Business Ethics*, Vol. 95 (3), pp. 393-414.
- Beekun, R., Stedham, Y. y Westerman, J. (2010). "Effects of justice and utilitarianism on ethical decision making: A cross-cultural examination of gender similarities and differences". *Business ethics: An European Review*, Vol. 19(4), pp. 309-325.
- Borkowski, S.C. y Ugras, Y.J. (1998). "Business students and ethics: A meta-analysis". *Journal of Business Ethics*, Vol. 17, pp. 1117-1127.
- Borra, C.; Caraballo, M^a.A. y Gómez, F. (2007). "Los Determinantes de la Satisfacción de los Universitarios con la Formación en Etica Profesional: Evidencia a partir de una Nueva Muestra". XV Congreso Nacional de Etica de la Economía y de las Organizaciones. El Buen gobierno de las Organizaciones. IESE Business School. Barcelona, 8 y 9 de junio de 2007.
- Burton, B.K. y Hegarty, W.H. (1999). "Some Determinants of Student Corporate Social Responsibility Orientation", *Business & Society*, Vol. 38 (2), pp. 188-205.
- Carroll, A. B. (1979). "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *The Academy of Management Review* vol. 4(4), pp. 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). "The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons* Vol. 34(1), pp. 39- 48.
- Carroll, A.B. y Buchholz, A. K. (2000). "Business and society - Ethics and stakeholdersManagement", Cincinnati, South Western College Publishing.
- Carroll, A. B., y Shabana, K. (2010). "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts", Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12(1), pp. 85-105.
- Ceulemans, K., De Prins, M., Cappuyns, D. y Coninck, W. (2011). "Integration of sustainable development in higher education's curricula of applied economics: Large scale

- assessments, integration strategies and barriers”, *Journal of Management and Organization*, Vol. 17 (5), pp. 621–640.
- Cohen, J.R., Pant, L.W. y Sharp, D.J. (2001). “An examination of differences in ethical-decision making between canadian business students and accounting profesionales”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 30 (4), pp. 319-336.
- Cole, B y Smith, D. (1995). “Effects of ethics instruction on the ethical perceptions of college business students”, *Journal of education for business*, Vol. 70, pp. 351-356.
- Confederación de Consumidores y Usuarios (2008). “La Opinión y Valoración de los Consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España”. <http://www.cecuc.es/GuiaRSE3.pdf>
- Cowton, C.J. y Cummins, J. (2003). “Teaching Business Ethics in UK Higher Education: Progress and Prospects”, *Teaching Business Ethics*, Vol. 7(1), pp. 37-54.
- Dahlsrud, A. 2008. “How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 15(1), pp. 1-13.
- De la Cuesta, M. y Valor, C. (2003). “Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España”, *Boletín ICE Económico* Vol. 2755, pp. 7-19.
- De la Cuesta, M., Porras, A., Saavedra, I. Y Sánchez, D. (2010). “El compromiso social de la UNED”, pp. 233-272. En de la Cuesta, M, de la Cruz, C.J. y Rodríguez, J.M. (Coords.). *Responsabilidad Social Universitaria*. La Coruña. Netbiblo.
- Elias, R.Z. (2004). “An examination of business students perceptions of CSR”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 52(3), pp. 267-281.
- Elkington, J. (1998). “*Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*”. Gabriola Island, British Columbia, Canada: New Society.
- Epstein, E.M (1987). “The Corporate social policy process: Beyond business ethics, Corporate social responsibility, and corporate social responsiveness”, *California Management Review*, Vol. 29, pp. 99-114.
- Eweje, G. y Brunton, M. (2010). “Ethical perceptions of business students in a New Zealand university. Do gender, age and work experience matter?”. *Business and ethics: An European Review*, Vol. 19(1), pp. 95-111.
- Forética (2008): Informe forética RSE. Disponible en: [www/httpforetica.org/biblioteca/informes-foretica/doc_details/29-informe-foretica-2008?lang=es](http://httpforetica.org/biblioteca/informes-foretica/doc_details/29-informe-foretica-2008?lang=es)
- Frederick, W.C. (1978). “From CSR1 to CSR2: the maturing of business and society thought”. Working paper 279, Graduate School of Business, University of Pittsburgh.
- Freeman, R. E. 1984. “Strategic management: A stakeholder approach”. Boston: Pitman.
- Gautschi, III, F y Jones, T. (1998). “Enhancing the ability of business students to recognize ethical issues: an empirical assessment of the effectiveness of a course in business ethics”, Vol. 17, pp. 205-216.
- Galbraith, S y Stephenson, H. (1993). “Decision rules used by male and female business students in making ethical value judgments: another look”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 12, pp. 227-233.
- Gilligan, C. (1982). “In a Different Voice: Psychological Theory and Women’s Development. Harvard University Press Cambridge, MA. En Donleavy, G.D. (2007). No Man’s Land: Exploring the Space between Gilligan y Kohlberg”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 80, pp. 807-822.

