

Influencia de las universidades colombianas sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial de sus estudiantes

Oscar Licandro
olicandro@claeu.edu.uy
Universidad CLAEH, Uruguay

Giselle Pinochet Sánchez
gvpinochets@unal.edu.co
Universidad Nacional de Colombia

Margarita Ramírez Mariño
Unidades Tecnológicas de Santander, Bucaramanga, Colombia
mramirez@correo.uts.edu.co

Ana Cecilia Chumaceiro Hernández
Universidad de la Costa, Colombia
achumace@cuc.edu.co

Gustavo Adolfo Rubio Rodríguez
Corporación Universitaria Minuto de Dios, Ibagué, Colombia
gustavo.rubio-r@uniminuto.edu.co

Edy Lorena Burbano Vallejo
Universidad de San Buenaventura, Cali
director.economia@usbcali.edu.co

Adriana Zambrano
Universidad Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito
adriana.zambrano@escuelaing.edu.co

Diana Carolina Cabra Ballesteros
Universidad Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito
diana.cabra@escuelaing.edu.co

Juan Pablo Mariño Jiménez
Instituto de Educación a Distancia IDEAD- Universidad del Tolima
jpmariño@ut.edu.co

Alejandro Echeverri Rubio
Universidad de Manizales, Colombia
aecheverri@umanizales.edu.co

Resumen

Los contenidos sobre Responsabilidad Social Empresaria que se enseñan en las universidades influyen en las percepciones de los estudiantes sobre este concepto. De ahí la importancia del principal objetivo de este trabajo: evaluar si los estudiantes de gestión de diferentes universidades de un mismo país poseen percepciones similares o diferentes sobre este concepto. Se seleccionó una muestra de 925 estudiantes de carreras de gestión de nueve universidades colombianas, y se midió si eran capaces de reconocer 18 prácticas de Responsabilidad Social Empresaria. Mediante análisis factorial se validó que esas prácticas operacionalizan cuatro dimensiones de la Responsabilidad Social (interna, con la sostenibilidad, con los stakeholders del mercado, con la comunidad). Se encontró que: 1) el reconocimiento de esas dimensiones es relativamente alto, pero que existe un mayor reconocimiento de las dos primeras; 2) las percepciones no están influidas por las universidades ni otras variables académicas (carrera y grado), pero sí lo están parcialmente por variables socio-demográficas (género, edad, experiencia laboral). Se concluye que las universidades colombianas enseñan contenidos similares sobre la responsabilidad social, pero que ponen más foco en la sostenibilidad y la responsabilidad interna.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresaria, percepciones, universidades, estudiantes de gestión, Colombia

Introducción

El estudio de las percepciones de los estudiantes de management sobre la RSE comenzó hace casi 50 años en Estados Unidos. El primer trabajo fue realizado por Aldag y Jackson (1977). En esa época, la atención de los académicos por la RSE giraba principalmente en torno a la discusión sobre su legitimidad. Cuestionada por los partidarios del enfoque tradicional sobre la empresa (para quienes su única responsabilidad debería consistir en generar ganancias para los inversores, con la única restricción de respetar los criterios morales predominantes y las normas legales), los partidarios de la RSE la fundamentaban en base argumentos de tipo filosófico-morales, al tiempo que trataban de demostrar que, lejos de reducir las ganancias, su aplicación podría incrementarlas y mejorar el desempeño general de la organización. Ambos abordajes de la fundamentación de la RSE dieron inicio a dos líneas de investigación, que todavía se mantienen en la agenda académica (principalmente, la segunda): por un lado, el estudio de la adhesión hacia la RSE de los líderes empresariales actuales y futuros (los estudiantes de management), y por otro, la relación entre aplicación de la RSE y desempeño financiero.

La investigación sobre las percepciones de los líderes empresariales estaba orientada a evaluar su predisposición a incorporar la RSE (Holmes, 1976; Odwyer, 2002; Johnston y Beatson, 2005), en tanto que la investigación de los estudiantes se vinculaba con conocer la incorporación de contenidos de RSE en la formación de grado y en los MBA. Desde esos años hasta la fecha han proliferado en todo el mundo publicaciones académicas, en cuyos títulos se indica que el objeto

de estudio es la percepción de los estudiantes sobre la RSE. Sin embargo, cuando se analizan los documentos y, principalmente, las preguntas que se formulan, los indicadores que se utilizan y las escalas con que se los mide, es posible observar que la palabra percepciones se utiliza para referir a diferentes conceptos, entre los que destacan: la actitud o predisposición hacia la RSE, la opinión sobre la efectividad de su aplicación y la forma como los estudiantes interpretan el concepto. En este trabajo, el estudio de las percepciones de los estudiantes se aborda desde la perspectiva de su interpretación del concepto de RSE. Esto es: en el pensamiento de los estudiantes, ¿qué comportamientos empresariales corresponden a la RSE?, ¿cuáles son para ellos las dimensiones del concepto?

El objetivo de este trabajo es identificar la forma como los estudiantes de Colombia interpretan el concepto de RSE, y evaluar la influencia que, sobre esa interpretación, tiene la universidad donde cursan sus estudios. De esta forma se pretende aportar información que sirva para identificar los enfoques sobre la RSE presentes en los contenidos que enseñan las universidades en Colombia, y determinar si estas universidades enseñan enfoques similares o diferentes. En forma complementaria, se evaluará la eventual influencia de otros factores académicos (la carrera y al año que cursan) y socio-demográficos (género, edad y experiencia laboral).

Cabe señalar que en este trabajo no se adopta una definición de RSE, a pesar de que existen diferentes definiciones de este concepto (Carroll, 1999; Husted y Allen, 2000; Joyner y Payne, 2002; Licandro, Vázquez-Burguette, Ortigueira y Correa, 2023) Se tomó esta decisión porque el objetivo del trabajo es conocer la forma como los estudiantes interpretan el concepto de RSE y no es verificar el conocimiento de una definición particular de este concepto. A efectos de captar de la mejor manera posible esa diversidad conceptual entre los estudiantes, en este trabajo se operacionalizó el concepto de RSE utilizando indicadores que abarcan dimensiones presentes en los enfoques más conocidos sobre la RSE, particularmente: la Ciudadanía Corporativa (Mirvis y Googins, 2006), la Teoría de los Stakeholders (Johnson 1971; Burke y Logdson, 1996), las ideas sobre la Sostenibilidad (Sarkar y Searci, 2016) y la definición de RSE como gestión de externalidades (Fitch, 1976; ISO, 2010) Licandro et al. (2023) argumentaron que este último enfoque subsume a los otros enfoques.

Se utilizó el instrumento diseñado por Licandro, Pinochet, Ortigueira, Bianchi, Goyzueta, Ríos Ponce, Murillo, Borboa, Farnum, Correa, Meleán y Wald (2024), que utilizaron en un estudio comparativo de estudiantes de 10 países de América Latina. Este instrumento, está basado en el cuarto enfoque, es decir, en la conceptualización de la RSE como gestión responsable de las externalidades de las empresas sobre sus stakeholders, la sociedad y el medioambiente. El instrumento consiste en una batería de 18 indicadores sobre prácticas concretas de RSE (ejemplo: promover el desarrollo profesional y la formación de los empleados), que se miden con una escala tipo Likert. Se pide los estudiantes que indiquen si cada práctica corresponde a una acción de RSE. La pregunta se responde con una escala de reconocimiento, que va desde *seguro que no* hasta *seguro que sí*. Mediante análisis factorial se validó que el instrumento operacionaliza cuatro dimensiones de la RSE, que aquí se denominan: 1) interna (hacia los empleados); 2) hacia los Stakeholders con los que la empresa se relaciona en el mercado (clientes, proveedores, distribuidores y competidores); 3) hacia la comunidad y 4) hacia el desarrollo sostenible (ambiental y social).

