
La Responsabilidad Social Corporativa en los Grados en Administración y Dirección de Empresas

Juan Francisco Martínez

juan.f.martinez@uv.es

Profesor Titular de Universidad. Facultad de Economía. Universidad de Valencia.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valencia. Profesor titular del Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras de la Universitat de València. Sus principales líneas de investigación se encuentran en el aprendizaje organizativo y sistemas de gestión (gestión de la calidad, medioambiental y del conocimiento). Su activa participación en gestión universitaria y, desde los cargos ocupados, en la verificación, seguimiento y acreditación de los nuevos planes de estudio de grado y de postgrado, le ha hecho incorporar a los focos de interés anteriores las cuestiones vinculadas con la gobernanza de las universidades y las competencias de aprendizaje relacionadas con los nuevos planes de estudio.

Haydee Calderón

haydee.calderon@uv.es

Profesora Titular de Universidad. Facultad de Economía. Universidad de Valencia.

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia. Profesora Titular de Universidad del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Adscrita al Instituto de Economía Internacional. Sus principales líneas de investigación son el Marketing Internacional, la estrategia de marca y el estudio de la universidad como empresa oferente de servicio. Es autora de publicaciones en revistas na-

cionales e internacionales con índices de calidad elevados. Su vinculación a la gestión universitaria le ha hecho interesarse a nivel de investigación por la relación universidad-entorno.

Trinidad Casasús

trinidad.casasus@uv.es

Profesora Catedrático de Escuela Universitaria. Facultad de Economía. Universidad de Valencia.

Doctora en Matemáticas por la Universidad de Valencia. MA in Economics, European University Institut. Florence, Italy. Profesora Catedrática de Escuela Universitaria del Departamento de Matemáticas para la Economía. Adscrita al Instituto de investigación en Economía Internacional de la Universitat de València. Sus principales líneas de investigación son: Fuzzy sets applied to Economics, Management and Social Science; University Education in Economics and Management. Ha tenido una intensa participación en la gestión universitaria.

RESUMEN

La Responsabilidad Social Corporativa es una tendencia cada vez más extendida en todo tipo de organizaciones que refleja el compromiso que éstas tienen con su entorno próximo y con el conjunto de la sociedad, más allá de sus responsabilidades básicas.

La Universidad no debe permanecer ajena a este movimiento, ni en su propio comportamiento ni en su función de formadora de gestores de empresas que, en el ejercicio de la profesión, deberán mostrar un comportamiento responsable. Así queda patente en distintos compromisos y declaraciones a nivel nacional e internacional, incluso en el RD 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en España, en el que se hace referencia explícita al compromiso social ético de las universidades en la formación de los estudiantes y en su futura actuación como profesionales.

Pretendemos en este trabajo estudiar hasta qué punto la universidad española y, concretamente, el grado de Administración y Dirección de Empresas, responsable de la formación de los futuros directivos, ha incorporado en sus planes de estudio estas cuestiones. Para ello, se analizan los planes de estudio de los grados de ADE en las universidades del sistema universitario español que ofrecen más plazas (y que consecuentemente están formando una parte significativa de los futuros graduados en ADE de nuestro país) y, concretamente, las guías docentes de las asignaturas de formación básica y obligatoria de las áreas de Dirección de Empresas y de Marketing.

Los resultados obtenidos muestran una presencia claramente insuficiente de la temática de la RSC en las competencias y contenidos de los grados en ADE.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Corporativa, universidades, Planes de estudio, Grado en Administración y Dirección de Empresas.

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility (CSR) is a trend increasingly widespread in all kind of organizations that reflects the commitment that a company has with its close environment and with the whole society; beyond the fulfillment of the legal procedure and its basic responsibilities.

The university must not remain alien to this process, neither as a company nor in its role as educator of future companies' agents that should maintain

a responsible behavior. There exist several commitments and declarations, to national and international level, included the law RD 1393/2007 which regulates the arrangement of the university official education in Spain, that explicitly refer to the ethical and social commitment of universities in their students training, and therefore, in their future professional behavior.

Our goal in this paper is to study the way Spanish universities, specifically the new Management and Business Degrees responsible of training of future executives, have included these issues. To reach it, we have discussed the curriculum of the Business and Management degrees offering more seats in the Spanish university system, and specifically teacher's book in basic and compulsory subjects in the areas of Business Management and Marketing.

From the analyzed data, we can conclude that the CSR lacks importance in competences and contents of new Management and Business Degrees.

KEY WORDS

Corporate Social Responsibility, Universities, Study Plan, Management and Business Degrees.

JEL

M14

1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social corporativa (RSC) ha adquirido una gran relevancia en todos los ámbitos del mundo empresarial en los últimos años. Sin embargo se observa que, a pesar de las múltiples declaraciones y acuerdos en este sentido (véase por ejemplo, la iniciativa de Principles for Responsible Management Education derivados de los 10 Principios del pacto mundial, o la Declaración de Talloires) es una cuestión todavía poco trabajada en el contexto de las universidades españolas. Precisamente, tal y como afirman De la Cuesta et al. (2010), dado el potencial efecto positivo que sobre la sociedad tiene la RSC y la gran importancia que la universidad tiene en la sociedad, tanto por su influencia directa como por la que ejerce a través de los profesionales formados en ella, estas deberían asumir la responsabilidad de trabajar en este sentido. El objetivo sería evitar el riesgo que puede tener formar trabajadores capacitados pero exentos de valores sociales, sin una verdadera idea del papel que tienen que tener las empresas en el contexto actual y futuro (De la Cuesta et al., 2010).

