

La responsabilidad social empresarial: una percepción desde los jóvenes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo

Raúl Giovanni García Buitrago

Administración de Empresas, Institución Universitaria Escolme, Medellín, Colombia,
rggarciab@escolme.edu.co

María Camila Bermeo Giraldo

Docente investigadora, Institución Universitaria Escolme, Medellín, Colombia,
cies2@escolme.edu.co

Recibido: 10/06/2022 - **Aceptado:** 24/06/2022 - **Publicado:** 15/09/2022

RESUMEN

Constantemente la sociedad en general se preocupa más por el origen de los productos y servicios que consume, el origen de los recursos, de las condiciones laborales de los trabajadores, del impacto ambiental que se genera, entre otras cosas. Todo vinculando a tres pilares fundamentales como lo son; el económico, el social y el medioambiental que finalmente dan lugar a un término definido como “Responsabilidad Social Empresarial”. De ahí surge esta investigación que se encuentra relacionada con el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) y de cómo influye en los universitarios, de esta manera lograr medir el alcance que este concepto tiene en los estudiantes, el nivel de percepción y de importancia en las carreras universitarias que hacen parte de la investigación, con el único objetivo de medir las ausencias o falencias de información concerniente a este término. Para ello se realiza una breve descripción del concepto, donde se profundiza en su significado, investigaciones realizadas por otros autores y mucho más de lo que este concepto enmarca. En relación al tema se desarrolló esta investigación con un enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo donde se obtienen resultados que indican la necesidad de reforzar el conocimiento que se imparte sobre RSE. Finalmente se requiere que la universidad cree un mayor vínculo entre la empresa privada, la institución y los estudiantes como apoyo para que la responsabilidad social empresarial alcance una mayor dimensión.

Palabras clave: social; medioambiente; desarrollo; sostenible; innovación.

ABSTRACT

Summary Society in general is constantly more concerned with the origin of the products and services it consumes, the origin of resources, the working conditions of workers, the environmental impact that is generated, among other things. All linking to three fundamental pillars as they are; the economic, social and environmental that finally give rise to a term defined as "Corporate Social Responsibility". Hence this research that is related to the concept of corporate social responsibility (CSR) and how it influences university students, in this way to measure the scope that this concept has on students, the level of perception and importance in the university careers that are part of the research,

with the sole objective of measuring the absences or shortcomings of information concerning this term. To do this, a brief description of the concept is made, where its meaning is deepened, research carried out by other authors and much more than what this concept frames. In relation to the topic, this research was developed with a quantitative approach and descriptive scope where results are obtained that indicate the need to reinforce the knowledge taught about CSR. Finally, the university is required to create a greater link between private enterprise, the institution and students as support for corporate social responsibility to reach a greater dimension.

Keywords: social; environment; development; sustainable; innovation.

1. INTRODUCCIÓN

El concepto de RSE hace referencia directa a los tres pilares fundamentales en los que se mueve la empresa y el impacto que sobre estos genera, y estos son; el económico, el social y el ambiental (Criollo-Uyaguari et al. 2020). En este sentido la empresa necesita desarrollar programas o actividades en los que se puedan medir los diferentes impactos que sobre estos genera. Ya que esta se encuentra en constante medición o evaluación por sus grupos de interés (stakeholders), empleados, clientes, proveedores, entidades gubernamentales, medios de comunicación, entre otros, que con el tiempo evaluarán de forma activa el desempeño de la empresa en relación al medio en el cual ejerce su actividad económica y de esto dependerá que la empresa se rentabilice o se devalúe, además de su permanencia en el mercado (Paco, 2013).

La forma de trabajo hoy en día en las universidades para tratar la temática de Responsabilidad Social Empresarial resulta ineficiente y requiere de un mayor esfuerzo pedagógico cuyo enfoque se dirija más hacia el conocimiento real de las diferentes problemáticas que surgen en la actualidad, y de esta manera preparar al estudiante para enfrentar escenarios complejos y cambiantes, tales como, una sociedad cada vez más informada y consciente de su participación en el desarrollo de las empresas, el medio ambiente que día a día sufre las consecuencias en la extracción de recursos naturales no renovables y el impacto directo e indirecto que la empresa tiene sobre este, de la transformación positiva o negativa que ejerce la empresa en su entorno más cercano y como esto afecta a diferentes grupos de interés, creando brechas sociales. Es por eso que se necesita que haya mayor sinergia entre las empresas colombianas y las instituciones de educación superior, que potencialicen las capacidades de los estudiantes, para que estos se involucren en las problemáticas actuales que enfrenta la Responsabilidad Social Empresarial (Aristimuño, Rodríguez & Guaita, 2011).

El concepto sobre Responsabilidad Social Empresarial es un tema que día a día cobra mayor relevancia en el ámbito empresarial y hace parte de los objetivos que la empresa dirige a sus grupos de interés o stakeholders, a los cuales necesita impactar positivamente como parte del cumplimiento de la función social como empresa. Para ello la empresa actual requiere profesionales capacitados en la implementación de nuevos o mejores modelos de Responsabilidad Social Empresarial, situación que pocas veces ocurre, pues los conocimientos adquiridos en estos aspectos son apenas superfluos (Beltrán, 2019). Por lo cual se identifica como problema central de la presente investigación: No existe una clara percepción del concepto de Responsabilidad Social Empresarial para muchos profesionales de Administración de Empresas, Mercadeo y Contaduría.

Por todo esto, según los siguientes autores Rinaudo, Gilles, Uribe y Zapata (2021), tanto los consumidores como las empresas deben afrontar con responsabilidad y conciencia las nuevas dinámicas que ha traído la pandemia COVID-19, que ha afectado al mundo entero en lo social, lo económico y lo ambiental, y a partir de ahí desarrollar nuevos modelos de RSE que dinamicen la economía hacia un ambiente más sostenible, en lo ambiental, en lo social y en lo económico, que sea percibido por los diferentes grupos de interés, ya que, son estos los que de una forma u otra presionan un cambio en los modelos socio económicos de las empresas, para que estas demuestren a la sociedad en general el compromiso que tienen con el mundo o por lo menos con su entorno, transformándose y adaptándose a las nuevas necesidades sociales y ambientales.

El mundo definitivamente ha cambiado y todas las personas quieren ser partícipes de esa transformación, como consumidores, productores, manufactureros, entre otros. Es entonces cuando las empresas tienen una responsabilidad mayor, por la capacidad de transformación del entorno, cualquiera que este sea, económico, político, social, ambiental, etc. (Mejía-Delgado et al. 2022) Las empresas serán quienes marquen la pauta a través de sus modelos de RSE, para que la transformación o el impacto tengan una tendencia positiva en los stakeholders y de esta forma en la actualidad el término RSE tenga mayor relevancia en el pensum académico de los futuros administradores de empresas, mercaderistas y contadores, donde lo social y ambiental estén de la mano con lo económico, donde la innovación en este concepto sea una constante en aras de un mundo más sostenible. Que el profesional recién egresado tenga las herramientas del conocimiento para marcar la diferencia en una sociedad en constante evolución, con mayor conciencia crítica del medio ambiente y de lo social, en donde las empresas cumplen un rol tan importante que las convierte en el epicentro del desarrollo y crecimiento de su entorno (Cifuentes, 2017).

Como efecto resultante en cuanto al conocimiento adquirido por el profesional recién egresado, se genera una carencia para identificar los grupos de interés de las empresas y por ende dificultad para trabajar problemáticas nuevas de RSE que las impacten positivamente, en este sentido las empresas en Colombia, en su mayoría, están limitadas a cumplir su parte de Responsabilidad Social Empresarial ceñidas a la normatividad vigente, normas en donde si bien el impacto es positivo, todo es copiado de otras empresas del mismo sector y que han sido diseñados para cumplir con el mínimo de requisitos necesarios, que muchas veces son solamente temporales o percibidas como actos filantrópicos del momento, es decir, no se diseñan nuevas estrategias, ni se abordan otras problemáticas que requieren permanencia en el tiempo, con mayor impacto visible, que con mayores conocimientos por parte de los profesionales pudiesen ser resueltos, que correspondan y respondan a las necesidades sociales y ambientales actuales, con un impacto diferencial que le cree valor a la empresa (Ibarra, 2014).