Se encontró que una parte importante de los estudiantes colombianos asocian la RSE con las cuatro dimensiones (aunque con unas más que con otras) y que no existen diferencias significativas entre universidades. Estos resultados sugieren que en las universidades de Colombia predomina la enseñanza de un enfoque sobre la RSE que contempla un amplio espectro de responsabilidades. De donde se infiere que en la currícula de estas universidades se incluyen contenidos vinculados a los enfoques teóricos más importantes sobre la RSE. Este trabajo contribuye a los actores institucionales que promueven la RSE, porque les informa que las universidades colombianas están enseñando esos enfoques. También contribuye a los promotores de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), porque les muestra que en Colombia las universidades están cumpliendo uno de los principales lineamientos de la RSU, que es la formación de profesionales socialmente responsables.

Revisión bibliográfica

La percepción de las dimensiones del concepto de RSE

En la literatura sobre esta temática, la palabra percepciones ha sido utilizada como sinónimo de otros conceptos. Destaca, en primer lugar, la percepción interpretada como sinónimo de actitud hacia la RSE. Refiere a una valoración sobre la pertinencia moral o social de la RSE, lo deseable de su aplicación o la importancia de aplicarla. Fue uno de los primeros temas en ser estudiado, muy probablemente porque las primeras investigaciones se realizaron en un contexto de debate académico sobre la legitimidad de la RSE. La producción de investigaciones basadas en esta forma de utilizar la palabra percepción continúa hasta la actualidad (Aldag y Jackson, 1977; Arlow, 1991; Singhapakdi, Vitell, Rallapalli y Kraft, 1996; Burton y Hegarty, 1999; Kolodinsky, Madden, Zisk y Henkel, 2009; Vázquez, Lanero y Licandro, 2013; Hilario, 2014; Arli, Bucic, Harris y Lasmono, 2014; Texeira, Ferreira, Correia y Lima, 2018; Galvao, Mendes, Marques y Mascarenhas, 2019; Modreanu y Andri, 2021).

En segundo lugar, la palabra percepción ha sido utilizada como sinónimo de evaluación de efectividad organizacional de aplicar la RSE. Este abordaje refiere a una valoración de la RSE como elemento que contribuye a la mejor gestión de las empresas. Destaca un conjunto de trabajos basados en un instrumento diseñado en 1999 por el Instituto ASPEN de EEUU (Aspen Institute, 2008). Este instrumento ha sido ampliamente utilizado para medir las percepciones de los estudiantes sobre la RSE (Lämsa, Vehkaperä, Puttonen y Person, 2007; López Navarro y Segarra, 2011; Kleinrichert, Tosti-Kharas, Albert y Eng, 2013; Alonso-Almeida, Fernández y Rodríguez, 2015; Larrán, López y Herrera, 2019). Otra herramienta utilizada es el Perceived Role of Ethics and Social Responsibility (PRESOR), diseñado por Singhapakdi et al. (1996). La utilizaron Elías (2004), Gorondutse y Hilman (2013), Fitzpatrick y Cheng (2014), Texeira et al (2018).

En tercer lugar, la palabra percepción ha sido utilizada como sinónimo de interpretación del concepto de RSE, que es la forma como se lo utiliza en este trabajo. Por lo general, esa interpretación se evalúa mediante la importancia o el reconocimiento de diferentes dimensiones del concepto de RSE. Dado que este concepto es multidimensional, varios autores han propuesto diferentes clasificaciones de esas dimensiones (Carroll, 1979; Dalsrud, 2008; Rahman, 2011; Hamidu et al, 2015; Sarkar y Searcy, 2016; Kumar y Srivastaba, 2022). La clasificación propuesta por Carroll (1979), y conocida como Pirámide de Carroll, es la más utilizada en el

campo de la RSE. En el caso del estudio sobre la interpretación del concepto por parte de estudiantes universitarios, esta clasificación ha sido utilizada por: Da Silva Junior, de Oliveira, de Araújo, Correa, Martins y Rocha (2021), Mazur y Walczyna (2021) y Hayat, Iqbal, Ahmad y Ahmad (2022). Otros autores utilizaron dimensiones construidas mediante instrumentos propios (Almutawa y Hewaidy, 2021; Licandro et al., 2024). Todos estos trabajos obtuvieron resultados diferentes, razón por la cual el problema de determinar la interpretación de las diferentes dimensiones del concepto de RSE continúa abierto.

En función de que la investigación acumulada sobre la percepción de las diferentes dimensiones no arroja resultados concluyentes, se someterá a contrastación la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: No existen, entre los estudiantes colombianos, diferencias estadísticamente significativas en el reconocimiento de las diferentes dimensiones de la RSE.

La influencia de cada universidad sobre la percepción sus estudiantes sobre la RSE

Solari y Rojas (2012) encontraron que los estudiantes de una universidad de Argentina y los de una universidad venezolana tienen una actitud similar hacia la RSE. Vázquez et al. (2013) encontraron diferencias en cuanto la importancia que estudiantes de una universidad de Uruguay y otra de España asignan a 17 prácticas de RSE orientadas a diferentes stakeholders. Fitzpatrick y Cheng (2014) compararon la actitud hacia la RSE de estudiantes de una universidad de Estados Unidos y otra de Hong Kong. Se registraron diferencias significativas en seis de los 13 indicadores utilizados, demostrándose que los estudiantes norteamericanos poseen una mayor predisposición hacia la RSE. Licandro et al. (2024) midieron el reconocimiento de 18 prácticas de RSE en estudiantes de universidades de 10 países latinoamericanos. Los estudiantes de las universidades de Perú, Panamá y Ecuador demostraron un mayor conocimiento de la RSE, en tanto que los alumnos de la universidad de Bolivia fueron los que registraron menos conocimiento. Los estudiantes de la universidad colombiana incluida en la muestra se ubicaron en un nivel intermedio.

La investigación comparativa sobre la percepción de la RSE entre estudiantes de gestión de diferentes universidades es relevante para los actores institucionales que promueven la RSE, ya que esa percepción puede condicionar la incorporación futura de la RSE en el mundo corporativo. A pesar de su relevancia, la investigación sobre este asunto es escasa, se ha basado en metodologías diferentes, se ha aplicado en contextos muy específicos y sus resultados no son consistentes entre sí. En particular, no se ha realizado ningún estudio que compare la percepción de estudiantes de varias universidades de un mismo país. En función de esta observación, en este trabajo se evaluará la siguiente hipótesis.

Hipótesis 2. El reconocimiento de las dimensiones de la RSE difiere entre estudiantes de distintas universidades de Colombia

La influencia de otros factores académicos y socio-demográficos sobre la percepción de los estudiantes sobre la RSE

Una parte importante de la investigación sobre las percepciones de la RSE entre estudiantes de gestión analiza la influencia de diferentes variables sobre ellas. A continuación, se refieren algunos de esos trabajos, a efectos de fundamentar las restantes hipótesis que se contrastarán en este trabajo.

La carrera es una variable de segmentación que ha sido considerada en varias publicaciones. Quienes evalúan la influencia de esta variable presuponen que las carreras ofrecen diferentes contenidos sobre la RSE. Larrán et al. (2019) encontraron, en una universidad de España, que los estudiantes de contabilidad y finanzas tenían un mayor involucramiento con la RSE que los estudiantes de negocios y administración. Sin embargo, la mayoría de las publicaciones identificadas obtuvieron resultados de signo contrario, al comparar la percepción de estudiantes de diferentes carreras. Esto le ocurrió a Hilario (2014), quien comparó la percepción de la RSE entre estudiantes de Contabilidad y de Administración en Filipinas. Tampoco encontraron diferencias significativas Galvao et al. (2019), quienes compararon la importancia que asignan a las cuatro dimensiones de la pirámide de Carroll los estudiantes de tres grupos de carreras en una universidad de Portugal: 1) ciencias de la vida y salud; 2) ingeniería y ciencias exactas; 3) ciencias económicas y de negocios.

