



## Percepción de estudiantes universitarios de ingeniería sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Lizbeth Pavón Valencia <sup>1</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2216-6840>

Yesenia Juárez Juárez<sup>2</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0176-8230>

Fecha de Recepción: 11 de agosto de 2024

Fecha de Aprobación: 22 de Noviembre de 2024

### Resumen

El presente estudio buscó identificar la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial, así como de los factores que la integran, desde la perspectiva de estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Veracruzana del Campus Coatzacoalcos, Veracruz, México en el periodo agosto 2022 – enero 2023. Tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal. Se utilizó un cuestionario integrado por cuatro dimensiones: responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidad filantrópica. Los resultados generales muestran la presencia de una percepción positiva por parte de los estudiantes respecto al tema, donde la dimensión con mayor área de oportunidad fue la de responsabilidad filantrópica. Es indispensable, considerar el replicar dicha investigación con estudiantes de otras Facultades, campus e incluso universidades.

**Palabras Claves.** Responsabilidad Social; Responsabilidad Social Empresarial; Enfoques; Dimensiones; Estudiantes.

---

<sup>1</sup> Doctorado en Alta Dirección, Escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública de Oriente, Xalapa – Veracruz (México); Docente Universidad Veracruzana, México, [lipavon@uv.mx](mailto:lipavon@uv.mx)

<sup>2</sup> Doctorado en Administración, Universidad de Durango campus Morelia - Michoacán (México); Docente Universidad Veracruzana, México, [yejuarez@uv.mx](mailto:yejuarez@uv.mx)

## ENGINEERING STUDENTS' OPINION ABOUT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### Abstract:

The present study aimed to identify the perception of Corporate Social Responsibility and its components from the perspective of students from the Faculty of Engineering at the Universidad Veracruzana, Campus Coatzacoalcos, Veracruz, Mexico, during the period from August 2022 to January 2023. The approach given was quantitative, descriptive and cross sectional. A four dimensional questionnaire was used integrated by economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility and philanthropic responsibility. The results show a positive perception from the students to this topic, where the most opportunity areas reside in the philanthropic responsibility dimension. It would be useful to replicate this inquiry with students from different faculties, campuses and even universities to have the full spectrum of student's general opinion about this topic.

**Keywords.** Social responsibility; Corporate Social Responsibility; Approach; Dimensions; Students.

## OPINIÃO DOS ESTUDANTES DE ENGENHARIA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

### Resumo:

O presente estudo buscou identificar a percepção da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), bem como os fatores que a compõem, sob a perspectiva de estudantes da Faculdade de Engenharia da Universidade Veracruzana do Campus Coatzacoalcos, Veracruz, México, de acordo com o período que vai de Agosto de 2022 a Janeiro de 2023. A abordagem adotada foi quantitativa, descritiva e transversal. Foi utilizado um questionário de quatro dimensões, integrado por responsabilidade econômica, responsabilidade legal, responsabilidade ética e responsabilidade filantrópica. Os resultados mostram uma percepção positiva dos alunos para esta temática, sendo que as áreas de maior oportunidade residem na dimensão da responsabilidade filantrópica. Seria útil replicar este inquérito com estudantes de diferentes faculdades, campi e mesmo universidades, de modo a obter o espectro completo da opinião geral dos estudantes sobre este tópico.

**Palabras chave.** Responsabilidade social; Responsabilidade social das empresas; Abordagem; Dimensões; Estudantes.

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la sociedad se encuentra en constantes cambios que son el reflejo de diversos aspectos sociales, como la política, la economía, el medio ambiente, la cultura y el gobierno. Por lo tanto, las personas y las organizaciones se han tenido que adaptar a enfoques emergentes como la Responsabilidad Social (RS), lo cual puede contribuir a mejorar el entorno en el que se desarrollan u operan, respectivamente.

Con base en ello, en los últimos años la RS, está adquiriendo gran relevancia en diversos ámbitos, entre ellos empresarial, gubernamental, ambiental y universitario, lo cual demanda que desde sus trincheras las actividades y/o operaciones realizadas sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, entre otras, además de reconocer los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona.

Específicamente, la RS aplicada en las empresas, surge del creciente impacto de las acciones corporativas en la sociedad, convirtiéndose en una estrategia competitiva, a través de la acción y la comunicación, lo cual genera beneficios en la contribución del desarrollo sustentable, la mejora de la imagen corporativa y clima organizacional, el aumento de la competitividad, mayor diálogo con grupos de interés y fomento en la fidelidad de estos.

La presente investigación tiene como objetivo identificar la percepción que tienen estudiantes universitarios de la facultad de Ingeniería de una universidad del sur de México, con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, y las expectativas que tienen de cada uno de los factores que la integran.