En los últimos años se han realizado distintas investigaciones que abordan la RSC en las universidades españolas, aunque mayoritariamente lo hacen desde el análisis de su propia gestión: De la Cuesta et al. (2010) analizan la RSC en la gobernanza de las universidades; Moneva y Martín (2012), estudian la información revelada por una muestra de universidades españolas en sus memorias económicas y académicas publicadas en las páginas web evaluando hasta qué punto la rendición de cuentas llevada a cabo por dichas universidades responde a criterios de RSC; Larrán y Andrades (2013) contrastan si existen diferencias significativas en la percepción que tienen los miembros de los equipos de gobierno y de los Consejos Sociales de las universidades españolas sobre los principales frenos y aceleradores con los que se encuentran tales organizaciones para el desarrollo de prácticas de RSC.

A pesar de las importantes aportaciones de estos estudios, consideramos que para mejorar la visión del desarrollo llevado a cabo en materia de RSC en las universidades españolas, sería necesario profundizar en el análisis de cuál está siendo su papel en las competencias y en los contenidos de las enseñanzas universitarias en el contexto de los nuevos planes de estudio. En los estudios de Fernández y Bajo (2010) y Seto-Pamies, et al. (2011) podemos ver la situación de la RSC en los estudios universitarios de empresa previos a la incorporación de los acuerdos de Bolonia.

Desarrollamos la presente investigación en la que nos proponemos estudiar hasta qué punto la universidad española ha incorporado en sus planes de estudio las recomendaciones del RD 1393/2007, sobre el compromiso social ético de las universidades en la formación de los estudiantes, y por tanto, en su futura actuación como profesionales. El trabajo de Larrán et al. (2012) realiza un

primer análisis sobre el estado de la cuestión de las titulaciones de Economía y Empresa en las universidades españolas en la primera etapa de la implantación de los planes de Bolonia; unos años después, y en pleno proceso de acreditación por parte de la ANECA de los títulos que en su momento fueron aprobados, se nos plantea la necesidad de profundizar algo más en la dirección de cuáles son las asignaturas que tienen algún contenido relacionado directamente con la Responsabilidad Social de la Empresa.

En este trabajo, desarrollamos en primer lugar el marco teórico en el que se establece el concepto de RSC en la empresa y en las universidades, estudiando a continuación los planes de estudio de los grados de ADE de las doce universidades con mayor número de estudiantes del grado en ADE del sistema universitario español, y analizando en qué medida los planes de grado, implantados por vez primera entre 2010 y 2011, contemplan las enseñanzas de RSC en sus materias.

2. MARCO TEÓRICO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

2.1. Concepto de responsabilidad social corporativa

Desde la primera aportación de Bowen (1953) y principalmente a partir de los años setenta, la RSC se ha desarrollado ampliamente y ha sido estudiada por gran número de investigadores. El concepto se ha abordado desde distintos puntos de vista, existiendo una gran heterogeneidad de teorías y enfoques, dependiendo del papel asignado a la empresa. Garriga y Melé (2004) y Secchi (2007) elaboran unos interesantes meta-análisis al respecto.

El Libro Verde (COM, 2001: 4) indica que la RSC es “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una mejor sociedad y un medioambiente más limpio” añadiendo que se llevará a cabo mediante la integración de los “aspectos sociales y medioambientales en las operaciones de negocios y en su interacción con los *stakeholders*” (COM 2001: 6).

Recogiendo algunas de las definiciones más destacadas sobre RSC, De la Cuesta et al. (2003) definen la RSC como el reconocimiento e integración en las operaciones de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores. Para Hurst (2004) la RSC está configurada por las obligaciones que la empresa tiene hacia la sociedad, y en ocasiones se describe como un contrato tácito entre la empresa y la comunidad. De forma similar para Frynas (2006) la RSC se refiere a la preo-

cupación que la empresa manifiesta hacia la sociedad o hacia el impacto que sus acciones tienen en la sociedad. Secchi (2007) aporta que la RSC implica la selección de los objetivos corporativos y la evaluación de los resultados no solo por criterios de rentabilidad y bienestar organizativo, sino también por estándares éticos y juicios de conveniencia social.

Finalmente, citamos la definición aportada por la Mesa de Diálogo Social en España por considerar que es la que abarca de manera más global los distintos aspectos que forman parte de la RSC que pueden trabajarse desde la empresa: "teniendo en cuenta el carácter global de la RSC y, entendida ésta como una contribución y una oportunidad para el desarrollo sostenible, el crecimiento económico y la cohesión social, se puede definir la RSC como un conjunto de compromisos de diverso orden económico, social y medioambiental adoptados por las empresas, las organizaciones e instituciones públicas y privadas y que constituyen un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones legales, contribuyendo a la vez, al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible" (Ministerio de Asuntos Sociales, 2007: 3).

Las experiencias de las empresas y organizaciones españolas en el ámbito de la RSC han demostrado que es un instrumento de gestión empresarial que permite a las mismas mejorar y reforzar su impacto positivo en la sociedad, integrando responsabilidad, sostenibilidad, competitividad y participación. Así, por ejemplo, la gestión de la diversidad en la empresa, en el marco de una política de igualdad de trato y oportunidades, y no discriminación, a la vez que persigue optimizar el proceso empresarial y mejorar la competitividad y las condiciones de trabajo, contribuye y mejora indirectamente la participación de ésta en las políticas de integración social, y por tanto, contribuye a la cohesión social (CERSE, 2011).