- Gioia, D.A. (2002). "Business education's role in the crisis of confidence in corporations". *Academy of Management Executive*, Vol. 16(3), pp. 142-144.
- González-Rodríguez, M.R., Díaz-Fernández, M.C., Pawlak, M. y Simonetti, B. (2012). "Perceptions of students university of corporate social responsibility". *Qual Quant*, Vol 47, pp. 2361-2377
- Ibrahim, N.A.; Angelidis, J.P. y Howard, D.P. (2006). "Corporate Social Responsibility: A Comparative Analysis of Perceptions of Practicing Accountants and Accounting Students", *Journal of Business Ethics*, 66, 157-167.
- Ibrahim, N.A.; Howard, D.P. y Angelidis, J.P. (2008). "The Relationship between Religiousness and corporate Social Responsibility Orientation: Are there Differences Between Business Managers and Students?", *Journal of Business Ethics*, Vol. 78, pp. 165-174.
- Hidalgo, A. y Fuentes, F. (2007). "Actitudes hacia la Responsabilidad Social de la Empresa. Un Análisis Empírico en Estudiantes Universitarios y Preuniversitarios". Actas XXI Congreso anual AEDEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 6,7 y 8 de Junio de 2007.
- Jakobsen, O.; Ims, K. y Gronhaug, K. (2005): "Faculty Members' Attitudes Towards Ethics at Norwegian Business School: An Exploratory Study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 62(3), pp. 299-314.
- Kolodisky, R.W.; Madden, T.M.; Zisk, D.S. y Henkel, E.T. (2010): "Attitudes about Corporate Social Responsibility: Business Student Predictors", *Journal of Business Ethics*. Vol. 91(2), pp. 167-181.
- Knots, T. López, T. y Mesak, H. (2000). "Ethical judgements of college students : an empirical analysis", *Journal of education for business*, Vol. 75(3), pp. 158-163.
- Kolmogorov, A. (1968). "Logical basis for information theory and probability theory". *IEEE Transactions of Information Theory*, Vol. 14, September, pp. 662-664.
- Kracher, B., Chatterjee, A. y Lundquist, A.R. (2002). "Factors related to the cognitive moral development of business students and business professionals in India and the United States: nationality, education, sex and gender", *Journal of Business Ethics*, Vol. 35(4), pp. 255-268.
- Kraft, K. y Singhapakdi, A. (1995). "The relative importance of social responsibility in determining organizational effectiveness: student responses", *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, pp. 315-323.
- Lafuente, A.; Viñuales, R.: Pardo, R. y Llaría, J. (2003). "Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas". Documento de trabajo 3/2003, Fundación Alternativas.
- Lämsä, A.; Vehkaperä, M.; Puttonen, T. y Personen, H. (2007). "Effects of Business Education on Women and Men Students' Attitudes on Corporate Responsibility in Society", *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, pp. 45-58.
- Landry, R.; Moyes, G. y Cortes, A. (2004). "Ethical Perceptions Among Hispanic Students: Differences by Major and Gender", *Journal of education for business*, Vol. 80(2), pp. 102-108.
- Larrán, M y López, A. (2009). "Una propuesta de Memoria de Responsabilidad social Universitaria". Comunicación presentada en el congreso de AECA. Valladolid.
- Lau, C.L. (2010). "A step forward: Ethics education matters!", *Journal of Business Ethics*, Vol. 94(4), pp. 565-584.
- Libby, A. y Agnello, V. (2000). "Ethical Decision Making and The Law", *Journal of Business Ethics*, Vol. 26, pp. 223-232.