Para ello, el artículo se divide en tres partes fundamentales, la primera hace referencia a los antecedentes y conceptualización de la Responsabilidad Social y Responsabilidad Social Empresarial, así como, los diferentes enfoques, tendencias y factores que la integran, en segundo lugar, se presenta la metodología utilizada en la

realización de la investigación. Finalmente, se encuentran los resultados y análisis de la información recolectada.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Evolución conceptual de la Responsabilidad Social

La RS ha surgido como respuesta a la globalización que ha comenzado a exigir una mayor capacidad de las naciones y pueblos para atender las demandas de sus ciudadanos por el daño que están causando a los ecosistemas. En este sentido, Villafán (2020), señala que los orígenes teóricos de la RS son numerosos, en donde autores señalan diversos antecedentes con base en su enfoque, sin embargo, la gran mayoría coincide en el origen y evolución conceptual, el cual se remonta al liberalismo económico y el marco de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Correa (2007, como se citó en Molinero, 2020), menciona que las fases de la evolución histórica del concepto de RS son cuatro, las cuales se muestran y se describen en la tabla 1.

**Tabla 1.**  
*Evolución de la Responsabilidad Social*

Fase	Descripción
Inicial	Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse.
Primaria	Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.
Segunda	Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.
Tercera	En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

Mientras que para Marquina y Garriga (2013), existen “cuatro etapas en el proceso de evolución histórica del concepto de responsabilidad social siguiendo a Carroll (1999): germinación, surgimiento, desarrollo y proliferación”.

Por su parte, un hecho que marca el punto de partida del actual concepto de la RS en su entorno empresarial es la publicación del economista norteamericano Bowen (2013) titulado *Social Responsibility of the Businessman*.

De manera específica, uno de los primeros acontecimientos respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se suscita en la década de los 50's en los Estados Unidos, donde grupos de activistas religiosos influyentes en los medios de comunicación decidieron no apoyar ni invertir en empresas cuyos productos o servicios pusieran en peligro el tejido moral de la sociedad, ya que creían que no era ético sacar provecho de ello. Un segundo momento crucial ocurre alrededor de 1970, con el fenómeno global de los escándalos de corrupción en varias empresas multinacionales, cuando el mundo comenzó a cuestionar el modelo de negocio tradicional, es por ello por lo que el término Responsabilidad Social como individuos o como miembros de un colectivo o una institución se generalizó en esa misma década.

Con base en lo anterior, Friedman (1970), señala que la única responsabilidad social de la empresa es utilizar sus recursos y enrolarse en sus actividades que van a generar ganancias, con una libre competencia y sin equivocaciones, es decir, buscar el máximo beneficio respetando el marco legal. Mientras que Gendron (2000), señala que el contrato social en el que se fundaba el sistema de la libre empresa había cambiado y que las empresas debían responder a otras obligaciones mayores, no solo a la rentabilidad de esta.

En la misma década de los 70's, surge un nuevo concepto, el desempeño social corporativo, que integra el nivel de principios de RS, los procesos de gestión de los problemas sociales y los

resultados e impactos concretos en las políticas de RSE (Villafán, 2020).

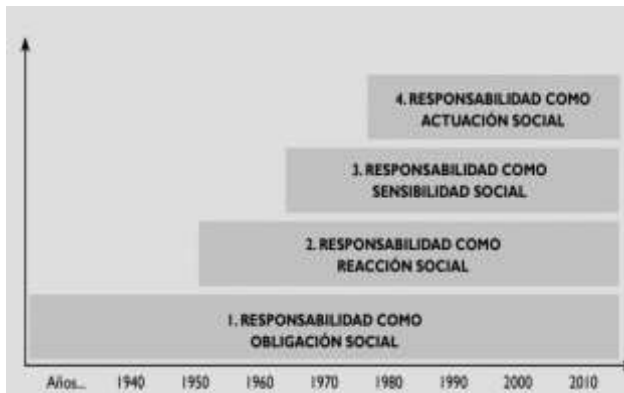
Carroll (1979, como se citó en Gond, 2008), presenta su modelo de RSE en la publicación *A three dimensional conceptual model of corporate social performance*, la cual consiste en una pirámide, mencionando que la base es la responsabilidad económica y la cima las responsabilidades discrecionales. Esta situación genera que en los años 80's se origine la teoría de las partes interesadas o Stakeholder theory por Freeman (2010), en donde se define al conjunto de personas o grupos que son susceptibles de afectar y/o ser afectados por la empresa, lo cual se contrapone a la sensibilidad social, ya que estos grupos de interés pueden afectar a la empresa, generando una obligación moral.

Los años 90's las empresas se involucran en los entornos sociales, convirtiéndose en una dimensión del desempeño organizacional, es decir, la RSE se convierte en un aspecto a evaluar en las nuevas normativas, además, la World Commission on Environment and Development (WCED) (1987) incluye al concepto aspectos como el desarrollo sustentable.

De manera, sintetizada por Guillén (2006, como se citó en Bañón et al., 2011) señala cuatro concepciones de la RSE, iniciando en la primera mitad de siglo pasado, especialmente en los Estados Unidos, en donde esta era concebida en términos de Obligación Social, centrada fundamentalmente en los intereses económicos de los accionistas (Friedman, 1962, como se citó en Bañón et al., 2011), dentro de la legalidad y la ética imperante, posteriormente, para la década de los 70's se encuentran dos concepciones, la primera entendida como Reacción Social que debería dar respuestas a otras demandas de orden público y social (Bowen, 2013, como se citó en Bañón et al., 2011), y la segunda más proactiva, entendida como Sensibilidad Social, capaz de adelantarse a las demandas sociales y viendo éstas como una oportunidad de diferenciarse (Sethi, 1975, como se citó en Bañón et al., 2011). Por último, en los años ochenta surge

la RSE como una Actuación Social, donde los criterios de responsabilidad estarían presentes en todas las políticas, procesos de la empresa y niveles jerárquicos, incluyendo además principios éticos de actuación social (Wood, 1991, como se citó en Bañón et al., 2011).