2.2. La RSC en la enseñanza universitaria

A través de la RSC, de acuerdo con Moneva y Martín (2012), las instituciones universitarias deben comportarse como modelo de aprendizaje y práctica para el desarrollo sostenible desde una doble perspectiva:

- Desde el punto de vista del comportamiento de la propia entidad y del impacto de las actividades desarrolladas (docencia, investigación y gestión) y
- Desde el punto de vista de la incidencia de su actividad sobre el resto de la sociedad en un entorno en el que la educación superior, la investigación y la innovación se consideran factores clave para afrontar los retos de la globalización y de una sociedad basada en el conocimiento que garantice el bienestar de los ciudadanos y el desarrollo sostenible.

Así pues, es importante la incorporación de la responsabilidad social tanto en el diseño de la oferta académica como en la definición de la misión, visión y estrategia corporativa de las instituciones universitarias (Muijen, 2004; Larrán y López, 2009). Sin embargo, tal y como aportan Moneva y Martín (2012) y Larrán y Andrades (2013), aunque la mayoría de instituciones han firmado declaraciones y compromisos de sostenibilidad en la educación, sólo unas pocas incluyen actividades docentes relacionadas con la RSC.

Efectivamente, la contribución de la universidad a la RSC se materializa fundamentalmente a través de distintos compromisos y declaraciones, a nivel nacional e internacional, que ponen de manifiesto la necesidad de una mayor implicación por parte de las universidades con su entorno, así como de una mayor rendición de cuentas a la sociedad (Larrán y López, 2009). Pero dado el carácter formativo de las universidades, esta manifestación de RSC no debería ser suficiente. En su papel de formadores, las universidades deberían incorporar a sus ejes educativos la concienciación de la necesidad del comportamiento ético y responsable de los estudiantes en su futura actividad profesional. Con este objetivo, en el último decenio, instituciones y administraciones han desarrollado una serie de iniciativas que tratan de establecer los pilares con los que mejorar la formación de las personas en estas cuestiones y que a continuación, sin ser exhaustivos, planteamos de forma cronológica.

Entendiendo que la RSC engloba los aspectos éticos, sociales y el desarrollo sostenible, vemos cómo en la iniciativa del Decenio de Educación para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas para el período 2005-2014, se establece que los Estados deben incorporar a sus sistemas de educación reglada y no reglada una visión de la economía, el crecimiento y el desarrollo que englobe la vitalidad económica, la justicia, la cohesión social, la protección del medio ambiente y la gestión sostenible de los recursos naturales (UNESCO, 2006).

Así mismo, la revisión de la Estrategia de Desarrollo Sostenible del Consejo de Bruselas (COM, 2006), y las Directrices Integradas para el crecimiento y el empleo 2008-10 (COM, 2007), establecen que una de las funciones principales de las universidades es contribuir al fortalecimiento de los valores del modelo social europeo y la consecución de los objetivos económicos, sociales y medioambientales.

Según el RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en España, en su Anexo I en el que se sientan las bases de la memoria de la solicitud, se establece entre los objetivos que se garantizarán, como mínimo, las siguientes competencias básicas, en el caso del Grado, y aquellas otras que figuren en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, MECES:

- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Además, el propio decreto establece que el compromiso social ético es una competencia interpersonal enmarcada en las competencias transversales de trabajar en equipo. En el contexto del EEES, las competencias transversales deben ser desarrolladas y evaluadas a través de las distintas asignaturas de los planes de estudio. En algunos casos, las competencias transversales pueden adquirirse a través de asignaturas diseñadas exclusivamente para dicho fin. Sin embargo, no es la opción más habitual (Martínez y Cegarra 2012). Consecuentemente, surge el reto de integrar estas competencias, junto con las competencias específicas, en una misma asignatura (Laluzza, 2008).

La EU2015 es una iniciativa del Gobierno de España establecida en 2008, encaminada a la modernización de las universidades españolas mediante la coordinación de los correspondientes sistemas universitarios autonómicos y el desarrollo de un moderno Sistema Universitario Español. Esta iniciativa, impulsada inicialmente en 2008 por el Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN), está pilotada por el Ministerio de Educación. La Estrategia Universidad 2015 establece que el modelo de Universidad de España pone las bases de la universidad con un carácter humanístico y una dimensión dual e indisoluble docencia-investigación, que se proyecta en el ámbito del doctorado y que incorpora como elemento fundamental la tercera misión, la transferencia de conocimiento y tecnología y la responsabilidad social universitaria. El ejercicio de responsabilidad social de las universidades y el compromiso social de las mismas se alcanzará en la medida en que las universidades desarrollen sus funciones, procurando alcanzar niveles óptimos de sostenibilidad en todas sus dimensiones e incorporando en su modelo formativo prácticas docentes y de aprendizaje que integren adecuadamente la preparación para la práctica profesional y para el ejercicio de responsabilidad social de sus estudiantes y titulados (Ministerio de Educación, 2010).

En julio de 2009 se constituyó un grupo de trabajo sobre la educación, formación y divulgación de la RSC, con el objetivo de elaborar un dicta-

men sobre los contenidos de nuestra enseñanza reglada y no reglada de los nuevos requerimientos de la RSC (CERSE, 2010). La Comisión constató la carencia de información disponible públicamente sobre los cambios en los contenidos de las enseñanzas medias y universitarias. Así mismo, entre las conclusiones recogidas, se expone la necesidad de un mayor esfuerzo para la incorporación de los principios del Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social en todas las etapas del sistema educativo.