Hayat et al. (2022) tampoco encontraron diferencias estadísticamente significativas, al comparar la importancia que asignan a esas dimensiones estudiantes de negocios y estudiantes de otras carreras en Pakistán. Licandro et al. (2024) obtuvieron un resultado similar, al comparar el reconocimiento de prácticas de RSE entre estudiantes de varias carreras relacionadas con los negocios (administración de empresas, contabilidad, marketing, comercio internacional, etc.) en América Latina. Dada la relevancia de este asunto, en este trabajo se someterá a contrastación la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3. El reconocimiento de la RSE difiere entre estudiantes de distintas carreras en Colombia

Dado que el conocimiento de los temas es acumulativo a lo largo de la carrera, y que muchos de los contenidos sobre RSE suelen estar incluidos en las asignaturas de especialidad (Marketing, Recursos Humanos, Estrategia, etc.) que se dictan en los últimos años de las carreras, varios autores supusieron que la percepción sobre la RSE sería diferente según la etapa de la carrera o año que cursan. Ugwuozor (2020) corroboró este supuesto al verificar la existencia de una leve correlación positiva entre esta variable y la percepción de la RSE, al comparar estudiantes de negocios de primer grado, cuarto año de grado y postgrado en Nigeria. Al comparar la percepción sobre la RSE de estudiantes de grado con la percepción de estudiantes de cursos técnicos profesionales en India, Singh et al. (2024) encontraron diferencias significativas para la mayoría de las dimensiones de la RSE. Pero, la mayor parte de las investigaciones sobre este asunto arrojaron otros resultados.

Una parte importante de los trabajos solo confirmaron parcialmente ese supuesto. Luego de aplicar los indicadores del Instituto Aspen a estudiantes de maestría en negocios, Lämsä et al. (2007) encontraron diferencias significativas en uno solo de esos indicadores, al comparar la percepción de estudiantes de fase temprana y tardía. Alonso Almeida et al. (2015) midieron la

importancia asignada a la RSE por alumnos que inician y alumnos que terminan la carrera de negocios en España. En ese trabajo se utilizó también el cuestionario del Instituto Aspen, encontrándose que solamente en tres de los indicadores se registró una diferencia estadísticamente significativa: los estudiantes que terminan la carrera asignaron mayor importancia en todos ellos. Almutawa y Hewaidy (2021) encontraron relación positiva entre la percepción de la RSE y la fase de la carrera en solamente una de las seis dimensiones de la RSE que midieron (la dimensión ética).

Pero en algunos trabajos la relación encontrada fue de sentido inverso. López Navarro y Segarra (2011) utilizaron la herramienta del Instituto Aspen para comparar la importancia atribuida a la RSE por estudiantes de primer y cuarto año de la carrera de Administración y Dirección de Empresas en una universidad de España. Solamente encontraron diferencias significativas en la importancia atribuida a tres de los once indicadores, con la peculiaridad de que en dos de ellos la importancia resultó mayor entre los estudiantes de primer año. En el trabajo ya referido, Larrán et al. (2019) encontraron que los estudiantes de nivel inicial tienen una mayor preocupación por los temas de RSE que los de nivel superior.

Finalmente, algunos trabajos no encontraron diferencias significativas entre estudiantes de diferentes etapas de la carrera. Texeira et al. (2018) utilizaron PRESOR para medir la actitud hacia la RSE de estudiantes de grado y postgrado en una escuela politécnica de Portugal, no encontrando diferencias estadísticamente significativas entre ambos segmentos. En función de la relevancia de este asunto y de la disparidad de resultados obtenidos en investigaciones anteriores, se contrastará aquí la siguiente hipótesis:

Hipótesis 4. El reconocimiento de las dimensiones de la RSE aumenta a medida que los estudiantes colombianos avanzan en sus carreras

Variables socio-demográficas

Se ha investigado también si algunas variables socio-demográficas influyen en la percepción de los estudiantes sobre la RSE. En particular, se han considerado el género, la edad y la experiencia laboral. En la tabla 1 se incluyen trabajos que han estudiado la relación entre la percepción de la RSE y cada una de esas variables. Para cada variable, los trabajos se clasifican según si se encontró relación, si la relación encontrada es solamente de carácter parcial (es decir, si solamente se registró en algunos de los indicadores utilizados para medir la percepción de la RSE) y si no se encontró relación. Allí se puede observar: 1) el género es la variable sobre la que más se ha investigado; 2) en las tres variables se encontraron los tres tipos de resultados. La consideración conjunta de todos esos trabajos indica que no existen resultados concluyentes. En función de esta situación, en este trabajo se someterán a contrastación las siguientes hipótesis:

Hipótesis 5: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente del género de los estudiantes colombianos.

Hipótesis 6. El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente de la experiencia laboral de los estudiantes colombianos.

Hipótesis 7. El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente de la edad de los estudiantes colombianos.

Tabla 1: Relación entre percepción de la RSE y género, edad y experiencia laboral. Resultados de algunas investigaciones

Variable de segmentación	Resultado	Publicación
Género	Sí	Lamsa et al. (2007) López Navarro y Segarra (2011) González Rodríguez, Díaz, Pawlak y Simonetti, 2012) Ugwuozor (2020) Hayat et al. (2022)
	Parcial	Arlow (1991) Burton y Hegarty (1999) Fitzpatrick y Cheng (2014) Alonso Almeida et al. (2015) Galvao et al. (2019) Almutawa y Hewaidy (2021)
	No	Kraft y Singhapakdi (1995) Kolodinsky et al. (2009) Texeira et al (2018) Larrán et al. (2019) Morales-Gualdrón, La Rotta, Arias, Montoya y Herrera (2020) Severino, Villalobos, Vergara y Yáñez (2021) Singh et al. (2024)
Edad	Sí	Severino et al. (2021) Singh et al. (2024)
	Parcial	Arlow (1991)
	No	Texeira et al (2018) Hayat et al. (2022)
Experiencia laboral	Sí	Morales-Gualdrón et al. (2020) Singh et al. (2024)
	Parcial	Arlow (1991) Almutawa y Hewaidy (2021)
	No	Alonso Almeida et al. (2015) Texeira et al (2018) Larrán et al. (2019) Hayat et al. (2022)

Fuente: elaboración propia

3. Metodología

Población y muestra. La población investigada está conformada por los estudiantes de universidades colombianas que cursan carreras de grado relacionadas con la gestión (administración,

contabilidad, marketing, etc.). La muestra incluye 925 estudiantes de nueve universidades, radicadas en seis ciudades de Colombia (ver tabla 2). El procedimiento para seleccionarla fue por conveniencia, ya que la investigación se aplicó con estudiantes que son alumnos de integrantes del equipo de investigación. Se utilizó un cuestionario en formato web (Google Forms), que se aplicó en horario de clases. Si bien no se midió con exactitud la tasa de respuesta, el hecho de haberse aplicado en clase aseguró que la misma fuera cercana al 100%. El cuestionario se aplicó a lo largo del segundo semestre de 2023.