Considerando lo anterior, se formulan las siguientes preguntas a responder con la presente investigación: ¿Cuáles son los factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Mercadeo y Contaduría?, ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los estudiantes objeto de estudio?, ¿Cuál es el nivel de importancia que el estudiante tiene sobre el conocimiento en RSE?, y ¿Cuáles son las prácticas de RSE más comunes de las empresas?

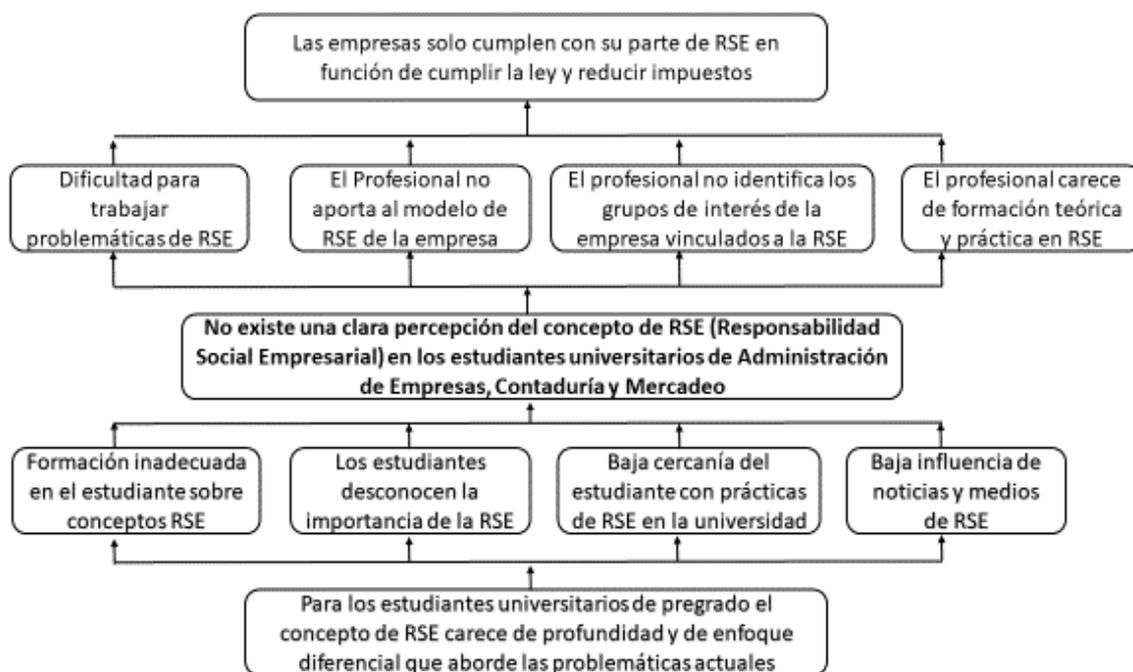


Figura 1. Árbol de problemas. Fuente: elaboración propia.

Resulta pertinente realizar esta investigación de RSE con la idea de analizar los conocimientos adquiridos por el estudiante en su proceso de formación profesional, de esta forma lograr identificar si el profesional realmente está alcanzando el perfil que demanda la empresa actual, la sociedad en general y el medioambiente. Los cuales requieren más allá de personal técnicamente calificado, un personal con habilidades blandas que tengan la capacidad de generar grandes transformaciones al interior de la empresa en relación a la RSE, con nuevas propuestas, con innovación, con un valor agregado que distinga la empresa por encima de su competencia más cercana, con las capacidades suficientes para crear impacto positivo tanto al interior (económico) como al exterior de la empresa (social y medioambiente). Donde se espera que los proyectos de RSE desarrollados por el profesional logren un impacto positivo en todas las direcciones, económico, social, ambiental, dándole a la empresa una ventaja comparativa difícil de alcanzar (Hernández, Mora & Luna, 2017).

En cuanto al impacto de esta investigación, al evaluar cuáles son los factores que inciden en que exista una clara percepción sobre RSE, permite medir los conocimientos adquiridos, la capacidad de promover nuevas ideas, si el proceso formativo del estudiante es acorde con las nuevas tendencias empresariales, proceso que beneficia a todas las partes involucradas: estudiantes, universidad, empresa y sociedad en general, ya que se espera obtener datos importantes y relevantes para robustecer el proyecto de formación académico tendientes a formar cada vez más un profesional mejor preparado, más capacitado y propositivo, que con mayor información se pueda avanzar hacia un nuevo estatus de conocimiento, y así beneficiar directamente a la empresa y a todos los grupos de interés, que puedan trabajar en la construcción de país y que a su vez le creen mayor valor a la empresa (López & Peñalosa, 2019).

Hoy en día la RSE cobra mayor relevancia en una sociedad cada vez más desigual, con brechas sociales cada vez más grandes con un medioambiente cada vez más afectado,

toda vez que las empresas se enfrentan a diferentes grupos de interés, stakeholders más informados, más críticos y con mayor interés de obtener beneficios más allá del simple resultado de una transacción de un producto o servicio, porque son los grupos de interés quienes ejercerán constantemente mayor presión sobre las empresas, su desarrollo económico y su impacto general. Estos tienen mayor consciencia de que son la razón de ser de las empresas, son los que toman la decisión de aceptar o rechazar la empresa según su impacto social, ambiental y económico, es por ello que desarrollar procesos de RSE se ha vuelto un tema fundamental para la empresa (Rodríguez, 2014). De lo anterior esta investigación tiene como propósitos: Analizar los factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo; identificar las características sociodemográficas de los estudiantes objeto de estudio; examinar el nivel de importancia que el estudiante tiene sobre el conocimiento en RSE y describir las prácticas de RSE más comunes de las empresas.

2. MARCO TEÓRICO Y/O ANTECEDENTES

La RSE-Responsabilidad Social Empresarial es un término que se utiliza en el mundo desde el siglo XIX aproximadamente, pero que en América Latina tiene apenas un poco más de 30 años de ser utilizado, y cuya evolución constante día a día cobra mayor relevancia toda vez que se hace más integral, es decir, en la RSE participan todos los procesos de la actividad comercial que desarrolla la empresa, a través de los clientes, proveedores, comunidades, medioambiente y otros, del entorno en el cual se encuentra y que afecta directa e indirectamente con el accionar de la empresa, del cual resultan beneficiados o afectados, y como las empresas orientan su desarrollo económico en pro de generar un impacto positivo o mínimamente negativo en su ecosistema (Paco, 2013).

Otro término muy común para definir la RSE fue el de RSC (Responsabilidad Social Corporativa), ambos finalmente significan lo mismo y hacen referencia a los mismos objetivos, con el tiempo el término RSE resultó siendo el más empleado en las diferentes literaturas por una cuestión más de forma, ya que el término RSC parecía aludir mayormente a empresas muy grandes dejando a un lado las pymes. Finalmente es más utilizado RSE porque se percibe mucho más incluyente y vinculante con los tres pilares fundamentales que rodean su campo de acción, el económico, el social y el medioambiente (Flores-Asenjo & Beltran-Bueno, 2017).

La RSE es una herramienta que agrupa la función social que cumple la empresa con relación a su área de influencia, y que es diferente a su relación directa con los empleados, clientes y proveedores. Este término es una herramienta en constante transformación que cada vez más integra la empresa a la sociedad, es cambiante porque busca impactar todos los grupos de interés de diferentes formas, de manera tal que se obtenga un beneficio compartido. La empresa trabaja en función de mejorar sus estados financieros, de permanecer en el tiempo, pero a su vez, en la transformación de su entorno positivamente. La RSE permite que la empresa se comprometa a desarrollar prácticas empresariales que de cierta forma se conviertan en beneficios para todos los grupos de interés incluyendo el medio ambiente y así tener una ventaja comparativa diferenciadora que le crea valor a la empresa (Álvarez & Vargas, 2011).