Hasta la fecha no hay ningún estudio que verifique el nivel de desarrollo de los aspectos relacionados con la RSC centrado en las asignaturas de las áreas de *management* o de *marketing*, que pueden ofrecer un punto de vista general e integrador de la materia. Por ello, en este trabajo, nos proponemos constatar cuál ha sido la repercusión de las indicaciones expuestas anteriormente sobre la inclusión de la RSC en los planes de estudio y las guías docentes de las asignaturas de estas dos áreas de conocimiento en el grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE). Consideramos para ello las doce universidades españolas con mayor número de estudiantes matriculados en el Grado de Administración de Empresas, cuya suma de número de estudiantes de GADE representa el 48,25% de estudiantes universitarios españoles matriculados en dicho grado (de acuerdo con los datos proporcionados por la base de datos Consumer-Eroski, consultada el 19/11/2013).

3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la selección de las universidades españolas cuyos planes de estudio vamos a analizar (Tabla 1), hemos tomado como único criterio el número de plazas que se ofrecen en GADE. De esta forma, pretendemos conseguir una muestra lo suficientemente significativa en cuanto al número de estudiantes que presumiblemente se titularán con estos nuevos planes de estudio. Por otra parte, el centrarnos en titulaciones con muchos estudiantes permite presuponer un claustro de profesorado más amplio y variado, que podría llevarnos a una mayor flexibilidad en el proceso de elaboraciones de planes de estudio y, a su vez, a una mayor posibilidad de adaptarse a los nuevos requerimientos del entorno universitario y, como consecuencia, mayor oportunidad de cambio.

Tabla 1. Universidades analizadas

UNIVERSIDADES	Nº estudiantes ADE de nuevo ingreso
Universitat de Barcelona (UB)	1150
Universidad de Murcia (UMU)	588
Universidad de Sevilla (USE)	513
Universidad Complutense de Madrid (UCM)	477
Universitat de Valencia (UV)	440
Universidad de Málaga (UMA)	407
Universidad de Zaragoza (UZ)	400
Universidad del País Vasco (UPV)	370
Universidad Carlos III (UC3M)	310
Universitat Ram3n Llull (URLL)	300
Universidad de Santiago de Compostela (USC)	300
Universidad P3blica de Navarra (UPN)	300

Fuente: elaboraci3n propia.

Para ello, hemos hecho uso de la base de datos on-line de Universia (<http://estudios.universia.net/espana>), el buscador de estudios de la ANECA (<http://srv.aneca.es/ListadoTitulos>) y la base de datos de Consumer Eroski (<http://universidades.consumer.es>). Las tres bases de datos se estructuran como buscadores que permiten localizar la informaci3n b3sica sobre universidades y titulaciones espa3olas. La 3ltima aporta, adem3s, el n3mero de plazas ofertadas.

Conocido el conjunto de universidades que ofrecen GADE en el Sistema Universitario Espa3ol, seleccionamos para su estudio aquellas universidades cuyos grados ofrecían al menos 300 plazas de nuevo acceso. El total de estudiantes de GADE atendidos por estas universidades supone el 48,25% del total del alumnado en Administraci3n y Direcci3n de Empresas en Espa3a.

A los planes de estudio se tuvo acceso a trav3s de las p3ginas web de las Universidades seleccionadas. Cuando no estaban disponibles en dicha web, se accedi3 a la publicaci3n del plan de estudios en el BOE.

El estudio se ha realizado sobre las materias que consideramos relacionadas directamente con el 3mbito de la empresa, y donde parece l3gico incorporar alg3n contenido relacionado con la RSC, a saber: todas las asignaturas de formaci3n b3sica y obligatoria de las 3reas de Direcci3n de Empresas y de Marketing. Estas 3reas de conocimiento fueron seleccionadas, en primer lugar, por su contenido y, en segundo, por entender que son las que, a priori, podrían incor-

porar más fácilmente contenidos relacionados con la RSC desde un punto de vista más general, con un impacto transversal en la formación del estudiante y en el análisis de la empresa. El hecho de elegir las materias básicas y obligatorias es por asegurar que tales competencias y/o contenidos son cursados por todos los estudiantes del grado (*versus* las optativas).

4. RESULTADOS

En la Tabla 2 mostramos todas las asignaturas de formación básica y obligatoria de las áreas de Dirección de Empresas y de Marketing que se ofrecen en el grado de ADE de las universidades analizadas.

Tabla 2. Materias de formación básica y obligatoria de las áreas de Dirección de Empresas y Marketing

	UV	UB	UMA	UC3M	UZ	UCM	UPV	UMU	URLL	USC	UPN	USE	
Economía de la Empresa		1					1		1		1	1	5
Fundamentos de Dirección de Empresas	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1	10
Dirección de Empresas			1										1
Dirección estratégica de la empresa	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	13
Fundamentos de Marketing	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	11
Dirección de empresas internacionales	1		1										2
Estrategia de marketing	1	1						1	1				4
Fundamentos de investigación de mercados	1				1	1		1		1	1	1	7
Dirección de Recursos Humanos		1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	10
Organización Industrial		1									1		2

	UV	UB	UMA	UC3M	UZ	UCM	UPV	UMU	URLL	USC	UPN	USE	
Dirección de Operaciones		1	1	1	1	1			1	1	1	1	9
Distribución comercial			1		1								2
Control estratégico de gestión			1										1
Creación de empresas			1									1	2
Comportamiento organizativo				1					1		1		3
Dirección Comercial			1	1			1	2	1	1	2	1	10
Organización y gestión interna					1	1		1				1	4
Política de la empresa					1		1						2
Métodos de decisión						1							1
Comportamiento del consumidor						1							1
Sistemas informáticos de gestión empresarial							1					1	2
Ética y RSC									1				1
Comercio internacional									1				1
Gestión de la calidad									1				1
	6	8	11	6	9	9	8	10	11	7	9	11	105

Fuente: elaboración propia.