Tabla 2: distribución de la muestra según universidad y carrera

Universidad	Ciudad	Carrera		
		Administración	Contabilidad	Otras carreras
Corporación universitaria Minuto de Dios	Ibagué	0	123	0
Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito	Bogotá	59	0	50
Universidad Antonio Nariño	Bogotá	56	63	13
Universidad Cooperativa de Colombia	Ibagué	68	0	0
Universidad de la Costa	Barranquilla	23	0	50
Universidad de Manizales	Manizales	91	14	3
Universidad de San Buenaventura	Cali	6	36	32
Universidad de Tolima	Ibagué	0	0	118
Unidades Tecnológicas de Santander	Bucaramanga	75	45	0
Todas		378	281	266

Fuente: elaboración propia

Variable dependiente. El reconocimiento de la RSE se operacionalizó mediante los 18 indicadores diseñados por Licandro et al. (2024) (ver tabla 3). Estos indicadores representan prácticas específicas de RSE direccionadas hacia los empleados, clientes, proveedores, distribuidores, competidores, actores de la comunidad y el medioambiente, que Licandro et al. (2024) agruparon en tres dimensiones, a las que llamaron: Responsabilidad Social Interna (RSI), Responsabilidad Social en la cadena de valor y Responsabilidad Social hacia el entorno. Estas 18 prácticas recogen los principales asuntos incluidos en los modernos enfoques sobre la RSE ya mencionados en la introducción. El reconocimiento se midió con una escala tipo Likert, en la que los valores numéricos corresponden a las siguientes alternativas de respuesta: (1) seguro que NO es RSE, (2) algo seguro de que NO es RSE, (3) En parte SI y en parte NO, (4) algo seguro de que SÍ es RSE y (5) seguro de que SÍ es RSE. A efectos de las pruebas estadísticas de relación de la variable dependiente con cada una de las variables independientes, el reconocimiento de la RSE se calculó como el porcentaje de estudiantes que contestaron las opciones 4 o 5. En la tabla 3 se incluye el porcentaje de estudiantes que reconoció cada una de las prácticas.

Variables independientes. Se consideraron seis variables independientes: 1) universidad (nueve valores, donde cada valor corresponde a la universidad donde cursa); 2) carrera (tres valores: administración, contabilidad, otras carreras relacionadas con la gestión); 3) etapa de la carrera o año que cursa (cuatro valores: primero, segundo, tercero, cuarto); 4) género (dos valores: hombre o mujer); 5) edad (variable continua que registra la edad exacta); 6) experiencia laboral (tres valores: trabaja, no trabaja pero trabajó, nunca trabajó).

Análisis estadístico. Se aplicó: 1) el análisis factorial para identificar las dimensiones del concepto de RSE subyacentes en la batería de indicadores; 2) el Alfa de Cronbach para verificar la fiabilidad de los índices correspondientes a cada dimensión encontrada; 3) el test de diferencia de medias, que incluye la prueba ANOVA, para evaluar la relación entre las variables independientes no continuas (universidad, carrera, año, género y experiencia laboral) y el reconocimiento de las prácticas de RSE; 4) la correlación de Pearson para evaluar la relación entre ese reconocimiento y la edad de los estudiantes. El procesamiento de los datos y las pruebas estadísticas se realizaron con el software SPSS 22.

El perfil socio-demográfico de la muestra fue el siguiente: 1) hombres (40,2%), mujeres (59,8%); 2) hasta 19 años (24,0%), 20 a 21 años (25,9%), 22 a 23 años (18,6%) y 24 o más años (31,5%); 3) trabaja (60,9%), no trabaja, pero trabajó (25,1%) y no trabajó nunca (14,1%). La segmentación según la carrera que cursa es la siguiente: Administración (40,6%), Contabilidad (30,6%), Finanzas (10,7%), Negocios Internacionales (2,9%), Mercadeo (1,1%), Turismo y hotelería (5,5%) e Ingeniería Industrial (10,7%). Y la segmentación según el año que cursa es: primero (15,9%), segundo (17,9%), tercero (18,7%) y cuarto (47,5%).

4. Resultados: descripción y discusión

Se realizó un análisis factorial a la batería de indicadores, a efectos de si evaluar se confirmaban las tres dimensiones encontradas por Licandro et al. (2024). Se eligió el método de componentes principales para extraer los factores, no se estableció previamente un número de factores y se rotó la solución inicial mediante la opción varimax. Después de algunas pruebas se encontró que, si se elimina el indicador RSENT6, el resultado son cuatro dimensiones. Se confirmó que los seis indicadores de RSI corresponden a una sola dimensión y que lo mismo ocurre con los indicadores de responsabilidad social hacia los stakeholders del mercado, pero los indicadores del último grupo quedaron divididos en dos dimensiones. La primera reúne a los dos indicadores sobre medioambiente y el que refiere a la contribución al desarrollo local. La segunda dimensión reúne los dos indicadores sobre prácticas tradicionales de apoyo a la comunidad (hacer donaciones y promover el voluntariado de empleados). En síntesis, el análisis factorial reveló que la tercera dimensión de Licandro et al. (2024) se divide en dos dimensiones. En la tabla 3 se puede observar que todas las cargas factoriales resultaron ampliamente mayores que 0,600. Por lo tanto, se puede inferir que todos los indicadores explican una parte importante de la varianza del factor al que están asociados; es decir, todas las cargas factoriales tienen “significación práctica” (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1999, p.99).

Tabla 3: Porcentaje de estudiantes que reconocen cada práctica de RSE y cargas factoriales correspondientes a cada indicador

Ind	Descripción del indicador	Reco- noce	Componentes			
			1	2	3	4
RSI1	Prevenir los riesgos laborales y promover la seguridad y la salud ocupacional	69,7%	,392	,617	,185	-,114
RSI2	Promover el desarrollo profesional y la formación de los empleados	65,6%	,273	,744	,137	,119
RSI3	Promover la igualdad de oportunidades entre los integrantes de la plantilla de empleados	63,4%	,218	,790	,170	,182

RSI4	Promover el equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar (que el tiempo y la energía que se dedica a trabajar esté en equilibrio y no afecte la vida familiar de los empleados)	59,25	,137	,710	,235	,301
RSI5	Desarrollar relaciones laborales justas (salarios, horarios, contratos, etc.)	65,0%	,320	,756	,146	,096
RSI6	Aplicar una gestión participativa que toma en cuenta las sugerencias y opiniones de los empleados.	59,9%	,350	,671	,160	,222
RSCV1	Ofrecer a los clientes productos/servicios de calidad que respondan a sus demandas y necesidades	60,5%	,738	,345	,170	-,028
RSCV2	Proporcionar a los clientes información útil y veraz sobre productos y servicios	61,5%	,808	,313	,192	-,035
RSCV3	Aceptar la devolución de productos con defectos y compensar a los clientes cuando la empresa comete errores que los perjudican	54,6%	,799	,212	,155	,142
RSCV4	Actuar en forma ética en las relaciones con proveedores y distribuidores.	70,1%	,691	,358	,221	,183
RSCV5	Ayudar a los proveedores pequeños cuando tienen dificultades	47,9%	,675	,185	,043	,485
RSCV6	Desarrollar prácticas competitivas respetuosas de los competidores y jugar limpio en la competencia	62,6%	,638	,275	,245	,341
RSEN1	Reducir al máximo los efectos contaminantes de los procesos productivos	70,2%	,246	,198	,839	,205
RSEN2	Cuidar el medioambiente	75,6%	,195	,236	,847	,235
RSEN3	Contribuir al desarrollo socioeconómico de la localidad, región o país donde empresa está localizada	70,9%	,210	,244	,743	,347
RSEN4	Hacer donaciones a ONGS que atienden las necesidades de colectivos desfavorecidos	47,7%	,143	,132	,356	,783
RSEN5	Fomentar las actividades de voluntariado social de los empleados	59,25	,108	,246	,366	,769

El modelo de cuatro dimensiones explica el 72,6% de la varianza total y todos los factores tienen una contribución significativa a dicha varianza: el primero explica el 22,8% de la varianza, el segundo explica el 22,5%, el tercero explica el 15,4% y el cuarto explica el 12%. Se aplicó el test de esfericidad de Bartlett para evaluar si los indicadores están adecuadamente correlacionados entre sí. Los resultados del test lo confirman: Chi cuadrado igual a 10561,916 y significación de 0,000. Además, la prueba de adecuación de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) registró un valor de 0,932, lo que permite concluir que los indicadores asociados con cada factor se pueden predecir a partir de los demás indicadores. En síntesis, el análisis factorial reveló la existencia de cuatro dimensiones, a las que respectivamente se denomina: Responsabilidad Social Interna (RSI), Responsabilidad Social con los stakeholders externos del mercado (RSESTAKEXT), Responsabilidad social con del desarrollo sostenible (RSEDS) y Responsabilidad social con la comunidad (RSECOM). Por otra parte, el Alfa de Cronbach aplicado a las cuatro dimensiones y al índice general de RSE (determinado por los 17 indicadores), resultó mayor a 0,800, que es el valor mínimo sugerido en la literatura para asegurar la fiabilidad de cada índice (ver tabla 4).