La investigación de Solari (2018), sostiene lo importante que es para las empresas desarrollar prácticas de RSE, no solamente por el impacto en los grupos de interés sino

por los beneficios que recibe la empresa, toda vez que esta herramienta actúa como factor diferenciador que posiciona la empresa destacándola por encima de sus competidores, le crea valor, reconocimiento y distinción.

Lo que hacen las empresas colombianas en materia de RSE aún está limitado por el mero cumplimiento de la legislación laboral colombiana, que en gran medida solo está dirigida a los empleados, y solamente un porcentaje se practica de manera externa, como por ejemplo; la creación de fundaciones bajo la intención de dar cumplimiento a las normas o buscando reducir impuestos. Es decir, programas de bienestar para el empleado y su núcleo familiar, dar cumplimiento a normas de seguridad industrial tendientes a proteger la salud e integridad de los empleados, una que otra acción de caridad por medio de fundaciones que protegen grupos específicos de la sociedad, situaciones que no trascienden, no se transforman o permanecen mucho tiempo. Esto se da porque la RSE no es vista todavía como una herramienta fundamental en la creación de valor de la empresa y de la importancia que su adecuada implementación puede tener para la empresa (Peláez-León, 2014).

En la actualidad se hace imperativo que tanto el administrador de empresas, el contador y el mercaderistas adopten el termino RSE en el contexto de su desarrollo profesional, por el roll tan importante que tienen al interior de la empresa, ya que son estas tres áreas las que se encargan de generar las condiciones estratégicas y económicas para desarrollar este tipo de proyectos que son transversales para la empresa. El conocimiento que estos tres profesionales puedan alcanzar en su proceso formativo define las capacidades para afrontar un tema que cada vez cobra mayor relevancia y esto es la RSE en sus tres pilares fundamentales (Cruz, 2017).

Acciones de RSE que hacen las empresas

La RSE es un concepto de reciente incorporación en América latina y más aún en Colombia, esto se debe a que en esta parte del mundo la gran mayoría de empresas son pymes. En las cuales la RSE no resulta un proyecto atractivo para que se pueda desarrollar en el mediano o largo plazo y del cual se puedan obtener beneficios visibles. Es por esto que la RSE representa un gran reto y esfuerzo que desde el sector empresarial debe ser asumido, no solamente como algo inherente a la normatividad, sino más bien desde su contexto expresamente entendido como lo es el desarrollo responsable de la empresa en todas las direcciones, ya que una de las mayores situaciones que presiona a las empresas por adoptar la RSE en la actualidad, son el medio ambiente y la brecha social de desigualdad cada vez más acentuada, donde amplios sectores de la sociedad se encuentran en condiciones de extrema pobreza y desigualdad. Por otro lado está el componente medio ambiental que en la actualidad se encuentra en una fase crítica de sobre explotación y que requiere una dinámica diferente para que el proceso sea sostenible en el largo plazo (Caravedo et al., 2011).

En un estudio realizado por los autores Naranjo, R., Mercado-Caruso, Naranjo, O. y Giraldo (2018) en el departamento del Atlántico colombiano, en medianas empresas, donde se analizaron la aplicación de algunos conceptos de RSE como lo son; ambiente laboral, ética empresarial, desarrollo en la comunidad, medio ambiente, de lo que se puede observar que lo que la empresa trata de cumplir lo hace con apego a lo establecido en la normatividad vigente, con mayor enfoque en aquellos conceptos que le son duramente sancionables, pero en lo que se refiere a desarrollo a la comunidad se hacen menos

esfuerzos debido a la falta de interés de las empresas ya que estas lo perciben como un gasto innecesario y poco redituable.

Las prácticas empresariales de RSE que se llevan a cabo en Colombia aún se encuentran en etapa de formación, pues la empresa aunque sabe que debe impactar positivamente todos los grupos de interés que la rodean, no lo hace, y solamente desarrollan algunos programas con enfoque más filantrópicos de ocasión; donaciones de mercados, brigadas de salud a ciertas comunidades, kit escolares en épocas de regreso a clase para niños en condiciones de pobreza extrema, entre otros, o busca directamente transmitir algunos beneficios en su grupo de interés más cercano y a la vez más conveniente como lo son los propios empleados. Esto es, salario emocional (tiempo libre por fuera de lo que está en la norma), incentivos económicos adicionales al salario, auxilios varios, entre otros, pero que finalmente no enmarcan el amplio del concepto de RSE. Cuyo objetivo es mucho más amplio cuando se entiende que RSE se trata de lo que debe hacer la empresa en un sentido totalmente diferente a su función principal y que debe de estar enfocada a cómo mejorar el desarrollo social de forma sostenible en las comunidades que impacta, brindando cobertura en las necesidades más elementales, además de la preservación del medio ambiente para el futuro. No se trata de que la empresa se convierta en una fundación de caridad, se trata solamente de crear un equilibrio social y medio ambiental que le permita a la empresa crear riqueza consiente de su entorno (Beltrán & Reina, 2011).

La siguiente investigación de Minu & Vásquez (2020) se realizó para mostrar el vínculo que existe entre la RSE y los procesos de SG-SST (Sistema de Gestión, Seguridad y Salud en el Trabajo) en lo cual la RSE tiene un mayor alcance, porque no solamente se concentra en el tema de seguridad y salud, sino que amplía su alcance para abarcar diferentes problemáticas sociales y económicas que puedan afectar al empleado y por ende su eficiencia. El objetivo es demostrar que la RSE es un concepto de reciente incorporación, que requiere ser investigado, entendido y aplicado por los muchos beneficios que trae para la empresa. La RSE no es un concepto que subyace en la SG-SST, sino más bien que lo abarca y lo supera toda vez que su aplicación tiene mayor alcance y profundidad.

En un artículo de Adarme y Maldonado (2020), se hace un ejercicio de la importancia que tiene el Estado cuando por medio de las diferentes Instituciones gubernamentales, y que en la aplicación de proyectos de RSE por parte de las empresas, se determina finalmente la necesidad o la importancia que por medio de leyes y normas debe establecer el Estado, al menos, en un momento inicial, en el amparo que los diferentes grupos sociales y el medioambiente donde la empresa tiene influencia, desarrolle en su entorno programas de RSE, que busquen constantemente el mayor impacto positivo en términos sociales y medioambientales, con programas que de una u otra forma cierren la brechas sociales de extrema pobreza e impacto negativo sobre el medioambiente. El análisis determina que por lo menos en un momento inicial es necesaria la intervención del Estado a través de las leyes y normas para presionar la consecución de este objetivo, pero que en un momento futuro sean las empresas las que de manera autónoma desarrollen modelos de RSE enfocadas en todos los grupos de interés que hacen parte del entorno de la empresa.

En el estudio de RSE desarrollado por Jiménez (2014), se hace un análisis de la participación de las empresas multinacionales extranjeras vs las multinacionales colombianas donde se investiga el porcentaje de participación en programas de RSE, cuyo resultado deja en evidencia la baja participación que tienen las empresas extranjeras en

programas de RSE, quedando al descubierto que estas solamente desarrollan ese tipo de proyectos cuando le son económicamente convenientes, es decir, no existe un mayor interés en desarrollar programas de RSE que impacten de forma positiva y masiva a sus grupos de interés, se puede resaltar que la mayoría de multinacionales extranjeras son de carácter extractivo de recursos naturales cuyo impacto general es de mayor envergadura, es decir, abarca extensamente el tema medioambiental y el tema social, en los cuales no se ve reflejado un esfuerzo o interés alguno para tener una imagen positiva en su campo de acción. Por otro lado se destaca el interés por las empresas multinacionales colombianas que de manera autónoma si desarrollan proyectos de RSE con mayor impacto social y medioambiental, con mejor imagen en los grupos de interés que la rodean y cuya imagen es un referente positivo.