El 62% son asignaturas del área de Dirección de Empresas y el 38% del área de Marketing. Entre las asignaturas estudiadas tan sólo una, Ética y RSC, está dedicada a este tema de manera completa. Dicha asignatura se imparte en la Universidad Ramón Llull y todas sus competencias se centran en el aspecto ético y de RSC: en la necesidad de la reflexión ética en el mundo de los negocios y en la adquisición del compromiso ético en el ejercicio de la profesión.

En la Tabla 3 hemos reflejado las asignaturas que contienen al menos un tema completo sobre Ética y/o RSC. Observamos que únicamente en seis asignaturas aparece un tema completo relacionado directamente con este aspecto: cinco asignaturas de Dirección de Empresas y una asignatura de Marketing. Entre la tabla anterior y ésta, vemos cómo únicamente hay 7 asignaturas de 105 que traten la Ética y/o la RSC de manera específica.

Tabla 3. Asignaturas con al menos un tema de contenidos de ética y/o RSC

UNI	MATERIA	TEMA
UMA	Dirección de empresas	- Responsabilidad social y ética
UC3M	Comportamiento organizativo	- Percepción, ética y toma de decisiones - Cultura, Responsabilidad Social y Cambios en la organización
UPV	Dirección Estratégica de los Recursos Humanos	- Evaluación de la estrategia. La auditoría social estratégica
USC	Dirección Comercial	- Ética, responsabilidad social y sostenibilidad
USC	Estrategia Empresarial	- Responsabilidad Social Corporativa
USE	Administración de Empresas	- Cultura, Ética y Responsabilidad Social: administrar en entornos multiculturales

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 4 se muestran aquellas asignaturas que contienen algún epígrafe sobre Ética y/o RSC. No se han tenido en cuenta las asignaturas reflejadas en la Tabla 3. Es interesante observar en qué apartados y cómo se introducen estos contenidos en las asignaturas. Si tenemos en cuenta la información de las tablas 3 y 4, en el ámbito de la Dirección de Empresas el 26% de las asignaturas contienen un tema o un epígrafe de tema dedicado a la Ética y/o RSC, y en las asignaturas de Marketing el porcentaje es similar, el 25%.

Tabla 4. Asignaturas que contienen algún epígrafe sobre Ética y/o RSC

UNI	ASIGNATURA	TEMA/S	CONTENIDO
UV	Fundamentos de la Dirección de Empresas	3. El entorno de la empresa	3.3. La responsabilidad social de la empresa
UV	Dirección estratégica de la empresa	2. Propósito estratégico	2.3. Responsabilidad social corporativa
UV	Marketing	1. Marketing: concepto y evolución	1.4. Ética y responsabilidad social en marketing

UNI	ASIGNATURA	TEMA/S	CONTENIDO
UV	Dirección de empresas internacionales	1. La globalización de la economía	1.3. Globalización, ética y regulación de las Empresas Multinacionales
UV	Estrategia de marketing	4. Estrategias de marketing cooperativas I	4.2. Estrategias de marketing social 4.3. Estrategias de responsabilidad social corp.
UV	Fundamentos de investigación de mercados	1. Investigación de mercados y marketing	1.3. La ética y práctica de la investigación de mercados: empresas y asociaciones de investigación de mercados
UMA	Creación de empresas	6. Performance en la creación de empresas	6.1. Ética y Responsabilidad Social Corporativa
UC3M	Fundamentos de administración de empresas	3. Los objetivos de la empresa	3.3. El papel de los grupos de interés en la fijación de objetivos: la responsabilidad social corporativa
UCM	Investigación Comercial	1. Naturaleza y características de la inv. comercial	1.5. La ética en la investigación comercial
UCM	Dirección Estratégica	2. Los objetivos y los valores de la empresa	2.4. Los valores de la empresa 2.4.1. La responsabilidad social corporativa 2.4.2. La ética empresarial
UPV	Dirección Comercial: Introducción	1. Marketing: gestión de relaciones rentables con los clientes	1.10. Acciones civiles y públicas para regular al marketing 1.11. Pautas para conseguir un Marketing socialmente responsable
UPV	Dirección Estratégica: Política de Empresa	2. Misión, visión y valores fundamentales de la empresa	4. Misión y Visión 5. Valores, principios y ética
UMU	Dirección de RR HH	8. Temas actuales en dirección de RRHH	8.2. Gestión de la diversidad y recursos humanos
UMU	Dirección de Marketing II	7. Dirección de ventas y venta personal	2. Aspectos éticos en la venta personal
URLL	Dirección de RR HH	7. Valores y actitudes. Satisfacción en el trabajo. Consideraciones Globales	Ética en los Recursos Humanos
URLL	Dirección Estratégica	1. El concepto de estrategia 3. Análisis de la empresa (interno)	1.8. Valores, ética y responsabilidad social 3.15. El código ético
USC	Investigación Comercial	2. Concepto y naturaleza de la investigación comercial	Anexo: La ética en la I.C.