En la tabla 3 puede observarse que, en la amplia mayoría de los indicadores, más del 60% de los estudiantes reconoció cada práctica como acción de RSE. Se calculó el porcentaje de reconocimiento de cada dimensión como el promedio de los porcentajes que reconocieron cada uno de los indicadores de la dimensión. En la tabla 4 se incluye la media, el error estándar de la media y los límites inferior y superior de cada dimensión. Allí se puede observar que existen diferencias estadísticamente significativas en el reconocimiento de cada dimensión. El límite inferior de RSESOST es mayor que los índices superiores de las demás dimensiones, lo que

indica que esta dimensión es la reconocida por el mayor número de estudiantes. Al comparar los restantes límites inferiores y superiores, se puede observar un ranking bastante claro: en el segundo lugar se ubica la RSI; el tercer lugar lo ocupa RSESTAKEXT y el último lugar lo ocupa la RSECOM. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis 1 que establece: No existen, entre los estudiantes colombianos, diferencias estadísticamente significativas en el reconocimiento de las diferentes dimensiones de la RSE.

Tabla 4: Alfa de Cronbach y estadísticas descriptivas de cada índice

	Alfa Cronb	Media	Error Est	Lim inf	Lim sup	Ranking
RSI	0,887	64%	1,20%	61%	66%	2°
RSESTAKEXT	0,901	60%	1,21%	57%	62%	3°
RSESOST	0,898	72%	1,30%	69%	75%	1°
RSECOM	0,842	53%	1,45%	50%	56%	4°
RSE	0,935	63%	1,05%	61%	65%	

En la tabla 5 se incluyen los resultados de aplicar el test de diferencia de medias a la relación entre el reconocimiento de la RSE y la variable universidad. Allí puede observarse que el porcentaje de estudiantes que reconoce la RSE, tanto a nivel general como en cada dimensión, prácticamente no difiere entre universidades. La prueba ANOVA confirma que solamente existen diferencias estadísticamente significativas, con un nivel de confianza superior al 95%, para el caso de RSECOM ($F=2,086$ y $sign=0,035$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis 2, que establece: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE difiere entre estudiantes de distintas universidades de Colombia.

Tabla 5: Relación entre reconocimiento de la RSE y universidad. Resultados del test de diferencia de medias

Universidad	RSI	RSESTAKEXT	RSESOST	RSECOM	RSE
I	65%	62%	78%	63%	66%
II	62%	61%	71%	53%	62%
III	66%	59%	73%	55%	63%
IV	67%	59%	72%	53%	63%
V	61%	58%	70%	54%	61%
VI	60%	60%	67%	45%	60%
VII	67%	57%	76%	62%	65%
VIII	65%	58%	74%	45%	62%
IX	62%	61%	69%	54%	62%

F	,510	,138	,759	2,086	,387
Sign	,849	,997	,639	,035	,928

En la tabla 6 se incluyen los resultados del test de diferencia de medias aplicado a la relación entre el reconocimiento de la RSE y las otras dos variables de segmentación académica: la carrera y el año que cursa. En el caso de la primera de estas variables, ni en el índice general de reconocimiento de la RSE ni en los índices que miden el reconocimiento de la RSE en cada dimensión, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre segmentos. En consecuencia, se rechaza la hipótesis 3 que propone: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE difiere entre estudiantes de distintas carreras en Colombia.

Al considerar el año que cursan los estudiantes, solamente se encontraron diferencias estadísticamente significativas (pero con un nivel de confianza inferior al 95%) para el caso de RSECOM. Por lo tanto, también se rechaza la hipótesis 4, que establece: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE aumenta a medida que los estudiantes avanzan en sus carreras.

Tabla 6: Resultados del test de diferencia de medias aplicado a la relación de reconocimiento de la RSE con la carrera y el año que cursan los estudiantes

		RSI	RSESTAKEXT	RSESOST	RSECOM	RSE
Carrera	Administración	65%	59%	73%	55%	63%
	Contabilidad	62%	60%	71%	50%	61%
	Otros	65%	59%	72%	55%	63%
	F	,673	,014	,352	1,235	,334
	sign	,510	,986	,703	,291	,716
Año que cursa	Primero	64%	58%	67%	47%	60%
	Segundo	65%	62%	74%	52%	64%
	Tercero	63%	62%	72%	50%	63%
	Cuarto / Quinto	64%	58%	74%	57%	63%
	F	,039	,769	1,092	2,546	,328
	sign	,990	,511	,351	,055	,805

En la tabla 7 se incluyen los resultados del test de diferencia de medias aplicado a la relación entre el reconocimiento de la RSE y dos variables sociodemográficas: el género y la experiencia laboral. Tanto en el índice general, como en los índices correspondientes a cada dimensión, el porcentaje de reconocimiento de las mujeres es mayor que el de los hombres. En particular, en el índice general de RSE esa diferencia es significativa con un nivel de confianza superior al 95%.

También la diferencia es significativa con ese nivel de confianza en el caso de la RSI y la RSE hacia los stakeholders con los que la empresa se relaciona en el mercado (clientes, proveedores, distribuidores y competidores), pero en el caso de la RSE relacionada con la sostenibilidad, el nivel de confianza baja al 90%. Únicamente, las diferencias no resultaron significativas solamente en el reconocimiento de la RSE hacia la comunidad. En consecuencia, se valida parcialmente la hipótesis 5, que establece: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente del género de los estudiantes colombianos.

Al considerar la experiencia laboral como variable independiente, se observa que en todas las dimensiones el segmento que no trabaja ni trabajó nunca es el que presenta un mayor porcentaje de estudiantes que reconocen la RSE. Esto ocurre para el índice general RSE ($F=5,793$ y $sign=0,016$) y en los índices de RSI ($F=3,104$, $sign=0,045$) y RSESOST ($F=3,874$ y $sign=0,021$). En estos tres casos la diferencia es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95% o más. En el caso de la RSE hacia los stakeholders del mercado, el nivel de confianza baja al 90% o más. Únicamente no se encontraron diferencias estadísticamente significativas para RSECOM. Estos resultados son similares a los obtenidos para la variable género. En consecuencia, se valida parcialmente la hipótesis 6, que establece: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente de la experiencia laboral de los estudiantes colombianos.

Tabla 7: Resultados del test de diferencia de medias aplicado a la relación de reconocimiento de la RSE con el género y la experiencia laboral

Variable	Segmentos	RSI	RSESTAKEXT	RSESOST	RSECOM	RSE
Género	Hombre	60%	56%	69%	51%	59%
	Mujer	66%	62%	74%	55%	65%
	F	5,682	4,588	3,183	1,381	5,793
	sign	,017	,032	,075	,240	,016
Experiencia laboral	Trabaja	62%	57%	70%	52%	61%
	No trabaja, pero trabajó	64%	62%	74%	54%	64%
	Nunca trabajó	71%	65%	80%	59%	69%
	F	3,104	2,724	3,874	1,275	3,853
	sign	,045	,066	,021	,280	,022

Dado que la edad se midió como variable continua, su relación con el reconocimiento de la RSE se analizó mediante la prueba de correlación simple. En la tabla 8 se incluyen los coeficientes de correlación resultantes correlacionar la edad con el índice general de RSE y con los índices que miden cada dimensión. Allí se puede observar que todos los coeficientes son casi nulos y que solamente uno de ellos resultó estadísticamente significativo (con un nivel de confianza del 99%). En consecuencia, ambas variables son independientes, y se puede concluir la validación de la

hipótesis 7, que establece: El reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente de la edad de los estudiantes colombianos.