**Figura 1.**  
 Evolución de la RSE



*Nota.* A partir de Guillén (2006, como se citó en Bañón et al., 2011).

En los 2000's se registran cambios aún más grandes en materia de RSE, como el vínculo entre los principios humanistas y prácticas cotidianas de la empresa (Pasquero, 2005), es decir, la RS se convierte en una actuación social en las organizaciones, formando parte de una elección estratégica de las empresas del nuevo milenio, también llamadas empresas ciudadanas (Champion, 2003, como se citó en Gendron et al., 2004).

Finalmente, otro cambio importante fue la aparición de la RSE en las organizaciones no gubernamentales y estados, convirtiéndose en un requisito ético y una estrategia sólida para desarrollar la inteligencia organizacional (Guerra, 2007, p. 15).

### 2.1.1. Conceptualización de la Responsabilidad Social

Después del análisis realizado de la evolución, fundamentos teóricos e implicaciones sociales y organizacionales de la RS desde el punto de vista de diversos autores, es importante mencionar que

aunque la RSE es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras (Cajiga, s.f.), con base en ello en la Tabla 2 se presentan definiciones de la Responsabilidad Social Empresarial.

**Tabla 2.**  
 Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial

Autor	Concepto
Kotler y Lee, 2005, como se citó en Quintero et al., 2018	Es un compromiso de mejorar el bienestar de la comunidad a través de prácticas de negocios discrecionales y contribuciones de recursos corporativos.
Secretaría de Economía, 2016	Contribución activa y voluntaria a la mejora social, económica y medioambiental de las empresas, con el fin de mejorar la competitividad y aumentar su valor y valor añadido.
Hopkins, 2003, como se citó en García y Madero, 2016	Es el interés de mediar con los stakeholders de la empresa de una manera ética o responsable.
McWilliams y Siegel, 2001, como se citó en García y Madero, 2016	Situaciones donde la empresa va más allá del cumplimiento y participa en acciones que promueven, aparentemente un bien social, y que están más allá de los intereses de la empresa que son requeridas por la ley.
Carroll, 1979, como se citó en García y Madero, 2016	La responsabilidad social de los negocios abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en cierto periodo de tiempo.
Sethi, 1975, como se citó en García y Madero, 2016	Implica traer un comportamiento corporativo hacia un nivel donde es congruente con las normas sociales y valores prevaletentes, además de expectativas de desempeño.
Frederick, 1960, como se citó en García y Madero, 2016	Es un análisis final, que implica una postura hacia la economía y recursos humanos de la sociedad y una disposición para ver que aquellos recursos son usados para fines ampliamente sociales y no simplemente para los intereses de las personas privadas y las empresas.
Bowen, 2013	Obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad.
Drucker, 1984, como se citó en Botero, 2009	Es convertir un problema social en una oportunidad económica, en un beneficio económico, en una capacidad de producción, en una competencia humana, en trabajos bien remunerados, en riqueza.

En consecuencia, de lo señalado anteriormente se puede definir a la RSE como una manera nueva de hacer negocio, con el compromiso colectivo de la empresa y sus grupos de interés, bajo un esquema de sostenibilidad.

### **2.1.2. Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial**

El mundo actual, la Responsabilidad Social es considerada como una nueva herramienta de gestión empresarial ligada a espacios de conexión cada vez más relacionadas con la sociedad, consumidores, medio ambiente, una necesidad creciente de información y transparencia para los mercados financieros y la reputación de las empresas en general en las que operan actualmente, en este sentido existen diversos enfoques en los que se desarrolla, a continuación, se presentan estos.

#### **2.1.2.1. Enfoque Instrumental**

Se enfatiza el aspecto económico y se considera a la empresa como generadora de riqueza como su exclusiva responsabilidad, es decir, las empresas buscarán desarrollar actividades de RSE siempre que estas como objetivo lograr mayores beneficios económicos para sus accionistas, de acuerdo con ello, existe una relación directa entre la responsabilidad social corporativa y la creación de riqueza, y solo el aspecto económico de la interacción entre las empresas es importante en la realización de actividades comerciales (Barroso, 2008), en dicho enfoque la inversión social para mejorar la capacidad de la empresa en sus resultados con la interacción de recursos, la estrategia para la base de la pirámide económica y la comercialización del mercado son motivo para incrementar las ventas (Montañez y Gutiérrez, 2015).

#### **2.1.2.2. Enfoque Político**

Involucra teorías que enfatizan el poder de los negocios en la sociedad y el uso responsable de ese poder en la política, básicamente, considera una relación entre las empresas y las comunidades en las que participan, dado el poder

e influencia que cada organización tiene en la economía.

Se pueden mencionar dos grupos en los que se desarrolla este enfoque, el primero es macroeconómico y social, basado en la hipótesis de que la responsabilidad de la empresa es utilizar eficazmente sus recursos para incrementar las utilidades, y el segundo, es microeconomía y adopción de prácticas de RSE como una inversión costo-retorno que cumple con las expectativas de los grupos de interés, contribuyendo a mayores ganancias (Lozano y Parra, 2019).