- Loe, T. W., Ferrell, L. y Mansfield, P. (2000). "A review of empirical studies assessing ethical decision making in business", *Journal of Business Ethics*, Vol. 25, pp. 185-204.
- Logsdon, J. M., & Wood, D. (2002). "Business Citizenship: from Domestic to Global Level of Analysis", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 12(2), pp. 87-155.
- Lozano, J.M. et al. (2005). "*Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas*". Ediciones Granica. Barcelona.
- Luthar, H.K., DiBattista, R.A. y Gautschi, T. (1997). "Perception of what the ethical climate is and what it should be: the role of gender, academic status and ethical education". *Journal of Business Ethics*, Vol. 16(2), pp. 205-217.
- Mason, E.S. y Mudrack, P.E. (1996). "Gender and ethical orientation: a test of gender and occupational socialization theories", *Journal of Business Ethics*, Vol. 15(6), pp. 599-604.
- Matten, D. y Moon, J. (2004). "Corporate social responsibility education in Europe". *Journal of Business Ethics*, Vol. 54, pp. 323-337.
- McCuddy, M. y Peery, B. (1996). "Selected individual differences and collegians' ethical beliefs", *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 261-272.
- Melé, D. (2008). "Integrating ethics into management". *Journal of Business Ethics*, Vol. 78 (3), pp. 291-297.
- Morris, S.A. (1997). "Internal effects of stakeholder management devices", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, pp. 413-424.
- Muijen, H. (2004). "Corporate Social Responsibility Starts at University". *Journal of Business Ethics*, Vol. 53, pp. 235-246.
- Nguyen, N.T., Basuray, M.T., Smith, W.P., Kopka, D., McCulloh, D. (2008). "Moral issues and gender differences in ethical judgment using Reidenbach and Robin's(1990) multidimensional ethics scale: implications in teaching of business ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 77, pp. 417-430.
- Nicholson, C.Y. y Demoss, M. (2009). "Teaching Ethics and Social Responsibility: An Evaluation of Undergraduate Business Education at the Discipline Level", *Journal of Education for Business*, Vol. 84(4), pp. 213-219.
- O'Fallon, M.J. y Butterfield, K.D. (2005). "A review of the empirical ethical decision-making literature: 1996-2003", *Journal of Business Ethics*, Vol. 59, pp. 375-413.
- Pérez, A.; García de los Salmones, M.M. y Rodríguez del BosqueI. (2013). "The effect of corporate associations on consumer behaviour", *European journal of Marketing*, Vol. 47, pp. 218-238.
- Peterson, R., Albaum, G., Merunka, D. Munuera, J. y Smith, S. (2010). "Effects of nationality gender and religiosity on business-related ethicality", *Journal of Business Ethics*, Vol. 96(4), pp. 573-587.
- Pricewaterhousecoopers (2006). "*La Actitud del Consumidor hacia la Responsabilidad Social Corporativa*". www.pwc.com/es/es.
- Ritter, B.A. (2006). "Can Business ethics be taught? A study of the ethical decision-making process in business students", *Journal of Business Ethics*, Vol. 68, pp. 153-164.
- Ruegger, D y King, E. (1992). "A study of the effect of age and gender upon student business ethics," *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, pp. 179-186.
- Silver, L.S. y Valentine, S.R. (2000). "College students perceptions of moral intensity in sales situation", *Journal of education for business*, Vol. 75(6), pp. 309-314.