En conclusión existe actualmente un mayor interés por conocer lo pertinente que resulta la RSE en la empresa actual y su aplicación desde diferentes áreas empresariales, donde este concepto necesita ser ampliamente identificado y aplicado, porque en la aplicación de prácticas de RSE las empresas logran mantenerse vigentes en el tiempo, si y solo si, la sociedad en general y el medioambiente lo permiten. Las prácticas de RSE son la tendencia a través de la cual las empresas pueden revertir cualquier impacto negativo que en su desarrollo económico haya efectuado en los diferentes grupos de interés y el medioambiente, ya sea directamente en temas laborales, afectación indirecta a las comunidades que la rodean, daños al medioambiente, situaciones donde se afecten a los proveedores, problemas con los clientes, entre otros. Los estudios demuestran desde sus diferentes enfoques que la aplicación de prácticas de RSE se ha convertido en una herramienta para crearle valor a la empresa ya que se convierte en una ventaja comparativa diferencial.

Antecedentes

La literatura evidencia algunos trabajos sobre la RSE y los estudiantes universitarios. En este sentido, la investigación de los siguientes autores Claver-Cortés et al. (2016), sobre la percepción de RSE que tiene los estudiantes de Administración de Empresas y carreras afines, en la universidad de Alicante (España) sobre el concepto de RSE, en los cuales utilizaron diferentes test de investigación para evaluar tanto el conocimiento del concepto de RSE, como la importancia y tendencia de aplicación en la vida profesional. Cuyo objetivo principal era descubrir cuál es la prioridad del profesional una vez cuente con la oportunidad de dirigir una empresa, si apelaría a algunos conocimientos obtenidos de RSE o por el contrario solo fijaría su atención en el cumplimiento de metas económicas. Los hallazgos fueron alentadores pues los resultados demuestran que el interés del profesional si bien se centran en suplir la demanda de los inversionistas en cuanto a resultados económicos, estos no lo hacen dejando de lado prácticas de RSE en la empresa y reconocen su importancia para darle valor a la empresa.

Los autores Díaz & Facal (2011) desarrollaron un trabajo investigativo sobre la percepción de estudiantes universitarios de tercer y cuarto año en conocimiento de prácticas de RSE, cuya herramienta de investigación principal fue la realización de encuestas, con las cuales se logró evaluar los conocimientos en el concepto de RSE, donde el objetivo fue saber que tanto conocimiento de prácticas de RSE posee el estudiante y cuál es su principal fuente de conocimiento en esta materia. Se obtuvieron los siguientes hallazgos, satisfactorios en cuanto al conocimiento que el estudiante tiene, además del reconocimiento de su importancia para el futuro de las empresas, también se pudo

descubrir que gran parte de este conocimiento fue adquirido en procesos educativos diferentes al pensum académico de la institución, y que si bien los estudiantes cuentan con algunos conocimientos importantes de RSE, no es debido a un esfuerzo realizado por la institución, que en últimas es la llamada a implementar acciones tendientes a mejorar e incentivar el conocimiento en los estudiantes sobre prácticas de RSE dadas las necesidades actuales que enfrenta la sociedad en general, la economía y el medioambiente.

Corral y Sandoval (2017) en su investigación realizada en dos universidades distintas, una en Argentina y otra en España, para analizar la percepción de los estudiantes de Administración de Empresas y carreras afines sobre la percepción de la RSE, por medio del método de Focus Group, cuyo objetivo se centró en evaluar el conocimiento que adquieren en la universidad sobre el concepto de RSE y las problemáticas que lo acogen, se pudo determinar que ambas universidades realizan esfuerzos donde se abordan estos temas relacionados con la responsabilidad social empresarial, que los estudiantes muestran interés por conocer y aprender sobre RSE, también tienen un mayor interés porque las universidades creen programas de mayor transferencia de conocimiento, con una dinámica más actualizada a la vanguardia de las necesidades actuales, que la educación impartida en concepto de RSE cobre una mayor relevancia.

Los antecedentes analizados demuestran el papel fundamental que tiene las instituciones de educación superior en la implementación de programas académicos donde el concepto de RSE se maneje de manera más preponderante, más dinámica y con mayor campo de acción aplicado a las tendencias actuales, donde el estudiante necesita cultivar el conocimiento y demostrar su interés por aprender en su forma y contenido que es concepto de RSE, que la empresa actual requiere prácticas de RSE en pro de permanecer vigentes y que para esto requiere de un profesional cada vez más calificado.

Factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo

Es importante que desde la universidad se aborden las diferentes problemáticas sociales que directa o indirectamente deben afrontar las empresas, con casos de estudio donde se puedan desarrollar en conjunto posibles soluciones, que desde la universidad se involucre al estudiante para que este comprenda la importancia de su rol como profesional no solamente en conocimientos técnicos sino también desde la parte social. De ahí la importancia de trabajar problemáticas de RSE con casos prácticos, incluyentes, vinculados a una participación más activa. Si se trabaja el concepto de RSE con un enfoque de mayor profundidad, con temas prácticos encaminados a resolver las diferentes problemáticas inherentes a la responsabilidad social, será posible mejorar el perfil académico del estudiante (Barrios & Nuñez, 2018).

- **Formación inadecuada en el estudiante sobre conceptos de RSE**

La escasa incorporación de información de RSE en el pensum académico ha creado poco conocimiento de RSE y esta es la razón por la cual varios estudios realizados en diferentes universidades demuestran la falencia que presentan los estudiantes en la etapa profesional de sus carreras para desarrollar prácticas de RSE en las empresas, esto se debe a que la RSE es un término de reciente incorporación, por tal motivo no se ha implementado como una competencia necesaria que deba adquirir el estudiante. Aunque el estudiante

comprende algunos conceptos de RSE estos se deben al manejo de competencias como ética y moral donde se aborda este tema de forma menos específica, sin profundizar a cerca de la RSE que en la actualidad resulta un tema de actualidad que requiere mayor atención (Castillo-Mori, Mendoza-Mego, Plasencia-Dueñas & Díaz-Vélez, 2018).

- **Los estudiantes desconocen la importancia de RSE**

Existe un claro desconocimiento del termino RSE es su forma de aplicación, es decir, las instituciones de educación superior poco logan vincular la RSE en los procesos formativos del estudiante, por tal motivo en la mayoría de las veces el conocimiento adquirido es empírico, donde se puede hacer una relación del concepto de RSE, pero poco en cuanto a la implementación y practica real de su aplicación, esto se debe a una carencia en la formación del profesional bajo conceptos de RSE y la forma en que esta debe de enfocarse para que la empresa aporte a los grupos de interés (Mosquera-Castro, Castillo-Tabares & Portilla-Portilla, 2017).

- **Baja cercanía del estudiante con prácticas de RSE en la universidad**

Esto se debe a que no se desarrollan procesos de análisis de problemáticas de RSE donde se trabaje sobre casos prácticos que requieran ser desarrollados en relación con situaciones reales, donde se aborden nuevas maneras de impactar los grupos de interés, donde se pueda desarrollar el concepto de RSE en un contexto más amplio. Porque es en la universidad donde se concentran los conocimientos para abordar las problemáticas que en la actualidad se presentan en cuanto a lo económico, lo social y lo ambiental de forma sustentable (Jara & Vidal, 2018).

- **Baja influencia de noticias y medios de RSE**

La RSE es un tema que día a día toma mayor relevancia por eso los programas de RSE deben ser abordados desde la perspectiva de las problemáticas actuales, a fin de fortalecer el conocimiento que desde la universidad se pueda crear. Es necesario que la información que en la universidad se comunica de RSE sea parte importante de los programas de Administración de Empresas, Mercadeo y Contaduría (Hernández, Duran, Barrios & Castro, 2020).

3. METODOLOGÍA O DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para cumplir con el objetivo de esta investigación: analizar los factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo, se desarrolló esta investigación con un enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo donde se han presentado los resultados a través de estadísticas que caracterizan el fenómeno de estudio.