Con este enfoque, se buscaba comprobar que la creación de riqueza no significa necesariamente que sea considerada una empresa responsable. Adicional, se pueden identificar teorías como el constitucionalismo corporativo, la teoría del contrato social integrado y la ciudadanía corporativa, incluyendo financiamiento corporativo, inversión social o ciudadanía corporativa que compromete alrededor de responsabilidades con la comunidad local (Montañez y Gutiérrez, 2015).

#### **2.1.2.3. Enfoque Integrador**

Afirma que las empresas dependen de la sociedad para su crecimiento, desarrollo y supervivencia. Desde esta perspectiva, las empresas gozan de mayor legitimidad, aceptación y prestigio social (Díez et al., 2014), busca que las empresas integren preguntas sociales en su actuar, enfocándose en captarlas, identificarlas y darles respuesta.

La visión integradora de la RSE ofrece una concepción nueva y compleja de lo que organizaciones entregan, representan y privilegian, las interrelaciones y cómo esto debería ir más allá de los objetivos comerciales y necesidades de la sociedad (Calderón, 2000, como se citó en Cajiga, s.f.), en este sentido, dependiendo de la posición que adopte la empresa en relación con tales acciones, se generará el nivel de implicación con la sociedad.

#### 2.1.2.4. Enfoque Ético

Se basa en las teorías que abordan la responsabilidad ética de las empresas hacia la sociedad. Dentro de estas teorías, se encuentran las relacionadas en el desarrollo de acciones socialmente responsables en respuesta a la realización de derechos universales, como el respeto a los derechos humanos, derechos de los trabajadores, protección del medio ambiente, desarrollo sostenible y actividades de empresas en atención al progreso de las generaciones presentes y futuras. En general, estas teorías se basan en el desarrollo de acciones justas para el bien común (Navarro, 2016).

Este enfoque va más allá del importante potencial estratégico e instrumental de estar directamente vinculado a una buena gestión de la responsabilidad social empresarial, debido a que sus implicaciones están intrínsecamente ligadas a la ética.

#### 2.1.3. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Como se ha mencionado la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, puede cambiar o complementar su enfoque y/o campo de aplicación con el tiempo, surgiendo términos como la correspondencia social, el activismo social, las políticas públicas, la ética o la gestión, coincidiendo en el grado de responsabilidad compartida entre las empresas y los stakeholders. Una forma relativamente sencilla de comprender el alcance de la RSE es la teoría de la pirámide, desarrollada por Carroll (1991, como se citó en Grant Thornton, 2023) que identifica cuatro dimensiones o niveles de esta: económica, legal, ética y filantrópica.

Figura 2. Dimensiones de la RSE



Nota. A partir de Carroll (1991, como se citó en Grant Thornton, 2023).

##### 2.1.3.1. Responsabilidad Económica

Esta dimensión es determinada por la razón de ser de la empresa, es decir, la maximización del valor para los accionistas en un mundo de restricciones regulatorias, técnicas y presupuestarias. Forma la base de la pirámide y cuyo propósito es producir bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Para compensar la provisión de estos bienes y servicios, la empresa debe generar una ganancia o beneficio económico aceptable.

##### 2.1.3.2. Responsabilidad Legal

La segunda dimensión, es aquella que involucra todas las normativas y/o regulaciones, así como las leyes, a las que deben dar cumplimiento en su operación las empresas.

Esta responsabilidad, considera la relación entre las causas, la circunstancia y las consecuencias que conllevan las actividades de la empresa, por lo que se divide en dos aspectos: la responsabilidad objetiva, cuya base es el resultado y lo único que importa para imponer sanciones, y la responsabilidad subjetiva, derivada del error, que incluye la voluntad de producir dicha consecuencia de un hecho jurídico.

##### 2.1.3.3. Responsabilidad Ética

Hace referencia a la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, y evitar o minimizar el daño a las partes interesadas (grupos de interés). Dichas responsabilidades incluyen cumplir con las actividades y prácticas esperadas por las empresas y evitar actividades que los miembros rechazarían, aunque no estén prohibidas por la ley (Dossier, 1953, como se citó en Bowen, 2013),

básicamente, una organización se comporta éticamente cuando cumple con los intereses económicos en el transcurso de su negocio, asumiendo que existen los intereses de los stakeholders.

Las empresas socialmente responsables comprenden la importancia de su rol en la sociedad y el impacto de sus acciones, por lo que promueven aquellas que sean beneficiosas de forma dual.

#### 2.1.3.4. Responsabilidad Filantrópica

Se trata de acciones empresariales que cumplen las expectativas de la empresa en términos de buena ciudadanía corporativa. Dicho comportamiento incluye la participación de las empresas en actividades que promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de las personas. La diferencia entre responsabilidad ética y filantrópica es que la primera ocurre porque la empresa quiere ajustarse a los estándares éticos que ella misma establece con base a lo que la sociedad exige, mientras que la filantrópica no son un estándar esperado en el sentido moral o ético, sino que representan el trabajo voluntario por parte de las empresas, aun cuando la sociedad no las solicite.