UNI	ASIGNATURA	TEMA/S	CONTENIDO
UPN	Economía de la Empresa	4. El entorno de la empresa	4.4. La Responsabilidad Social de la empresa
UPN	Diseño y Comportamiento Organizativo	2. Personalidad y valores 3. Percepción y toma de decisiones individual 11. Poder y política	2.3. Relación de la personalidad y los valores de las personas con el lugar de trabajo 3.6. ¿Qué hay de la ética en la toma de decisiones? 11.7. La ética del comportamiento político
UPN	Dirección Comercial I	8. Temas emergentes en marketing	8.3. Ética y responsabilidad social en el mk
UPN	Investigación de Mercados	1. La investigación de mercados en la empresa	1.5. Aspectos éticos y legales de la Investigación de mercados

Fuente: elaboración propia.

Podemos diferenciar entre contenidos introductorios-conceptuales, contenidos que desarrollan el entorno de la empresa, contenidos sobre la estrategia y contenidos sobre la implementación o praxis.

- En las asignaturas de Dirección de Empresas que incorporan contenidos sobre RSC, el 23% de las asignaturas lo hacen en la parte introductoria-conceptual, el 30% en el análisis del entorno, el 23% en el desarrollo estratégico y el 23% en la parte operativa.
- En las asignaturas de Marketing que tienen algún apartado sobre RSC, el 55% de las asignaturas introducen la RSC en la parte introductoria-conceptual, el 11% en el desarrollo de la estrategia y el 33% en la parte operativa.

En cuanto a las universidades estudiadas, la Universidad de Valencia con 6 asignaturas y la Universidad Pública de Navarra con 4, son las más destacadas.

La Tabla 5 recoge aquellas asignaturas entre cuyas competencias aparece alguna relacionada con la Ética y la RSC, aunque esto no se traslade de una manera directa a los contenidos tratados. En total 19 asignaturas tienen este comportamiento, de las 105 asignaturas contienen entre sus competencias (tan sólo en ellas) el compromiso ético. El 14% de las asignaturas de Dirección de Empresas analizadas y el 25% de las de Marketing.

Tabla 5. Asignaturas que sólo contienen competencias relacionadas con la Ética y/o la RSC

UB	Dirección Estratégica	Compromiso ético y reconocimiento de los derechos fundamentales.
UC3M	Marketing	Adquirir un comportamiento ético en la dirección de marketing. Adquirir un comportamiento ético en el desarrollo de investigaciones de mercado siguiendo de código deontológico de ESOMAR.
UC3M	Dirección Comercial	Adquirir un comportamiento ético en la dirección de marketing.
UC3M	Dirección estratégica	Tener un comportamiento ético en la toma de decisiones estratégicas.
UZ	Dirección de recursos humanos	Compromiso ético en el trabajo.
UPV	Dirección Comercial: Políticas	Saber buscar, identificar, analizar y sintetizar información proveniente de diversas fuentes, con capacidad crítica para valorar la situación y previsible evolución de una empresa, emitir juicios razonados y tomar decisiones sobre cuestiones relevantes de índole económico-empresarial, social y ético.
UMU	Administración de Empresas	Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional. [Transversal4] Competencia 5. Despertar la inquietud por el rigor, la ética en el trabajo y el interés por la ampliación de conocimientos y búsqueda de información.
UMU	Diseño Organizativo	Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional.
UMU	Dirección de Marketing I	Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional. Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo.
UMU	Investigación de Mercados	Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional.
UMU	Estrategia de Marketing	Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional. Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo.
URLL	Marketing	Los estudiantes serán capaces de contemplar la dimensión ética en sus decisiones de marketing (comportamiento ético).
USC	Fundamentos de Dirección de Empresas	Inculcar el sentido de la ética en la dirección de empresas y destacar la importancia de un comportamiento socialmente responsable por parte de la empresa y su dirección.
USC	Fundamentos de Gestión de Recursos Humanos	Desarrollo de sensibilidad cara los problemas humanos.
UPN	Gestión de Recursos Humanos	Compromiso ético en el trabajo. Respeto de los derechos humanos.

USE	Introducción al Marketing	Compromiso ético. Comprensión de culturas y costumbres de otros países.
USE	Dirección Comercial	Compromiso ético.
USE	Dirección de Recursos Humanos	Compromiso ético.

Fuente: elaboración propia.

Recopilando la información mostrada, en el conjunto de las universidades analizadas, sólo hemos detectado una asignatura obligatoria de RSC en el Grado de ADE y 6 materias que contienen un único tema (en 5 de las 12 universidades estudiadas). En 21 asignaturas encontramos uno o varios apartados, que pertenecen a 10 de las 12 universidades estudiadas. Hay 2 grados en ADE, los de la UB y la UZ, cuyos contenidos obligatorios de las asignaturas de empresa no contienen ningún apartado relacionado con la RSC. En total 19 materias, en su declaración de competencias, señalan que procuran alcanzar (mayoritariamente) un compromiso ético, entre ellas una materia en la UB y otra de la UZ, y aunque esta competencia se considera transversal, no tiene un traslado claro en los contenidos planteados en las mismas.