En cuanto al diseño, este estudio es de carácter transversal, esto porque se recolectó la información en un único momento, durante el segundo trimestre del año 2022. Los datos fueron recopilados mediante un formulario en línea que consta de 24 preguntas, de tipo escala Likert, selección múltiple y preguntas dicotómicas. Como elemento importante el cuestionario también contenía preguntas sociodemográficas de la población encuestada (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

La población objeto de estudio, fueron los estudiantes de la Institución Universitaria Escolme, quienes pertenecen a las carreras de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo, áreas a las cuales está dirigida la investigación dado que, el estudiante al convertirse en profesional será un representante de la institución no solamente en sus capacidades técnicas sino también en la formación del ser con relación a lo social, donde su conocimiento sobre RSE se vuelve parte fundamental del profesional, y de cómo en su vida laboral tiene o no la capacidad para impactar de forma diferencial la sociedad y el medioambiente alrededor de la empresa, para todos aquellos que de una forma u otra hacen parte del crecimiento y mejoramiento de la empresa (Echeverry & Quintero, 2020).

En cuanto a la muestra, fue seleccionada como no probabilística, es decir un muestreo intencional o de conveniencia, para el cual no se requieren grandes procesos de desarrollo debido a que la información se recogerá de los estudiantes directamente relacionados con las carreras afines a la investigación, que estén disponibles y a los cuales se tenga acceso (Parra & Vásquez, 2017). En total, se aplicaron 127 encuestas, teniendo en cuenta como principal criterio de inclusión ser estudiante de la institución, estar del segundo semestre en adelante y estar cursando las carreras de estudio directamente relacionadas con la investigación, en el cual el conocimiento de RSE es el punto esencial donde se centra este proyecto, toda vez que es necesario identificar la percepción y también el conocimiento que adquiere el estudiante en su proceso formativo sobre responsabilidad social empresarial, concepto que cada vez cobra mayor relevancia al interior de las empresas y más aún en cabeza de quienes son eje fundamental en su desarrollo, y estos son los administradores de empresas, los contadores y los mercaderistas, ya que son estas carreras las que se encuentran ligadas profundamente al impacto económico, social y medioambiental que pudiera tener la empresa (Larrán & Andrades, 2015).

En relación con el análisis de resultados, se llevó a cabo mediante el análisis de datos utilizando la herramienta Excel, por medio de las tablas dinámicas y gráficos de barras y de distribución porcentual, con el fin de analizar los factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo. Para ello se valida con el estudio empírico la influencia de los siguientes factores: formación inadecuada en el estudiante sobre conceptos de RSE, los estudiantes desconocen la importancia de la RSE, baja cercanía del estudiante con prácticas de RSE en la universidad, baja influencia de noticias y medios de RSE.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS O HALLAZGOS

Una vez recolectada la información y al ejecutarse el procesamiento de los datos se obtienen los siguientes resultados cuyo propósito es dar respuesta a los objetivos planteados.

De acuerdo a la figura 2, el sexo de mayor participación es el género femenino con 60,8 %, seguido del género masculino con 38,4 % y por último el género no binario con 0,8 %.

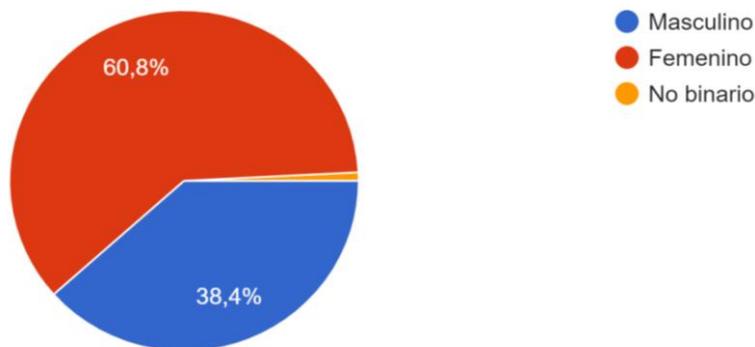


Figura 2. Por favor indique su sexo. Fuente: elaboración propia.

En relación a la figura 3, el 48,8 % de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 28 a 40 años, seguido por el 44 % que se encuentra en un rango de edad de 11 a 27 años y por último con una participación del 7,2 % se obtuvieron participantes con un rango de edad entre 41 a 52 años.

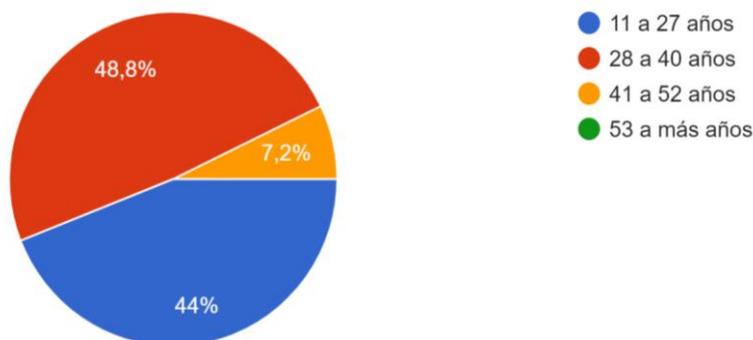


Figura 3. Indique su rango de edad. Fuente: elaboración propia.

Al analizar la figura 4, se encontró que el 44,1 % de los encuestados estudian Mercadeo, el 30,7 % Administración de Empresas y el 25,2 % Contaduría.

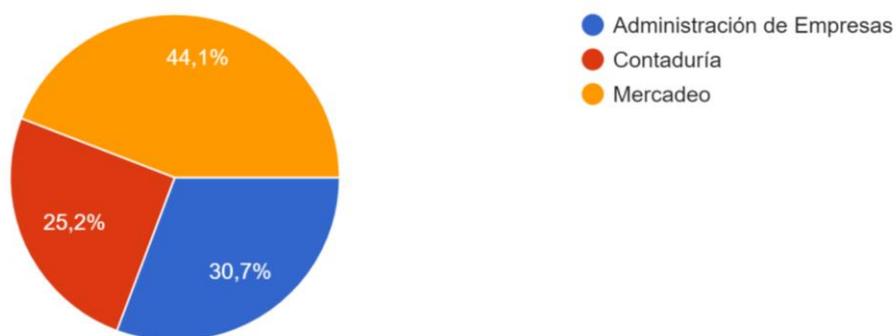


Figura 4. Seleccione la carrera que estudia actualmente. Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la figura 5, se observa que la mayor participación de los encuestados se encuentra concentrada en tres rangos, el 30,7 % entre el 1° y 2° semestre, el 25,2 % entre el 7° y 8° semestre y con el 18,9 % entre el 9° y el 10° semestre.

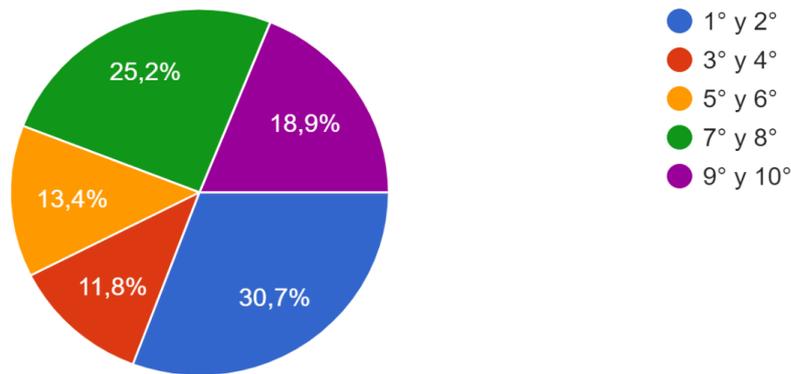


Figura 5. Elija el rango de semestre en el cual se encuentra actualmente. Fuente: elaboración propia.

En relación a la figura 6, el 75,6 % dice tener conocimiento sobre responsabilidad social empresarial, mientras que el 24,4 % dice no tener conocimiento sobre este concepto.

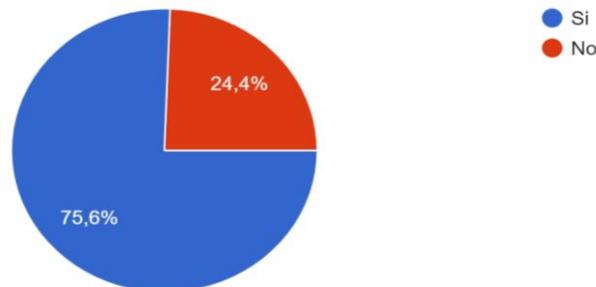


Figura 6. ¿Tiene usted conocimiento acerca del concepto de RSE (responsabilidad social empresarial)? Fuente: elaboración propia.