En general, la teoría de la pirámide desarrollada anteriormente supone que los cuatro niveles deben ser constantemente atendidos con gran interés, básicamente una empresa con responsabilidad social debe cumplir diversos aspectos, como reportar utilidades financieras, cumplir con la ley, ser ética y buena ciudadana corporativa.

### 2.1.4. Tipos de la Responsabilidad Social

Es importante mencionar que el concepto de RS se adapta al sector o a la situación concreta, entre ellas la RSE, sin embargo, no es el único tipo existe, es por ello por lo que es relevante tener presente los tipos que existen según la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), (2014):

#### 2.1.4.1. Responsabilidad Social Ambiental

Es una decisión ética hacia la ecología y el medio ambiente, busca reducir o evitar el daño a otras especies y a la naturaleza, además, de acciones en beneficio de las futuras generaciones, por las acciones o las no acciones de otra persona o grupo.

#### 2.1.4.2. Responsabilidad Social Empresarial

Compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

“La responsabilidad social corporativa o empresarial es el compromiso de las empresas, tanto interno como externo, de considerar las variables económicas, sociales y medioambientales de su equipo de trabajo y de la sociedad en general” (Serna Group, 2022).

#### 2.1.4.3. Responsabilidad Social Gubernamental

Es la acción se presenta cuando el gobierno asegura y busca programas en beneficio de las mayorías, a través de su gestión. Lo anterior, derivado de las leyes y normas en el país que ayuden al bien de los ciudadanos.

#### 2.1.4.4. Responsabilidad Social Individual

Es responder por las acciones propias, cumplir las obligaciones del rol que cada uno tiene en la sociedad; al mismo tiempo que estemos comprometidos y seamos respetuosos con nuestro prójimo y nuestro entorno familiar, social y mundial.

#### 2.1.4.5. Responsabilidad Social Universitaria

Es la respuesta de universidades para formar ciudadanos con acciones éticas con su entorno. Estas acciones deben generar ideas nuevas para ayudar a resolver problemas sociales y ambientales.



### 3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el presente estudio de Responsabilidad Social Empresarial, se utilizó el instrumento del autor Maignan (2001, como se citó en Wendlandt et al., 2016), debido a su acercamiento con el contexto de estudio. El instrumento mencionado (cuestionario) cuenta con 16 ítems, adaptado al contexto de estudio 22 preguntas. El cuestionario se encuentra estructurado en dos secciones: la primera corresponde a los datos generales como edad, género, programa educativo, semestre, ocupación y nivel de urbanización; y la segunda está compuesta por 16 ítems de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial (económica, legal, ética y filantrópica). La validación del instrumento se llevó a cabo a través de la opinión de cinco expertos en el tema de la RSE, la información recolectada demostró una concordancia en la asignación de congruencia entre las preguntas y los factores (Wendlandt et al., 2016).

Los sujetos de estudio corresponden a los estudiantes universitarios de los Programas Educativos (PE): Ingeniería Civil, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Mecánica e Ingeniería Mecánica Eléctrica, que integran la Facultad de Ingeniería de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos, inscritos en el periodo agosto 2022 – enero 2023. El cuestionario fue aplicado a 269 estudiantes (muestra) de un total de 891 activos (población), usando el muestreo no probabilístico con la técnica de conveniencia. Para la recopilación de la información, el cuestionario fue capturado en “Google Forms” y compartido con los estudiantes. Se trató de un estudio con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal.

Respecto a la confiabilidad del cuestionario se realiza el cálculo de Alfa de Cronbach, dando como resultado un alfa de 0.97 que de acuerdo con George y Mallery (2003) es excelente.

Para dar cumplimiento al objetivo de la investigación y determinar la percepción de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Veracruzana, campus Coatzacoalcos sobre la Responsabilidad Social Empresarial, se utiliza la escala que se aprecia en la Tabla 3.

**Tabla 3.**

*Intervalos de medición de la percepción de la RSE*

Intervalos de medias	Valores
4.1 – 6.0	Positiva
2.1 – 4.0	Indiferente
0 -2.0	Negativa

### 4. RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados de los datos generales, las tablas y gráficas de las dimensiones de la Responsabilidad Social y el nivel de percepción general de los estudiantes respecto al tema de estudio. La mayoría de los estudiantes encuestados corresponden al género masculino con un 78% y el resto al femenino. En lo que respecta a la edad, esta oscila entre los 17 y 24 años, donde el 26% de los encuestados tiene 21 años, seguido del 24% con 18 años, en tercer lugar, los de 20 años y en cuarto los de 19 años, con un 17% y 15% respectivamente, mientras que el 9% cuenta con 17 años, el restante 9% corresponde a los de más de 22 años.

En cuanto al PE, la mayoría de los sujetos de estudio forman parte de Ingeniería Mecánica Eléctrica con un 48%, en una segunda posición se encuentran los de Ingeniería Mecánica con 33%, el 19% faltante, se integra con los universitarios de Ingeniería Civil e Ingeniería Eléctrica, con un 15% y 4% respectivamente.