5. CONCLUSIONES

El estudio llevado a cabo por Seto-Pamies et al. (2011) concluía que “solo el 18% de las universidades españolas en 2007 incluían asignaturas de RSC como asignatura específica (stand-alone CSR subjects) en su curriculum, aunque bastantes universidades incluían RSC como tema en alguna asignatura (embedded CSR subjects). El análisis de la realidad que enmarca la RSC en el ámbito universitario de nuestro estudio nos muestra que a nivel institucional sí se ha tomado conciencia de la importancia de la RSC en la formación universitaria. Este hecho que ya se veía reflejado en iniciativas como el Decenio de Educación para el desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (2005-2014) y en la Estrategia de Desarrollo Sostenible del Consejo de Bruselas (2001), donde se concreta en documentos como el RD 1393/2007 regulatorio de las enseñanzas universitarias en España y en la Estrategia Universidad 2015, iniciativa del Gobierno de España (2008). En todas ellas se insta a las universidades a incorporar y/o destacar la RSC en alguna de sus formas en sus prácticas y en el modelo educativo de enseñanza.

Sin embargo, la observación de la realidad de los planes de estudio nos muestra un panorama diferente que no corresponde al interés institucional. De manera general, no todas las universidades incorporan asignaturas, temas o epígrafes sobre RSC en el contenido de los planes de estudio del Grado en

Administración y Dirección de Empresas (o su equivalente), existiendo, además, una gran diferencia entre las distintas universidades. Sólo una de las universidades estudiadas, la universidad Ramón Llull, incluye directamente, entre el conjunto de materias de formación básica y/u obligatoria de las áreas de conocimiento de Organización de Empresas y Marketing, una materia exclusiva sobre Ética y Responsabilidad Social Corporativa. Cabe remarcar el hecho de que la universidad Ramón Llull se define en su presentación como una universidad privada sin ánimo de lucro de inspiración humanista y cristiana, que promueve un servicio público, lo que parece coincidir con las observaciones ya realizadas por Setó-Pamies et al. (2011) en el sentido de que “las universidades privadas y católicas hacen de la RSC un elemento obligatorio de su curriculum. Del resto de materias de formación básica y/u obligatoria analizadas, un total de 105, tan sólo en 6 de ellas se incorpora un tema completo relacionado con la RSC y en 21 uno o varios epígrafes en un tema de carácter general.

Ahora bien, en cuanto a las competencias que se tratan de desarrollar en las materias de las áreas de organización de empresas y marketing, comprobamos cómo el total de las universidades analizadas las incorporan de una u otra forma. Concretamente, todas aquellas materias que incluyen algún tema o apartado de RSC muestran, como es lógico, en su guía docente alguna competencia relacionada con la temática. Sin embargo, también vemos como 19 materias (de 9 universidades diferentes) recogen en las guías docentes alguna competencia vinculada con la RSC, aunque luego no encuentran un traslado directo en sus contenidos. Parece que, en estos casos, se ha tratado de dar respuesta a los requisitos de las exigencias de los procesos de verificación de los títulos, aunque estas declaraciones o buenas intenciones no se han visto reflejadas en contenidos concretos en las materias.

Desde nuestro punto de vista, parece que una buena parte de los estudiantes de GADE no habrán interiorizado a través de las materias obligatorias de sus estudios la importancia que la RSC debe adquirir en su comportamiento como futuros profesionales de la empresa.

Desafortunadamente, esta aparente falta de compromiso de los planes de estudio con el desarrollo de esta temática se encuentra avalada por la poca importancia que el mercado de trabajo otorga a que los futuros egresados adquieran conocimientos y concienciación sobre la RSC. Marzo, Pedraja y Rivera (2008) realizan una investigación cuyo objetivo es la identificación de las necesidades reales del mercado de trabajo, en lo referido a los conocimientos y competencias requeridos a los titulados universitarios españoles. Resulta desesperanzador constatar que, en contra de las tendencias hacia la exigencia de una responsabilidad social empresarial, uno de los aspectos que son escasamente demandados por las empresas es la ética del candidato (0,2%) -dentro

de las Habilidades Sociales-. Este resultado es acorde al obtenido en el estudio realizado por *Tuning Educational Structures in Europe* (González y Wagenaar, 2003).

Así pues, todo parece indicar que el interés social e institucional por la RSC no encuentra una respuesta decidida ni en las organizaciones encargadas del proceso de formación de los futuros directivos ni, tampoco, en los empleados de éstos. En estos momentos, en que nos encontramos ya inmersos en los procesos de acreditación de los títulos de grado implantados dentro del proceso de convergencia de Bolonia, cabrá replantearse la presencia de la Responsabilidad Social Corporativa como un elemento necesario en la formación de nuestros estudiantes universitarios en general, y en particular de aquellos estudiantes de grados relacionados con la Empresa. Parece que a nivel institucional la voluntad está clara, pero la implementación aún tiene que evolucionar.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOWEN, H.R. (1953). *Social Responsibilities of Businessman*. New York: Harper & Row.

CERSE, Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (2010). *La Responsabilidad Social de las Empresas, RSE, el Desarrollo Sostenible y el Sistema de Educación y Formación*. Recuperado de http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/docs/110503_GRUPO_DE_TRABAJO_RSE_Y_EDUCACION.pdf

CERSE, Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (2011). *Gestión de la Diversidad, Cohesión Social y Cooperación al Desarrollo* Recuperado de http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/docs/110503_GRUPO_DE_TRABAJO_GESTION_DE_LA_DIVERSIDAD.pdf

COM, Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. COM/2001/0366 final Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>

COM, Comisión de las Comunidades Europeas (2006). *Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo relativa a la revisión de la Estrategia para un desarrollo sostenible*

Plataforma de acción. COM(2005) 658 final/2 Recuperado de http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/funciones-estructura/organizacion-organismos/0904712280077c34_tcm7-14843.pdf

COM, Comisión de las Comunidades Europeas (2007). *Comunicación de la*

Comisión al Consejo Europeo – directrices integradas para el crecimiento y el empleo (2008-2010), COM(2007) 803 final – PARTE V.