En la figura 7, el 65,4 % de los encuestados refieren ver alguna asignatura donde se abordan temas de responsabilidad social empresarial y el 34,6% refleja no ver ninguna asignatura en temas de RSE.

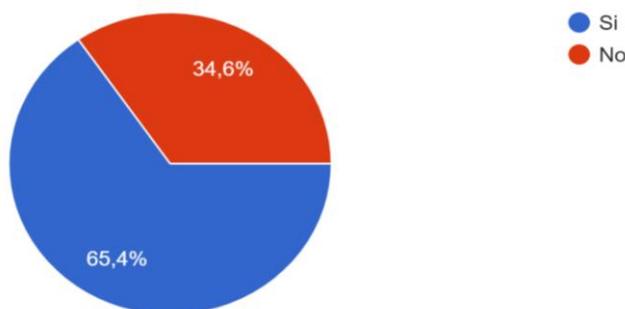


Figura 7. ¿En su pensum académico y durante la carrera ve alguna asignatura donde le enseñen el concepto de RSE, responsabilidad social empresarial? Por ejemplo, ética empresarial. Fuente: elaboración propia.

Según la figura 8, se puede observar que efectivamente que en los estudiantes existe un reconocimiento de las prácticas más comunes que realizan las empresas en cuanto a responsabilidad social empresarial, siendo una de las prácticas más reconocidas, tener programas de seguridad y salud en el trabajo con un 80,3 %, seguido de, programas sociales que benefician a la comunidad con el 44,0 % y por último el reconocimiento de, se base en un desarrollo económico sostenible con 36,2 %, siendo consecuente con las

respuestas obtenidas en la figura 5, sobre conocimiento del concepto de RSE donde un 75,6 % dice tener conocimientos acerca del concepto de RSE.

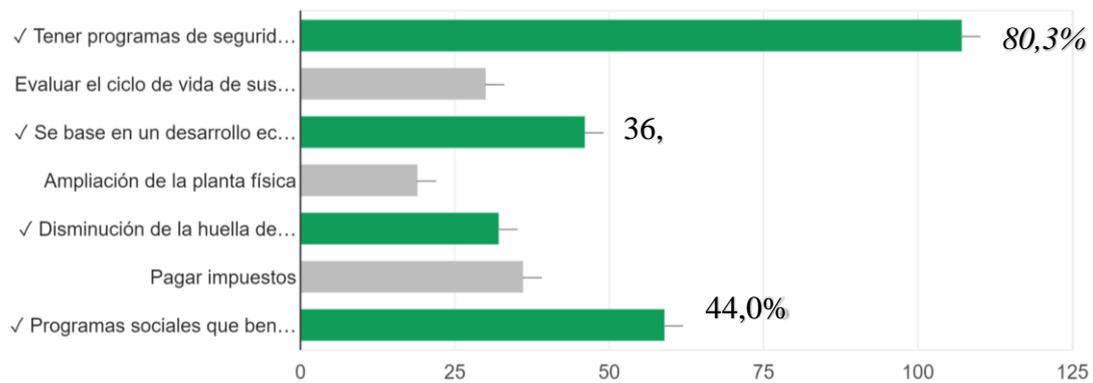


Figura 8. ¿Cuáles de las siguientes prácticas considera más comunes en las empresas? Puede elegir varias. Fuente: elaboración propia.

En relación a la figura 9, los encuestados validan la importancia de la RSE con el 54,00 % como muy importante y el 40,20 % como importante, es decir, existe un vínculo directo con el porcentaje obtenido en la figura 6 donde el 65,40 % reconoce ver alguna asignatura sobre el concepto de RSE.

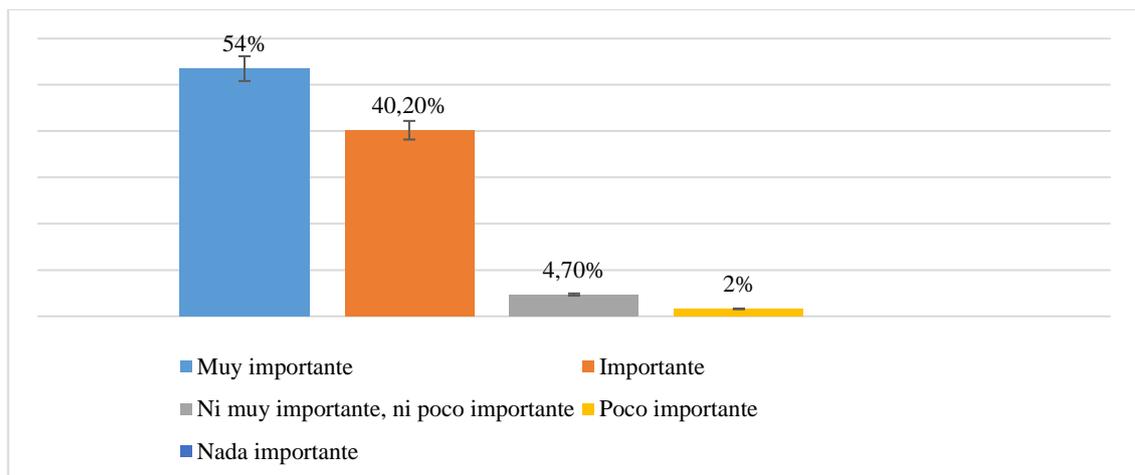


Figura 9. De la siguiente escala, escoja el nivel de importancia que tiene para usted la RSE en su vida profesional. Fuente; elaboración propia.

Analizando la tabla 1, formación en RSE, el 36,20 % de los encuestados se considera de acuerdo en que existe una inadecuada formación en el concepto de RSE, al mismo tiempo que un 49,60 % reconocen con un totalmente de acuerdo la necesidad de que el profesional se encuentre más calificado en conocimiento de RSE. Por otro lado, el 39,40 % de los encuestados reconoce estar de acuerdo con la participación que el concepto de RSE tiene en la asignatura de ética, aunque el 48,80 % de los encuestados reconocen estar de acuerdo con que el concepto de RSE tenga su propia asignatura. Finalmente se concluye que el factor analizado de formación en RSE tiene gran importancia y relevancia para los estudiantes.

Tabla 1. Formación en RSE

9	Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9.1	Formación inadecuada en los estudiantes sobre conceptos RSE	24,40%	36,20%	20,50%	13,40%	5,50%
9.2	Un profesional más calificado debe tener amplios conocimientos en RSE	49,60%	40,90%	2,40%	2,40%	4,70%
9.3	La asignatura de Ética abarca ampliamente el concepto de RSE	26,80%	39,40%	25,20%	4,70%	3,90%
9.4	Debería el tener una asignatura propia	35,40%	48,80%	9,50%	3,90%	2,40%

Fuente: elaboración propia.

En relación a la tabla 2, el 44,10 % de los encuestados están de acuerdo en que existe un nivel de desconocimiento del concepto de RSE, además de que el 42,50 % de los encuestados está de acuerdo en que los componentes que abarcan el concepto de RSE no son claros. Por otra parte, el 45,70 % de los encuestados está de acuerdo y reconoce que la RSE es un concepto de actualidad en el que se requiere mayor información, a su vez que el 48,80% de los encuestados considera estar de acuerdo en que el aprendizaje obtenido le permitirá desarrollar nuevos conceptos de aplicabilidad de RSE. En el análisis anterior se puede observar la necesidad por conocer con mayor propiedad todo lo que abarca el concepto de RSE.