Por su parte, el grado universitario de los encuestados (semestre), se encuentra representado con un 43% por estudiantes de primer semestre, un 37% de quinto semestre, el 15% de séptimo semestre y un 5% de tercer semestre. También, se identificó la principal actividad u ocupación de los universitarios, donde la gran mayoría, el 67% de estos sólo se dedican a estudiar, mientras que el 33% combinan la actividad de estudiar y trabajar. Finalmente, otro aspecto que se considera en el estudio es la zona urbana o rural en la que habitan los sujetos de esta investigación, dando como resultado que el 83% se encuentra en una zona urbana y el 17% en un área rural.

En la Tabla 4, se aprecia la media de la dimensión “Responsabilidad Económica”, el ítem con la media más alta es el número 3, con un valor de 4.76 donde los universitarios consideran que las empresas deben planear su éxito a largo plazo; seguido del ítem 4, los estudiantes creen que las empresas deben mejorar constantemente para generar beneficios económicos. En sentido contrario, el ítem con la media más baja fue el número 1 con valor de 4.17, debido a que cuestionan si las organizaciones deben preocuparse de primera instancia en maximizar las ganancias, se infiere que esto se debe a que ellos valoran mayormente a otros aspectos.

**Tabla 4.**  
*Dimensión “Económica” de la Responsabilidad Social Empresarial*

	Ítem Cree que las empresas deben ...	Medias
1.	Maximizar las ganancias	4.17
2.	Controlar estrictamente sus costos de producción	4.50
3.	Planear el éxito a largo plazo	4.76
4.	Mejorar siempre los resultados económicos	4.67
<b>Media de la dimensión</b>		<b>4.52</b>

*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

En la Tabla 5, se visualiza la media de la dimensión “Responsabilidad Legal”, el ítem con la media más alta es el 6 con valor de 5, lo cual expresa que los estudiantes perciben que las empresas deben cumplir con sus obligaciones contractuales. En cambio, el ítem 8 se visualiza con una media de 4.89, siendo esta la más baja, en la cual los sujetos cuestiona si las organizaciones respetan los principios definidos por el sistema regulatorio que en las leyes se establecen, en este caso se puede deducir que estos perciben que las empresas actuales respetan en su gran mayoría a las normativas, sin embargo, presentan áreas de oportunidad en algunas ocasiones como por ejemplo que se preparan para auditorias, sin embargo, en el día a día no siempre es de esa manera.

**Tabla 5.**  
*Dimensión “Legal” de la Responsabilidad Social Empresarial*

	Ítem Cree que las empresas deben ...	Medias
2.	Asegurarse de que sus empleados actúan dentro de los estándares definidos por la ley	4.94
3.	Cumplir con sus obligaciones contractuales	5.00
4.	Evitar infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar el rendimiento	4.93
5.	Respetar siempre los principios definidos por el sistema regulatorio	4.89
<b>Media de la dimensión</b>		<b>4.94</b>

*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

Las medias de los ítems que integran la dimensión “Responsabilidad Ética” se aprecian en la Tabla 6, siendo el valor de 4.87 correspondiente al ítem 11 el mejor evaluado, que hace referencia al compromiso con los principios éticos bien definidos de la empresa y la percepción que tienen los universitarios de ello. Seguido de esta media y con diferencia de solo 0.17, se encuentran los ítems 9 y 10, los cuales abordan la percepción que tienen de los estudiantes respecto a las empresas en los ámbitos de cumplimiento con aspectos

éticos sin importan si afectan negativamente el desempeño económico y el aseguramiento al respeto a los principios éticos que son prioritarios sobre el desempeño mencionado, respectivamente. En contraparte, el ítem 12 se posiciona en último lugar, con la media más baja, con un valor de 4.54, donde se les cuestiona a los alumnos si consideran que las empresas evitan el compromiso de los estándares éticos con el fin de lograr los objetivos corporativos.

**Tabla 6.**  
 Dimensión “Ética” de la Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Medias
Cree que las empresas deben ...	
9. Cumplir con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico	4.70
10. Asegurar el respeto a los principios éticos tiene prioridad sobre el desempeño económico	4.70
11. Estar comprometidas con principios éticos bien definidos	4.87
12. Evitar comprometer los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos	4.54
<b>Media de la dimensión</b>	<b>4.70</b>

*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

En la Tabla 7, se visualiza la dimensión “Responsabilidad Filantrópica” de la RSE, en ella los estudiantes evalúan con la media más alta al ítem 16 con un valor de 4.46, donde consideran que el desempeñar un papel importante en la sociedad por parte de la empresa va más allá de la generación únicamente de beneficios económicos, lo que indica que los universitarios visualizan que las organizaciones deben ver las requisiciones de la sociedad como el aspecto de la filantropía más indispensable. En consecuencia, el ítem con la media en segunda posición fue la que señala la ayuda que la empresa debe brindar para resolver problemas sociales. En última posición, se ubica el ítem 15 con la media de 3.91, que hace referencia a la opción que poseen las organizaciones de destinar recursos a actividades filantrópicas.