- CRUZ ROCHE, I. (2007). "El marketing y las conductas éticas: regulación y autorregulación". *Mediterráneo económico*, 11, 19-34.
- DE LA CUESTA, M. PORRAS, A. SAAVEDRA, I. Y SÁNCHEZ, D. (2010). "El compromiso social de la UNED". (coord.) *Responsabilidad Social Universitaria*. Págs. 233-272). La Coruña: Netbiblo.
- DE LA CUESTA, M; VALOR, C Y KREISLER I. (2003). Promoción institucional de la responsabilidad social corporativa: iniciativas internacionales y nacionales. *Boletín ICE Económico: Información Comercial Española*, 2779. Págs. 9-20.
- España. Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Boletín Oficial del Estado, 30 de octubre de 2011, núm. 260. Págs. 44037-44048.
- FERNÁNDEZ, J.L. Y BAJO, A. (2010). The presence of business ethics and CSR in Higher Education curricula for executives: The case of Spain. *Journal of Business Ethics Education*, 7. Págs. 25-38.
- FRYNAS, G. (2006). "Introduction: corporate social responsibility in emerging economies" *Journal of Corporate Citizenship*, 6 (24). Págs. 16-19.
- GARRIGA, E. Y MELÉ, D. (2004). "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". *Journal of Business Ethics*, 53. Págs. 51-57.
- GONZÁLEZ, J. Y WAGENAAR, R (2003). *Tuning Educational Structure in Europe (2001-2002). Informe final. Fase 1*. Recuperado de http://www.ub.edu/cubac/sites/default/files/tuning_educational_structures_espanyol_0.pdf
- HURST, N. E. (2004). *Corporate ethics, governance and social responsibility: Comparing European business practices to those in the United States*. Recuperado de http://www.scu.edu/ethics/publications/submitted/hurst/comparitive_study.pdf
- LALUEZA, F. (2008). *La integración de competencias transversales y específicas en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior: entornos virtuales de aprendizaje y el caso de las relaciones públicas*. 6º Congreso Internacional de Educación Superior, La Habana. 11-15 de febrero. Recuperado de http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:19985&dsID=LA_INTEGRACI__N_DE_COMPETENCIAS_TRANSVERSALES.pdf
- LARRÁN, M. Y ANDRADES, F.J. (2013). "Frenos y aceleradores para la implantación de la responsabilidad social en las universidades españolas". *Revista Prisma Social*, 10. Págs. 233-270.
- LARRÁN, M., LÓPEZ, A. y ANDRADES, F.J. (2012) "El Proceso de Bolonia; ¿Ha propiciado una mayor incorporación de la responsabilidad social en los

grados relacionados con la Economía y la Empresa? *Revista de Docencia Universitaria*, 10(2) 345-363.

LARRÁN, M. Y LÓPEZ, A. (2009). "Son las Universidades Públicas Andaluzas Socialmente Responsables? ¿Por qué?" XIV Workshop en Contabilidad y Control de Gestión "Memorial Raymon Konopka", Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), 5-6 de marzo.

MARTÍNEZ, E Y CEGARRA, J. (2012 "El desarrollo de competencias transversales mediante proyectos de emprendimiento en el marco de una asignatura de dirección de operaciones" *Working Papers on Operations Management*. 3 (2), 9-13. DOI: <http://dx.doi.org/10.4995/wpom.v3i2.978>

MARZO, M; PEDRAJA, M; RIVERA, P. (2008). "Habilidades y competencias demandadas por el mercado laboral". *ICADE. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 73. Págs. 347-363.

Ministerio de Asuntos Sociales (2007). *La Responsabilidad Social de las Empresas: diálogo Social*. Recuperado de http://www.observatorio-rse.org.es/Biblioteca%20de%20Documentos/RSE%20y%20Di%20C3%A1logo%20Social/07_12_05_RSE_DS.pdf

Ministerio de Educación (2010). *Estrategia Universidad 2015. Contribución de las universidades al progreso socioeconómico español*. Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/dctm/eu2015/2011-estrategia-2015-espanol.pdf?documentId=0901e72b80910099>

MONEVA, J. M. Y MARTÍN, E. (2012). "Universidad y desarrollo sostenible: Análisis de la rendición de cuentas de las universidades públicas desde un enfoque de responsabilidad social". *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, Vol. X (19). Págs. 1-18.

MUIJEN, H. (2004). "Corporate Social Responsibility Starts at University". *Journal of Business Ethics*. 53 (1-2). Págs. 235-246.

SECCHI, D. (2007). "Utilitarian, managerial and relational theories of corporate social responsibility" *International Journal of Management Review*, 9(4). Págs. 347-373.

SETÓ-PAMIES, D., DOMINGO-VERNIS, M. y RABASSA-FIGUERAS, N. (2011) "Corporate social responsibility in management education: Current status in Spanish universities". *Journal of Management & Organization* 17, 604-620.

UNESCO (2006). *Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014). Plan de aplicación internacional*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001486/148654so.pdf>

<http://www.unprme.org/>

<http://www.pactomundial.org/>

<http://talloiresnetwork.tufts.edu/wp-content/uploads/DECLARACIONDETALLOIRES.pdf>

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/19162/PROPUESTADE%20UN%20MODELO%20DE%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20UNIVERSITARIA%20EN%20LA%20UNIVERSIDAD%20POLIT%C3%89CNICA%20DE%20V.pdf?sequence=1>