Tabla 2. Desconocimiento de RSE

9	Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9.5	Los estudiantes desconocen la importancia de la RSE	26,00%	44,10%	22,00%	6,30%	1,60%
9.6	No son claros los componentes que abarcan el concepto de RSE	17,30%	42,50%	27,60%	8,70%	3,90%
9.7	La RSE es un concepto de actualidad del cual el estudiante requiere mayor información	40,20%	45,70%	10,20%	0,80%	3,10%
9.8	Considera usted que el aprendizaje	33,10%	48,80%	12,60%	2,40%	3,10%

obtenido le
 permitirá
 desarrollar
 nuevos conceptos
 de aplicabilidad
 en RSE

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la tabla 3, el 46,50% de los encuestados está de acuerdo en que las prácticas y actividades de RSE en la universidad son baja, al mismo tiempo se refleja con una participación del 40,20 % que dice identificar los procesos de RSE que tiene la universidad, pero que por el contrario el 51,20 % de los encuestados refiere estar de acuerdo con la importancia de desarrollar programas de RSE prácticos, además de que el 45,60% está de acuerdo con la necesidad de que exista un vínculo más estrecho entre la enseñanza teórica de RSE con la modalidad práctica de este concepto. Por lo tanto, la tabla refleja que, para la mayoría de los encuestados, es importante tener un mayor acercamiento con el concepto de RSE.

Tabla 3. Cercanía con el concepto de RSE

9	Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9.9	El estudiante tiene baja cercanía en prácticas y actividades de RSE en la universidad	27,60%	46,50%	18,80%	5,50%	1,60%
9.10	Identifica los procesos de RSE que tiene la universidad	18,80%	40,20%	23,60%	15,00%	2,40%
9.11	Es importante desarrollar programas prácticos de RSE	36,20%	51,20%	7,10%	3,90%	1,60%
9.12	Es necesario vincular la enseñanza en las universidades sobre RSE con la modalidad de práctica para entender mejor el concepto	38,60%	45,60%	11,00%	2,40%	2,40%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a la tabla 4, el 48,80 % de los encuestados está de acuerdo que la influencia de medios y noticias de RSE es baja, a su vez contrasta con que el 47,30 % de los encuestados está de acuerdo en que se requiere una mayor complementación y enseñanza del concepto de RSE, y aun así el 41,70% dice estar de acuerdo en que la información de los conceptos de RSE a la cual se tiene acceso es clara, además el 46,40% está de acuerdo, que la universidad requiere darle mayor visibilidad a los

procesos de RSE a través de los diferentes medios de comunicación de los cuales dispone la universidad. En síntesis es claro que la influencia en el concepto de RSE es baja, que la información es escasa aunque clara.

Tabla 4. Baja influencia de RSE

9	Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9.13	La influencia de medios y noticias con temas de RSE es baja	30,70%	48,80%	13,40%	5,50%	1,60%
9.14	Cree usted que se requiere complementar la enseñanza de RSE desde diferentes aspectos de la vida como el hogar	37,00%	47,30%	9,50%	3,10%	3,10%
9.15	La información del concepto de RSE de la cual se dispone es los diferentes medios es clara	23,60%	41,70%	26,00%	6,30%	2,40%
9.16	Considera que se requiere una mayor visibilidad de RSE en los medios de comunicación con los que dispone la universidad	38,60%	46,40%	8,70%	2,40%	3,90%

Fuente: elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

En el desarrollo de esta investigación se ha logrado alcanzar los objetivos propuestos, entre ellos, los objetivos específicos y el objetivo general los cuales se describen a continuación.

Identificar las características sociodemográficas de los estudiantes objeto de estudio. La mayor participación en la encuesta corresponde al género femenino como se puede observar en la figura 1, donde la mayor participación se encuentra en estudiantes entre los 28 y 40 años de edad como se aprecia en la figura 2, además la mayoría de los encuestados se encuentran estudiando la carrera de Mercadeo, figura 3, y en el cual el porcentaje más alto de participantes se encuentra entre el 1° y 2° semestre, figura 4.

Examinar el nivel de importancia que el estudiante tiene sobre el conocimiento en RSE. Tanto en la figura 5 como en la 6, los estudiantes objeto de esta encuesta aseguran tener conocimientos sobre conceptos de RSE, además de ver asignaturas en sus pensum académicos donde se manejen algunos conceptos de RSE, situación que resulta importante al momento de valorar la pertinencia que el estudiante le da a la responsabilidad social empresarial.

Describir las prácticas de RSE más comunes de las empresas. En la figura 7, se puede observar que un porcentaje muy alto de los encuestados reconocen algunas de las prácticas que tienen las empresas sobre la RSE, además que en la figura 8, los estudiantes aseguran que el concepto de RSE recibe un nivel de importancia muy alto para ellos.

Los anteriores datos resultan de suma importancia para validar el objeto de la investigación y de la relevancia que tiene el concepto de RSE para los estudiantes de las carreras analizadas.

Analizar los factores que inciden en que exista una clara percepción del concepto de RSE en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, Contaduría y Mercadeo. Una vez analizado los resultados bajo la modalidad de escala Likert en cuatro componentes importantes para este concepto como los son; formación, desconocimiento, cercanía y baja influencia, se puede concluir lo siguiente. El conocimiento que se adquiere en la universidad en las tres carreras analizadas sobre el concepto de RSE no es suficiente y el proceso de formación del conocimiento sobre la RSE requiere mayor amplitud, y por eso es necesario que se contemple la posibilidad de desarrollar una asignatura donde se maneje de manera específica este concepto, que si bien el estudiante refiere conocer ciertas prácticas de RSE, también refleja la necesidad de profundizar con mayor especificidad el concepto, ya que se ve reflejada la necesidad de conocer más y de entender mejor el concepto para desarrollar nuevas propuestas de valor entorno a la RSE.

Por otro lado, el estudiante aunque identifica el concepto, también refiere que el conocimiento no es suficiente, que se requiere un vínculo entre la teoría y la práctica, un proceso a través del cual el estudiante por medio del reconocimiento, tenga la capacidad de construir nuevas herramientas de trabajo en los diferentes procesos en los que la RSE interviene. Por lo cual se hace necesario que el proceso pedagógico de la universidad en prácticas de RSE se haga extensivo en los diferentes escenarios de la institución, con una mayor y mejor comunicación, además de visualización de la responsabilidad social empresarial.

La muestra que se tomó para el desarrollo de esta investigación estuvo limitada a la participación solamente de 127 encuestados, debido a la poca afluencia presencial de estudiantes a la universidad derivada de la pandemia COVI-19, por lo cual muchos de los estudiante se encuentran bajo el modelo de alternancia, donde si bien los resultados son importantes, sería también recomendable en próximas investigaciones ampliar la población objeto de estudio a otras carreras, donde se puedan desarrollar otros tipos de estudios que puedan ser más concluyentes, como por ejemplo estudios cualitativos.

Finalmente, dados los resultados que arrojó la investigación resulta imperativo continuar con este tipo de investigaciones, teniendo en cuenta que la responsabilidad social empresarial hace parte de un conocimiento en constante evolución, que requiere de

nuevas formas de implementación y aplicación al interior de las universidades para su futuro desarrollo en las empresas.

Por lo tanto, se recomienda ampliar la investigación a otras carreras como lo son; Administración de Sistemas Informáticos, Ciencias Políticas y Comunicación Social, carreras que requieren de un profesional que comprenda la importancia de la responsabilidad social empresarial.

6. REFERENCIAS

Adarme, J. S., & Maldonado, J. A. (2020). La política fiscal y la RSE en Colombia. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21208/2020AdarmeJhon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Álvarez, M. C., & Vargas, R. A. (2011). Beneficios que trae para las empresas la incorporación de la RSE en sus objetivos corporativos: caso colombiano. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (58-59), 55-71. Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/14629>

Aristimuño, M., Rodríguez, C., & Guaita, W. (Agosto, 2011). *La Responsabilidad Social Universitaria: Indicadores para su evaluación en Instituciones de Educación Superior*. Trabajo presentado en 9th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology, Medellín, Colombia.

Barrios, N. M., & Nuñez, G. (2018). Responsabilidad social: “Influencia en el nivel de compromiso social de los estudiantes universitarios. *Educación y Psicopedagogía*, 1(1). Recuperado de <https://www.unae.edu.py/ojs/index.php/educacion/article/view/89>

Beltrán, L. H. (2019). La responsabilidad social de los profesionales ¿Eje fundamental de la Educación Superior en Colombia? Bogotá: Universidad Libre.