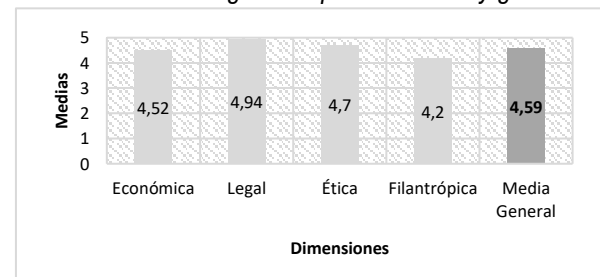
**Tabla 7.**  
 Dimensión “Filantrópica” de la Responsabilidad Social Empresarial

Ítem	Medias
Cree que las empresas deben ...	
13. Ayudar a resolver problemas sociales	4.44
14. Participar en la gestión de los asuntos públicos	3.98
15. Destinar parte de sus recursos a las actividades filantrópicas	3.91
16. Desempeñar un papel importante en nuestra sociedad más allá de la pura generación de beneficios	4.46
<b>Media de la dimensión</b>	<b>4.20</b>

*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

En la figura 3, se visualiza la media por dimensión y la media general, se puede apreciar que sobresale con la media más alta la dimensión “responsabilidad legal”, seguido de la “Responsabilidad ética” con una diferencia de 0.24 en el valor de media, en tercera posición se ubica la dimensión “Responsabilidad económica” y como la más baja, la dimensión “Responsabilidad Filantrópica”.

**Figura 3.**  
 Gráfica de la percepción de RSE de los universitarios de la Facultad de Ingeniería por dimensión y general



*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

En la Tabla 8, se aprecia por categoría la percepción de la RSE con base en la escala de medición definida. Como se puede apreciar todas

las dimensiones: “económica”, “legal”, “ética” y “filantrópica” cuentan con una percepción positiva.

De manera general, la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Veracruzana, campus Coatzacoalcos en el periodo agosto 2022-enero 2023, es positiva.

**Tabla 8.**

*Percepción de RSE de los universitarios de la Facultad de Ingeniería por dimensión y general*

Dimensiones	Medias por dimensión	Percepción por dimensión	Media general	Percepción general
Económica	4.52	Positiva		
Legal	4.94	Positiva	4.59	Positiva
Ética	4.70	Positiva		
Filantrópica	4.20	Positiva		

*Nota: elaborado a partir de la base de datos obtenida de las respuestas de los universitarios en el formulario “Google Forms”, 2023.*

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La RSE se ha convertido en un aspecto fundamental para las empresas, sin excepción alguna, la cual les ha permitido tomar decisiones que involucran a las partes interesadas del negocio y prácticas que beneficien de manera dual. En este escenario, las empresas han dejado de ser solo proveedores de bienes y servicios, para convertirse en referentes, cuya función es influir en la sociedad en su conjunto, considerando a todos aquellos grupos que tienen interés en las mismas.

Otro aspecto que es necesario resaltar, es que en la actualidad la RSE tienen un reconocimiento oficial y legal, esto con ayuda de organismos especializados para monitorear y evaluar el impacto de las actividades corporativas.

Esta investigación permitió conocer la percepción por dimensiones y de manera general de la RSE entre estudiantes universitarios de diversos semestres que forman parte de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Veracruzana del Campus Coatzacoalcos, en donde se aprecia que considerar que las organizaciones tienen sentido de RSE, al valorar de forma positiva su percepción.

El instrumento utilizado para la recolección de datos logró su objetivo, reflejando esto en los resultados obtenidos, es decir, permitió estimar el punto de vista de los estudiantes respecto al tema, donde se apreció que existe de forma positiva. También se visualizó que los estudiantes posicionan en primer lugar a la dimensión legal, en segundo lugar, ética, en tercero el económico y finalmente, a la filantrópica.

Es importante mencionar, que uno de los tipos de Responsabilidad Social es la Universitaria, de ahí lo significativo de conocer la percepción que estos puedan tener del entorno y que además forman parte de las contribuciones que tendrán como profesionales en el campo laboral. En este sentido, se recomienda seguir fomentando acciones de RSE en la universidad que permita incrementar la perspectiva del tema en los estudiantes y futuros profesionales, como participar en la implementación de proyectos e iniciativas de emprendimiento social, con el fin de coordinar la docencia, la investigación y la previsión social.

Finalmente, Camacho (2015, como se citó en García et al., 2023) considera a la RSE como un “estilo de llevar la gestión empresarial, que reconoce e incorpora la relación de permanente interdependencia que existe entre la empresa y sus interlocutores, con intereses comunes”, por ello, las empresas deben considerar las opiniones de los stakeholder externos, y con lo cual podrán obtener diversos beneficios, por ejemplo, mejora de productos y/o servicios, mayor satisfacción y lealtad del cliente, mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, aumento de creatividad e

innovación, mejor posición en el mercado laboral, disminución de costos e incremento en ventas.

## 6. REFERENCIAS

Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE). (2014). *Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad*. <https://responsabilidadsocial.net/glosario-de-terminos/>

Bañón Gómis, A., Guillén Parra, M. y Ramos López, N. (2011). La Empresa Ética y Responsable. *Universia Business Review*, (30), 32-43. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43318798003.pdf>

Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *SCIELO Contaduría y Administración*, (226), 30-48. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>

Botero Botero, L. F. (2009). Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción. *AD-MINISTER Universidad EAFIT Medellín*, (14), 105-123. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7024393.pdf>

Bowen, H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8f>

Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial [Archivo PDF]. <https://www.cemefi.org/centrodedocumentacion/1426.pdf>

Díez Martín, F., Blanco González, A., Cruz Suárez, A. y Prado Román, C. (2014). Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la

Legitimidad de las Empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 325-348. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4639690.pdf>

Freeman, R.E. (2010). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press. [https://books.google.com.mx/books?id=NpmA\\_qEiOpkC&printsec=frontcover&hl=es&source=qbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=NpmA_qEiOpkC&printsec=frontcover&hl=es&source=qbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Friedman, M. (1970). The responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, (33), 122-126.