- Sims, R.L. (2002). "Ethical rule breaking by employees: A test of social bonding theory", *Journal of Business Ethics*, Vol. 40(2), pp. 101-110.
- Singhapakdi, A., Vitell, S.J., Rallapalli, K.C. y Kraft, K. (1996). "The perceived role of ethics and social responsibility: a scale development", *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 1131-1140.
- Sleeper, B.; Schneider, K. y Weber, J. (2006). "Scale and Study of Student Attitudes toward Business Education's Role in Addressing Social", *Journal of business ethics*, Vol. 68(4), pp. 381-391.
- 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 & organization*, Vol. 17, pp. 604-620.
- Smyth, L.S., Davis, J.R. y Kroncke, C.O. (2009). "Students' perceptions of business ethics: using cheating as a surrogate for business situations", *Journal of Education for Business*, March/April, pp. 229-238.
- Sims, R. y Gegez, A. (2004). "Attitudes towards business ethics: a five nation comparative study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 50(3), pp. 253.
- Sobczak, A.; Debucquet, G. y Havard, C. (2006). "The Impact of Higher Education on Students' and Young Managers' Perception of Companies an CSR: An Exploratory Analysis". *Corporate Governance*, Vol. 6(4), pp. 464-474.
- Stedham, y., Yamamura, J.H. y Beekun, R.I. (2007). "Gender differences in business ethics: justice and relativist perspectives", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 16(2), pp. 163-174.
- Valleys, F. (2006). "*Breve marco teórico de la responsabilidad social universitaria*". Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vallaey, F. (2006). "Hacia la construcción de indicadores de responsabilidad social universitaria". Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Van Marrewijk, M. (2003). "Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion", *Journal of Business Ethics*, Vol. 44(2), pp. 95-105.
- Werther, W., & Chandler, D. 2010. "Strategic Corporate Social Responsibility. Stakeholders in a Global Environment". 2nd Edition, Sage Publications.
- Zurita, R. (2003). "*Proyecto Universidad Construye País: Universidad Socialmente Responsable en la Universidad de la Frontera*". En Carola Fernández, C; Delpiano, C y De Ferrari, J.L. (Eds). Responsabilidad Social Universitaria. Una manera de ser Universidad. Corporación Participa. Págs, 127-135.

Anexo

El presente cuestionario forma parte del proyecto de investigación promovido y financiado por el Foro de Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía cuyo objetivo es promover un modelo de responsabilidad social en las universidades andaluzas como acción de mejora de la calidad de las mismas. La información aportada en el mismo, será tratada de forma anónima y agregada, siendo de gran valor para el resultado de la investigación.

Muchas gracias por su colaboración.

P.1 Universidad

P.2 Titulación

P.3 Curso

P.4 Años que lleva cursando la carrera

P.5 Sexo

P.5 Edad

P.6 ¿Compagina sus estudios con un trabajo remunerado?

P.7 ¿Elegió su carrera como primera opción? Si

P.8 ¿Está satisfecho con la formación recibida?

P.9 ¿Pertenece a alguna asociación estudiantil?

P.10 ¿Pertenece o ha pertenecido a algún órgano de representación universitario? (Junta de Facultad, Consejo de Departamento, Delegación de Alumnos...)

P.11 ¿Colabora o ha colaborado con alguna plataforma ecologista? (Greenpeace, ADENA, ...)

P.12 ¿Colabora o ha colaborado con alguna ONG? (Intermón, Médicos sin Frontera, Anesvad...)

P.13 ¿Ha oído hablar de la Responsabilidad Social?