Beltrán, P., & Reina, S. (2011). *La responsabilidad social como eje fundamental en las empresas colombianas*. (Trabajo de grado de especialización, Universidad Militar Nueva Granada). Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/3412/SanchezBeltranPaola2011.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Caravedo, B., Casanova, L., Correa, M. E., Del Castillo, E., Estévez, R., Korin, M., González, L., Gutiérrez, R., Leguizamón, F. A., Nowalski, J., Peinado-Vara, E., Perera, L. R., Schwalb, M. M., & Vives, A. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Recuperado de <https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1WCCGMV2N-PM4X2K-6WV0/La%20responsabilidad%20social%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf>

Castillo-Mori, Y., Mendoza-Mego, B., Plasencia-Dueñas, E., & Díaz-Vélez, C. (2018). Grado de responsabilidad social en estudiantes de una universidad pública. *Educación Médica Superior*, 32(2), 1-13. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412018000200007

Cifuentes, R. M. (2017). *Experiencias docentes en la universidad: Fundamentación y sistematización*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=g1v5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Experiencias+docentes+en+la+universidad:+Fundamentaci%C3%B3n+y+sistematizaci%C3%B3n&ots=tZQjjJWp6M&sig=b9AAvoJrNKok64EDHb94DXM6ygQ#v=onepage&q=Experiencias%20docentes%20en%20la%20universidad%3A%20Fundamentaci%C3%B3n%20y%20sistematizaci%C3%B3n&f=false>

Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., García-Lillo, F., Quer-Ramón, D., Manresa-Marhuenda, E., Molina-Manchón, H., Rienda-García, L., Úbeda-García, M., Zaragoza-Sáez, P., & Andreu-Guerrero, R. (2016). Percepción de los estudiantes del grado en ADE sobre la ética y responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de las empresas. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/59795/1/XIV-Jornadas-Redes-ICE_219.pdf

Corral, S. L., & Sandoval, L. A. (2017). La formación socialmente responsable de los futuros dirigentes empresariales: análisis de la percepción de una de las partes interesadas. España-Argentina. *Visión de Futuro*, 21(1), 188-211. <https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/132/61>

Criollo-Uyaguari, A., Feijóo-Valarezo, A., & Torres-Toukoumidis, A. (2020). La responsabilidad social corporativa de la TV local: estudio de caso. *Revista CEA*, 6(12), 47-68. <https://doi.org/10.22430/24223182.1583>

Cruz, L. P. (2017). Perspectivas de responsabilidad social y ética en el rol del administrador y el contador público. *Dictamen Libre*, (20), 65-78. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/2891/2305>

Díaz, M., & Facal, S. (2011). Percepciones de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales sobre la responsabilidad social universitaria (Montevideo-Uruguay). *Investigación y Desarrollo*, 19(2), 340-365. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/indes/v19n2/v19n2a05.pdf>

Echeverry, A., & Quintero, M. (2020). *Análisis de las perspectivas, institucional, docente y estudiantil sobre la importancia de la responsabilidad social para la formación integral de los estudiantes de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Palmira, año 2019*. (Trabajo de grado, Universidad del Valle –Sede Palmira). Recuperado de [https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/21457/Análisis de las perspectivas%2C institucional%2C docente y estudiantil sobre la.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/21457/Análisis%20de%20las%20perspectivas%20institucional%20docente%20y%20estudiantil%20sobre%20la%20importancia%20de%20la%20responsabilidad%20social%20para%20la%20formación%20integral%20de%20los%20estudiantes%20de%20Contaduría%20Pública%20de%20la%20Universidad%20del%20Valle%20sede%20Palmira%20año%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flores-Asenjo, P., & Beltran-Bueno, M. A. (2017). Responsabilidad social empresarial (RSE) y su comunicación en las pyme. *Revista Interamericana de Comunicación Mediática*, 16(32), 191-205. Recuperado de <http://repositorio.ucam.edu/handle/10952/3078>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&d>

q=metodologias+de+hernandez+sampieri&ots=TjWjUZZqJ2&sig=7-KSvVNZ_dB5PqYLuEh11dyTuk#v=onepage&q&f=false

Hernández, I., Mora, J. P., & Luna, J. A. (2017). Universidad y empresa: un binomio de responsabilidad social en el siglo XXI. *Tendencias*, 18(1), 145-158. <https://doi.org/10.22267/rtend.171801.70>

Hernández, R., Duran, S. E., Barrios, D. A., & Castro, R. (2020). Responsabilidad Social: eje transversal en la formación gerencial de universidades venezolanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, (3), 448-459. [https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8027/Responsabilidad Social eje transversal en la formación gerencial de universidades venezolanas.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8027/Responsabilidad%20Social%20eje%20transversal%20en%20la%20formaci%C3%B3n%20gerencial%20de%20universidades%20venezolanas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), 51-82. <https://www.redalyc.org/pdf/851/85131029003.pdf>

Jara, K., & Vidal, D. (2018). Voluntariado y responsabilidad social en jóvenes estudiantes de educación superior de la provincia de Concepción, Chile. *Trayectorias*, 12(31), 137-152. <https://www.redalyc.org/pdf/607/60717342008.pdf>

Jiménez, G. (2014). Multinationales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 27(48), 67-96. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20531183004.pdf>

Larrán, M., & Andrades, F. J. (2015). La oferta de asignaturas de responsabilidad social corporativa y ética empresarial en las titulaciones de finanzas y contabilidad: análisis comparativo con el ámbito de la gestión de organizaciones. *Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review*, 18(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.10.001>

López, D. M., & Peñalosa, M. E. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 654-680. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29060499003/29060499003.pdf>

Mejía-Delgado, Ó. A., & Mejía-Delgado, Y. Y. (2022). Madurez tecnológica de la generación Z: reto de la transformación digital en Colombia. *Revista CEA*, 8(16), e1913-e1913.

Minu, A. M., & Vásquez, J. A. (2020). *La seguridad y salud en el trabajo integrada en la responsabilidad social empresarial colombiana*. (Trabajo de grado de especialización, Universidad ECCI). Recuperado de [https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/769/LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO INTEGRADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COLOMBIANA.pdf?sequence=1](https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/769/LA%20SEGURIDAD%20Y%20SALUD%20EN%20EL%20TRABAJO%20INTEGRADA%20EN%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20COLOMBIANA.pdf?sequence=1)

Mosquera-Castro, A., Castillo-Tabares, R., & Portilla-Portilla, M. G. (2017). La responsabilidad social empresarial. Acciones institucionales en la gestión estratégica curricular. *Entramado*, 13(1), 34-46.

<https://doi.org/10.18041/entramado.2017v13n1.25114>

Naranjo, R., Mercado-Caruso, N., Naranjo, O., & Giraldo, M. E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(84), <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058776008/29058776008.pdf>

Paco, O. (2013). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de https://www.academia.edu/14981335/ABC_responsabilidad_social

Parra, L. Y., & Vásquez, M. G. (2017). Muestreo probalístico y no probabilístico. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>

Peláez-León, J. D. (2014). La responsabilidad social empresarial y la gestión humana en Colombia: desafíos para fortalecer una relación estratégica. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(31), 83-99. Recuperado de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7842/Art%c3%adculo%205.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rinaudo, M. E., Gilles, E., Uribe, A., & Zapata, N. (2021). Sostenibilidad en tiempos de coronavirus en Colombia: un análisis de resiliencia. En Ramírez, M. (Ed.), *Sociedad e innovación en tiempos de pandemia el virus que activó la innovación* (pp. 15-38). Bogotá: Universidad EAN.

Rodríguez, M. I. (2014). Motivaciones e incentivos para hacer Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *UNACIENCIA. Revista de Estudios e Investigaciones*, (13), 42-52. <https://revistas.unac.edu.co/ojs/index.php/unaciencia/article/view/143/134>

Solari, E. (2018). Lo que dice la academia sobre los efectos de la aplicación de prácticas de RSE. *12*, 52-65. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/67784/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y