García Mogollón, J. M., Gamboa Suárez, R., y Jiménez Rodríguez, L. A. (2023). Sostenibilidad en la dinámica de Responsabilidad Social Empresarial en una perspectiva de estándares Gri en el contexto universitario en Colombia. *Mundo FESC*, 13(26), 349-365. <https://doi.org/10.61799/2216-0388.1484>

García Santos, J. J. y Madero Gómez, S. (2016). La Evolución del Concepto de Responsabilidad Social Corporativa: Revisión literaria. *Conciencia Tecnológica* (51), 38-46. <https://www.redalyc.org/pdf/944/94446004006.pdf>

Gendron, C. (2000). Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature managériale. *Centro de Investigación de Innovaciones Sociales*. <https://depot.erudit.org/id/001703dd>

- Gendron, C., Lapointe, A. y Turcotte, MF. (2004). Responsabilité sociale et régulation de l'entreprise mondialisée. *La Review Relations Industrielles/Industrial Relations*, (59), 11-30. <https://www.erudit.org/fr/revues/ri/2004-v59-n1-ri773/009128ar/>
- Gond, J. (2008). *La responsabilité sociale de l'entreprise*. París: Presses Universitaires de France.
- Grant Thornton. (22 de junio de 2023). *De la Responsabilidad Social Empresarial al ESG*. <https://www.granthornton.com.ar/Perspectivas/articulos-y-publicaciones/2023/de-la-rse-al-esg/>
- Guerra, A. (2007). De la Responsabilidad Social Empresarial a la Ética en el cambio organizacional. *Revista de la Facultad de Administración y Contaduría de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado*, 10(18), 77-90. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88001806.pdf>
- Lozano Collazos, M. C. y Parra Jimenez, Y. M. (2019). Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial [Archivo PDF]. Bogotá: Universidad Santo Tomás. [https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17603/2019marialozano.pdf;jsessi](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17603/2019marialozano.pdf;jsessionid=)
- Marquina Feldman, P. & Garriga Cots, E. (2013). Conceptos y Tendencias Actuales de la Responsabilidad Social. En P. Marquina. (Ed.). *Responsabilidad Social: Tarea Pendiente* (pp. 5-30). Pearson.
- Molinero Durand, P. A. [@pablo-adolfo-molinero-durand]. (2020, 15 de abril). *Historia y Evolución de la Responsabilidad Social* [Publicación]. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/historia-y-evoluci%C3%B3n-de-la-responsabilidad-social-molinero-durand/>
- Montañez Moya, G. S. y Gutiérrez Olvera, S. (2015). *La responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*. Guadalajara, Jalisco: Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo del docente. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=652147>
- Navarro Sánchez, L. C. La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 167-186. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056828011>
- Pasquero, J. (2013). La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion: Un regard historique. *Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise*. Presses de l'Université du Québec, 80-111. [https://www.researchgate.net/publication/267721346\\_La\\_responsabilite\\_sociale\\_de\\_l'entr](https://www.researchgate.net/publication/267721346_La_responsabilite_sociale_de_l'entreprise_comme_objet_des_sciences_de_gestion_Un_regard_historique)  
[eprise\\_comme\\_objet\\_des\\_sciences\\_de\\_gestion\\_Un\\_regard\\_historique](https://www.researchgate.net/publication/267721346_La_responsabilite_sociale_de_l'entreprise_comme_objet_des_sciences_de_gestion_Un_regard_historique)
- Quintero Sánchez, R. G., Morales Roela, J. E. y Morán Bermello, K.V. (2018). Retos del marketing social corporativo y responsabilidad social empresarial: caso de estudio - empresas cementeras en Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. [https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/m](https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/marketing-social-corporativo.html)  
[arketing-social-corporativo.html](https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/marketing-social-corporativo.html)  
[//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1807ma](https://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1807marketing-social-corporativo)  
[rketing-social-corporativo](https://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1807marketing-social-corporativo)

Secretaría de Economía. (27 de Mayo de 2016).  
*Responsabilidad Social Empresarial.*  
<https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

Serna Group. (15 de marzo de 2022). *Desarrollo del concepto responsabilidad social.*  
<https://sernagr.com/blog/desarrollo-concepto-responsabilidad-social/>

Villafán Vidales, K. B. (2020). Evolución conceptual de la Responsabilidad Social. *Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas*, 5(10), 69-80.  
<https://rfcca.umich.mx/index.php/rfcca/article/view/145/127>

Wendlant Amezaga, T. R., Álvarez Medina, M. T., Nuñez Ramirez, M. A. y Valdez Pineda, D. I. (2016). Validación de un Instrumento para medir la Responsabilidad Social Empresarial en Consumidores en México. *AD-Minister*, (29), 79-100.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322348399004>

World Commission on Environment and Development (WCED) (1987). *Our common future*. Oxford University Press, Oxford.