Tabla 8: Coeficientes de correlación entre el reconocimiento de la RSE y la edad

	RSI	RSESTAKEXT	RSESOST	RSECOM	RSE
Edad	-,025	,019	,092**	,058	,028

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Discusión

Los resultados de este trabajo contribuyen a la investigación sobre los diferentes asuntos aquí abordados. El rechazo de la hipótesis 1 va en línea con lo encontrado en otras investigaciones que estudiaron la percepción de estudiantes sobre las dimensiones de la RSE. Con independencia del tipo de dimensiones y los indicadores utilizados, siempre se ha encontrado que los estudiantes no perciben de igual forma todas las dimensiones del concepto. La comparación con la mayoría de esas investigaciones es muy difícil porque utilizan las cuatro dimensiones de la Pirámide de Carroll.

En estos casos solamente se pueden comparar los resultados referidos a la dimensión filantrópica, que se corresponde con la dimensión RSECOM de este trabajo. En Da Silva Junior et al. (2021) la dimensión filantrópica resultó ser la más valorada. Lo mismo ocurrió con la submuestra de estudiantes no polacos evaluada por Mazur y Wlczyna (2012), en tanto que en Hayat et al. (2022) esa dimensión ocupó el primer lugar junto a la ética. Pero, en la submuestra de estudiantes polacos de Mazur y Walczyna (2021), la dimensión filantrópica ocupó el tercer lugar. En consecuencia, el resultado aquí obtenido es parcialmente consistente sólo con este segundo resultado de Mazur y Walczyna (2021) y radicalmente distinto al que obtuvieron las otras dos investigaciones.

En el caso del trabajo de Almutawa y Hewaidy (2021) y el de Licandro et al. (2024) se puede realizar una comparación sobre un mayor número de dimensiones. En el primero de esos trabajos, la dimensión ambiental y la interna resultaron en los dos primeros lugares, al igual que ocurrió en este trabajo. Y, en comparación con Licandro et al. (2024), el orden de las dimensiones fue relativamente similar.

Cabe también destacar el hecho de que la dimensión con mayor reconocimiento en este trabajo es la que refiere a la relación entre RSE y sostenibilidad. Esto va en línea con la creciente asociación entre ambos conceptos, señalada por Carroll (2015), y con la tendencia a sustituir el término RSE por el de Sostenibilidad (Sarkar y Searci, 2016). Este cambio no es exclusivamente nominal, sino que presupone la tendencia a otorgar mayor importancia a los aspectos de la RSE relacionados con la sostenibilidad (ambiental, social y económica) en detrimento de la RSE respecto de algunos stakeholders y, particularmente, de las acciones sociales clásicas de apoyo a la comunidad.

El rechazo de la hipótesis 2 es importante, porque muestra que los estudiantes de las nueve universidades adquirieron un conocimiento parecido sobre la RSE, lo que sugiere que los contenidos sobre RSE presentes en los planes de estudio de dichas universidades (y probablemente en todas las universidades colombianas) son similares. Los escasos trabajos

académicos que compararon la percepción de la RSE entre estudiantes de diferentes universidades arrojaron resultados de signo contrario. Los resultados de este trabajo son inconsistentes con los obtenidos por la mayoría de las investigaciones sobre este asunto: Vázquez et al. (2013), Fitzpatrick y Cheng (2014) y Licandro et al. (2024). Solamente coinciden con el trabajo publicado por Solari y Rojas (2012), quienes encontraron una actitud similar hacia la RSE entre estudiantes de una universidad de Argentina y otra de España. Cabe señalar que, a diferencia de todos estos trabajos, éste es el único en el que las universidades comparadas son del mismo país.

El rechazo de la hipótesis 3 se encuentra alineado con el resultado que se registró en la mayoría de las investigaciones sobre la influencia de la variable carrera (Hilario, 2014; Galvao et al., 2019; Hayat et al., 2022; Licandro et al., 2024). En consecuencia, este trabajo reafirma la tendencia observada en las investigaciones anteriores acerca de que todas las carreras de gestión enseñan contenidos similares sobre la RSE. El rechazo de la hipótesis 4 es consistente con el obtenido por Texeira et al. (2018), pero difiere de los trabajos que encontraron correlación positiva (a mayor grado corresponde una mayor percepción) entre percepción de la RSE y el año o etapa de la carrera (Ugwuozor, 2020; Singh et al., 2024), y también difiere de los que encontraron correlación negativa (a mayor grado, corresponde una menor percepción) (López Navarro y Segarra, 2011; Larrán et al., 2019).

El género es la variable independiente sobre la que se ha investigado más en su relación con la percepción de la RSE de los estudiantes. Tal como se puede observar en la tabla 1, la investigación acumulada sobre este asunto ha generado resultados de sentido contrario. En este trabajo, el resultado (validación parcial de la hipótesis 5) va en línea con los resultados de quienes encontraron relación parcial entre género y percepción de la RSE (Arlow, 1991; Burton y Hegarty, 1999; Fitzpatrick y Cheng, 2014; Alonso Almeida et al., 2015; Galvao et al., 2019; Almutawa y Hewaidy, 2021).

En cuanto a la investigación sobre la relación entre experiencia laboral y percepción de la RSE, la mayoría de los trabajos no encontraron relación entre estas variables (Alonso Almeida et al., 2015; Texeira et al., 2018; Larrán et al., 2019; Hayat et al., 2022). El resultado de este trabajo (validación parcial de la hipótesis 6) contradice esa tendencia. Inclusive, contradice los trabajos que encontraron relación parcial entre las variables (Arlow, 1991; Almutawa y Hewaidy, 2021), porque aquí se encontró que el reconocimiento de la RSE es mayor entre quienes no tienen experiencia laboral. Finalmente, la validación de la hipótesis 7 (el reconocimiento de las dimensiones de la RSE es independiente de la edad de los estudiantes colombianos) es consistente con los resultados que se obtuvieron en otros trabajos (Texeira et al., 2018; Hayat et al., 2022). En consecuencia, este trabajo contribuye a confirmar esos resultados.

Conclusiones

En este trabajo se investigó la percepción de los estudiantes colombianos de gestión sobre la RSE, desde la perspectiva de su interpretación o reconocimiento de las dimensiones de este concepto. Los resultados obtenidos permiten inferir varias conclusiones relevantes. La primera es que en Colombia los futuros profesionales de gestión poseen un adecuado conocimiento de las diferentes dimensiones de la RSE, razón por la cual es válido concluir que la visión que adquieren sobre la RSE se relaciona más con los enfoques modernos de la RSE (como gestión

de las externalidades sobre los stakeholders y como compromiso empresarial con la sostenibilidad ambiental y social), que con los viejos enfoques que reducían fuertemente el concepto hacia el compromiso social y la filantropía (la RSE como Ciudadanía Corporativa). Este resultado permite inferir que los contenidos sobre RSE en las universidades de Colombia se encuentran actualizados.