P.14 Considerando que la Responsabilidad Social hace referencia al impacto que tiene la acción de la organización en una triple dimensión: económica, social y medioambiental; y que tiene como principales objetivos la consecución de un desarrollo sostenible y la satisfacción de sus grupos de interés a l/p (accionistas, clientes, proveedores, trabajadores, sociedad en general, etc..) señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la Responsabilidad Social: valorar desde 1 (nada de acuerdo) a 5 (muy de acuerdo)

La sensibilidad que actualmente muestran las empresas por las prácticas socialmente responsables obedece a ...

que aportan beneficios para la organización	1	2	3	4	5
que aportan beneficios para la sociedad	1	2	3	4	5
una cuestión de imagen	1	2	3	4	5
una moda	1	2	3	4	5
que mejora el clima de la organización	1	2	3	4	5
que contribuye al desarrollo sostenible	1	2	3	4	5
es un concepto relacionado con la ética	1	2	3	4	5
que mejora la calidad de vida de los trabajadores	1	2	3	4	5
un compromiso con el desarrollo económico	1	2	3	4	5
una nueva sensibilidad por el respeto por los derechos humanos	1	2	3	4	5
que mejora la reputación de las organizaciones	1	2	3	4	5
la presión que ejercen los organismos no gubernamentales	1	2	3	4	5
la presión que ejercen los organismos públicos	1	2	3	4	5
Otros (especificar):	1	2	3	4	5

P.15 Considera que la información existente sobre Responsabilidad Social de las empresas es:

P.16 ¿Cree usted que la Responsabilidad Social es un concepto aplicable a la Universidad?

P.17 ¿Considera necesario su aplicación en el ámbito universitario?

P.18 En caso de aplicarse la Responsabilidad Social a la gestión universitaria, aportaría: Valore de 1 a 5, (1 poco valorado, 5 muy valorado)

Una Gestión Transparente	1	2	3	4	5
Asignación eficiente de recursos	1	2	3	4	5
Mejora la información recibida por el alumnado	1	2	3	4	5
Favorecería el diálogo	1	2	3	4	5
Favorecería la participación de los alumnos	1	2	3	4	5
Garantizaría unos valores y normas de conducta éticos	1	2	3	4	5
Calidad en la docencia	1	2	3	4	5
Respeto por el medio ambiente	1	2	3	4	5
Desarrollo programas de formación	1	2	3	4	5
Integración colectivos desfavorecidos	1	2	3	4	5
Desarrollo proyectos culturales	1	2	3	4	5
Mejora en los sistemas de evaluación	1	2	3	4	5
Promoción de la investigación	1	2	3	4	5
Mayor preocupación por los temas sociales	1	2	3	4	5
Investigación responsable	1	2	3	4	5
Formación en valores	1	2	3	4	5
Mejora en las relaciones con la sociedad	1	2	3	4	5
Mayor contacto con los egresados e interés por su formación continua	1	2	3	4	5

P.19 ¿Cree que su Universidad tiene incorporada la Responsabilidad Social en su gestión?

P.20 ¿Cree que su Universidad informa adecuadamente sobre la aplicación de este concepto?

P.21 ¿Cree necesario que su titulación incorpore en los nuevos planes de estudios una asignatura de Responsabilidad Social?

P.22 ¿Cree importante abordar temas de responsabilidad social en alguna de las asignaturas cursadas por usted?

P.23 ¿Cree necesario que la comunidad universitaria reciba formación sobre la Responsabilidad Social?

P.24 ¿Es usted partidario de que su facultad oferte cursos relacionados con la Responsabilidad Social?

P.25 ¿Conoce las investigaciones que desarrollan los profesores de su Facultad?

P.26 ¿Considera que dichas investigaciones son socialmente responsables?

P.27 ¿Cree necesario que se asignen los recursos destinados a la investigación teniendo en cuenta criterios de Responsabilidad Social?