La segunda conclusión se relaciona con el objetivo central de esta investigación: evaluar si existen diferencias en la interpretación de la RSE entre estudiantes de distintas universidades colombianas. El resultado, en relación a este objetivo, ha sido contundente: no existen tales diferencias. En este asunto, que ha sido escasamente investigado, el resultado obtenido va en sentido contrario a los resultados registrados en casi todas las otras investigaciones. Sin embargo, hay que señalar que en esas investigaciones se comparó entre universidades de distintos países. La inexistencia de diferencias en la interpretación de la RSE entre estudiantes colombianos de diferentes universidades sugiere que los enfoques y contenidos sobre la RSE que se enseñan en las universidades de Colombia son similares. En forma complementaria, se encontró que la interpretación de la RSE es independiente de la carrera y el año que cursan los estudiantes. De esto se infiere que los contenidos sobre RSE son similares en las diferentes carreras relacionadas con la gestión y que, probablemente, el concepto de RSE se enseña ya en los primeros años. Esta es la tercera conclusión.

Este trabajo contribuye a la investigación sobre interpretación de la RSE entre los futuros líderes corporativos. Desde el punto de vista metodológico, este trabajo ratificó el valor que tiene el instrumento utilizado, y descubrió que dicho instrumento permite identificar y medir cuatro dimensiones de la RSE (interna, con los stakeholders del mercado, con la comunidad y con la sostenibilidad). En conjunto, estas cuatro dimensiones se corresponden a los enfoques más modernos de la RSE, particularmente el que se propone en la Guía ISO 26.000 (ISO, 2010). Cabe también señalar que la metodología aplicada, particularmente el cuestionario, es relativamente fácil de aplicar con estudiantes. También, los resultados de este trabajo contribuyen a la construcción de conocimiento en el campo de estudio de las percepciones sobre la RSE que consideran a la universidad como variable independiente. A pesar del importante rol que desempeñan las universidades sobre dicha percepción, la profusa investigación sobre las percepciones de la RSE prácticamente no la ha considerado. Ello se debe, muy probablemente, a la dificultad que implica incluir varias universidades en la misma investigación y, particularmente, universidades de un mismo país, ya que ello requiere de equipos de investigadores que enseñen en diferentes universidades. En ese sentido, este trabajo desafía a los investigadores a construir equipos integrados por colegas de varias universidades, como se hizo en esta investigación.

También, este trabajo contribuye a los actores institucionales que promueven la RSE, porque les informa que las universidades colombianas están enseñando los enfoques más modernos sobre la RSE y que, en consecuencia, de ellas están egresando profesionales de gestión con los conocimientos que se requieren para liderar empresas socialmente responsables y comprometidas con la sostenibilidad. También contribuye a los promotores de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), tanto públicos como privados, porque les muestra que en Colombia las universidades están cumpliendo uno de los principales lineamientos de la RSU: la formación de profesionales socialmente responsables.

Este trabajo tiene algunas limitaciones metodológicas que resulta necesario explicitar. La más importante se asocia con el hecho de que el muestreo utilizado no fue aleatorio, limitación que comparte con la absoluta mayoría de investigaciones publicadas sobre la percepción de los estudiantes acerca de la RSE. Las técnicas de análisis estadístico utilizadas presuponen la aleatoriedad de la muestra. En consecuencia, se debe ser muy cuidadoso al extrapolar los resultados obtenidos. También, el número de universidades incluidas en la muestra es muy pequeño, en relación al total de universidades que operan en Colombia. Por lo tanto, el resultado principal (la inexistencia de diferencias significativas en la percepción de estudiantes de distintas universidades) debe considerarse como provisorio. En tercer lugar, hay que señalar que los resultados podrían explicarse por características específicas de las universidades colombianas, razón por la cual la aplicación de la misma metodología en universidades de otro país podría arrojar resultados diferentes.

Referencias

- Aldag, R. J., & Jackson, D. W. (1984). Measurement and correlates of social attitudes. *Journal of Business Ethics*, 3, 143-151. <https://doi.org/10.1007/BF02388816>
- Almutawa, A. & Hewaidy, A. (2020). Accounting Students' Perception of Corporate Social Responsibility: Evidence from Kuwait. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(9), 334-356. https://www.ijicc.net/images/Vol_14/Iss_9/14926_Mutawa_2020_E1_R.pdf
- Alonso-Almeida, M. D. M., Fernández, F. C., & Rodríguez, J. (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*, 24(1), 1-17. <http://dx.doi.org/10.1111/beer.12060>
- Arlı, D., Bucic, T., Harris, J. & Lasmono, H. (2014). Perceptions of Corporate Social Responsibility Among Indonesian College Students. *Journal of Asia-Pacific Business*, 15(3), 231-259. <https://doi.org/10.1080/10599231.2014.934634>
- Arlow, P. (1991). Personal characteristics in college students' evaluations of business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 10, 63-69. <https://doi.org/10.1007/BF00383694>
- ASPEN Institute (2008). *Where will the lead? MBA student attitudes about business & society*. New York: The Aspen Institute, Center for Business Education. https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/files/content/docs/bsp/SAS_PRINT_FINAL.PDF
- Aupperle, K., Hatfield, J.D. & Carroll, A.B. (1983). Instrument Development and Application in Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 369-373. <http://dx.doi.org/10.5465/AMBPP.1983.4976378>
- Baptista de C., M. V., León de Álvarez, M. D. & Mora Contreras, C. E. (2015). Percepción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (FACES-ULA) con relación a la Responsabilidad Social Empresarial. *Visión Gerencial*, 14(1), 25-52. <https://doi.org/10.53766/VIGEREN>

GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. ISSN 2255-5684
Licandro, O., Pinochet Sánchez, G., Ramírez Mariño, M., Chumaceiro Hernández, A.C., Rubio
Rodríguez, G.A., Burbano Vallejo, E.L., Zambrano, A., Cabra Ballesteros, D.C., Mariño Jiménez, J.P. y
Echeverri Rubio, A. Vol.13(1). 2025

- Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long range planning*, 29(4), 495-502. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00041-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00041-6)
- Burton, B. K., & Hegarty, W. H. (1999). Some determinants of student corporate social responsibility orientation. *Business & Society*, 38(2), 188-205. <https://doi.org/10.1177/000765039903800204>
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review* 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Carroll, A. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Da Silva Junior, A., de Oliveira, P., de Araújo, K.C., Correa V., Martins, S.L. & Rocha, J.M. (2019). Sustainability and corporate social responsibility in the opinion of undergraduate students in management programs: Between the concrete and the abstract. *Journal of Cleaner Production* 207, 600e617. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.011>
- Elias, R. Z. (2004). An examination of business students' perception of corporate social responsibilities before and after bankruptcies. *Journal of Business Ethics*, 52, 267-281. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000037558.74693.d5>
- Fitch, G. (1976). Achieving corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 1, 38-46. <https://doi.org/10.2307/257357>
- Fitzpatrick, J., & Cheng, J. (2014). An investigation of United States and Hong Kong business students' perceptions of corporate social responsibility. *Journal of Academic and Business Ethics*, 8, 1-20. <https://www.aabri.com/manuscripts/131747.pdf>
- Galvao, A., Mendes, L., Marques, C. & Mascarenhas, C. (2019). Factors influencing students' corporate social responsibility orientation in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 215, 290-304. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.059>
- González-Rodríguez, M.R., Díaz-Fernández, M.C., Pawlak, M. & Simonetti, B. (2013). Perceptions of students university of corporate social responsibility. *Quality & Quantity* 47, 2361–2377 (2013). <https://doi.org/10.1007/s11135-012-9781-5>
- Gorondutse, A. H., & Hilman, H. (2013). Understanding of business students on business social responsibility (BSR) with regards to profitability, long term and short term success of firms in Malaysia: PLS approach. *International Journal of Management*, 1(9), 349-361. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/GDUTSEINTJOURNAL15%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/GDUTSEINTJOURNAL15%20(1).pdf)
- Hayat, M., Iqbal, A., Ahmad, M., & Ahmad, Z. (2022). Students' perception about corporate social responsibility: evidence from Pakistan. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 16(2), 195-217. <http://dx.doi.org/10.1504/IJBGE.2021.10037805>

GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. ISSN 2255-5684
Licandro, O., Pinochet Sánchez, G., Ramírez Mariño, M., Chumaceiro Hernández, A.C., Rubio
Rodríguez, G.A., Burbano Vallejo, E.L., Zambrano, A., Cabra Ballesteros, D.C., Mariño Jiménez, J.P. y
Echeverri Rubio, A. Vol.13(1). 2025

Hilario, J. S. (2014). A Comparative Analysis of the Perceptions of Accounting and Business Administration Students on Corporate Social Responsibility (CSR). *International Journal of Education and Research*, 2(11), 287-296. <https://doi.org/10.7402/CdS.14.068>

Holmes, S. L. (1976). Executive perceptions of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 19(3), 34-40. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(76\)90049-5](https://doi.org/10.1016/0007-6813(76)90049-5)

Husted, B.W. y Allen, D.B. (2000). Is It Ethical to Use Ethics as Strategy? *Journal of Business Ethics* 27, 21–31. <https://doi.org/10.1023/A:1006422704548>

ISO (2011). *Guía de Responsabilidad Social (ISO 26.0000:2012, IDT)*. Montevideo: UNIT.

Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth.

Johnston, K., & Beatson, A. (2005). Managerial conceptualizations of corporate social responsibility: An exploratory study. In *ANZMAC 2005: Broadening the Boundaries: Conference Proceedings* (pp. 41-47). University of Western Australia Business School. <https://eprints.qut.edu.au/9857/1/9857.pdf>

Joyner, B.E. y Payne, D. (2002). Evolution and implementation: a study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics* 41(4), 297–311. <https://doi.org/10.1023/A:1021237420663>

Kleinrichert, D., Tosti-Kharas, J., Albert, M., & Eng, J. P. (2013). The effect of a business and society course on business student attitudes toward corporate social responsibility. *Journal of Education for Business*, 88(4), 230-237. <http://dx.doi.org/10.1080/08832323.2012.688776>

Kolodinsky, R.W., Madden, T.M., Zisk, D.S. & Henkel, E. (2010). Attitudes About Corporate Social Responsibility: Business Student Predictors. *Journal of Business Ethics*, 91, 167–181. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0075-3>

Kraft, K.L., Singhapakdi, A. (1995). The relative importance of social responsibility in determining organizational effectiveness: Student responses II. *Journal of Business Ethics* 14, 315–326. <https://doi.org/10.1007/BF00871902>

Lämsä, AM., Vehkaperä, M., Puttonen, T. & Person H.L. (2008). Effect of Business Education on Women and Men Students' Attitudes on Corporate Responsibility in Society. *Journal of Business Ethics* 82, 45–58. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9561-7>

Larrán, M., López, A & Herrera, (2019). An examination of attitudes and perceptions of Spanish business and accounting students toward corporate social responsibility and sustainability themes. *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review* 21(2), 196–205. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2018.02.001>

Licandro, O., Vázquez-Burguete, J.L., Ortigueira, L., y Correa, P. (2023). Definition of Corporate Social Responsibility as a Management Philosophy Oriented towards the Management of Externalities: Proposal and Argumentation. *Sustainability*, 15, 10722. <https://doi.org/10.3390/su151310722>

GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. ISSN 2255-5684
Licandro, O., Pinochet Sánchez, G., Ramírez Mariño, M., Chumaceiro Hernández, A.C., Rubio
Rodríguez, G.A., Burbano Vallejo, E.L., Zambrano, A., Cabra Ballesteros, D.C., Mariño Jiménez, J.P. y
Echeverri Rubio, A. Vol.13(1). 2025

Licandro, O., Pinochet, G., Ortigueira, L. C., Bianchi, E., Goyzueta, S., Ríos Ponce, M. A.,
Murillo, K., Borboa, E. P., Farnum, F., Correa, P., Meleán, R., & Wald, G. A. (2024).
Management students' knowledge of corporate social responsibility: a comparative study of
ten Latin American countries. *GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento
Y La Tecnología*, 12(1), 24–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10806972>

López Navarro M. A. & Segarra, M. (2012). Actitudes de los estudiantes de administración de
empresas hacia la responsabilidad social corporativa y la ética empresarial. *Revista
Complutense de Educación*, 22(2), 235-248.
https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2011.v22.n2.38491

Mazur, B. & Walczyna, A. (2021). Corporate Social Responsibility in the Opinion of Polish and
Foreign Students in Management Program of Lublin University of Technology.
Sustainability, 13, 333. <https://doi.org/10.3390/su13010333>

Mirvis, P., & Googins, B. (2006). Stages of Corporate Citizenship. *California Management
Review*, 48(2), 104-126. <https://doi.org/10.2307/41166340>

Modreanu, A. & Andri, G. (2021). The Perception Of Romanian Students Regarding The
Corporate Social Responsibility Practices Identified In The Tertiary-Level Education
Sector. *Research & Education*, 5, 22-35. <https://researchandeducation.ro/2022/06/28/the-perception-of-romanian-students-regarding-the-corporate-social-responsibility-practices-identified-in-the-tertiary-level-education-sector.html>

Morales-Gualdrón, S. T., La Rotta Forero, D. A., Arias Vergara, J. A., Montoya Ardila, J., &
Herrera Banol, C. (2020). Corporate social responsibility practices of Colombian companies
as perceived by industrial engineering students. *Science and Engineering Ethics*, 26(6), 3183-
3215. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11948-020-00264-8>

O'Dwyer, B. (2003). Conceptions of corporate social responsibility: the nature of managerial
capture. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 523-557.
<http://dx.doi.org/10.1108/09513570310492290>

Severino, P., Villalobos, J., Vergara, J., & Yáñez, M. (2021). Percepción sobre la responsabilidad
social corporativa de los estudiantes de educación superior de Chile. *Formación
universitaria*, 14(4), 39-48.

Singh, P. K., Sunder, R. G., Mahamuni, P. N., Singh, E. N., Das, B. K., Jumle, A. G., & Kashayp,
R. (2023). Corporate social responsibility & students' perceptions: evidence from Indian
higher education institutions. *F1000Research*, 12, 1187.
<https://doi.org/10.12688/f1000research.137572.1>

Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Rallapalli, K. C., & Kraft, K. L. (1996). The perceived role of ethics
and social responsibility: A scale development. *Journal of Business Ethics*, 15, 1131-1140.
<https://doi.org/10.1007/BF00412812>

Solari, E. & Rojas, L.R. (2012). Percepción sobre la responsabilidad social empresaria de
estudiantes universitarios. *Negotium*, 7(21), 5-17.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78223430001>

GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. ISSN 2255-5684
Licandro, O., Pinochet Sánchez, G., Ramírez Mariño, M., Chumaceiro Hernández, A.C., Rubio
Rodríguez, G.A., Burbano Vallejo, E.L., Zambrano, A., Cabra Ballesteros, D.C., Mariño Jiménez, J.P. y
Echeverri Rubio, A. Vol.13(1). 2025

Teixeira, A., Ferreira, M. R., Correia, A., & Lima, V. (2018). Students' perceptions of corporate social responsibility: Evidences from a Portuguese higher education institution. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(2), 235-252. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-0199-1>

Ugwuozor, F. (2020). Students' perception of corporate social responsibility: Analyzing the influence of gender, academic status, and exposure to business ethics education. *Business Ethics, the Environmental and Responsibility*, 29(4), 737-747. <https://doi.org/10.1111/beer.12306>

Vázquez, J.L., Lanero, A. y Licandro, O. (2013a). Education of Corporate Social Responsibility in the University: a comparative study between Uruguay and Spain. *Contemporary Research on Organization Management and Administration* 2013, 1, 6-16. <http://journal.avada.lt/images/dokumentai/CROMA2013str/1.pdf>