

XV Foro Internacional sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y la Educación Superior (FECIES)
Santander, 11 de Mayo de 2018

EVALUACIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SENSIBILIZACIÓN DEL ALUMNADO DE ECONOMÍA Y DE EMPRESA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y COMPROMISO ÉTICO

Ricardo Jiménez Aboitiz
ricarjim@eco.uva.es
Luis Sánchez Pachón
pachon@eco.uva.es
Emilio Pérez Chinarro
emilio@eco.uva.es
Facultad de CC. Económicas y Empresariales

Simposio: INNOVACIÓN DOCENTE EN ECONÓMICAS

Proyectos de Innovación Docente, UVa
nº 45/2015-2016
nº 141/2016-2017
Nº 137/2017-2018

- 12 Profesores Facultad de CC. Económicas y Empresariales de Valladolid.
- Interdisciplinar: Áreas de Economía Aplicada; Economía Financiera y Contabilidad; Sociología y Derecho Mercantil.

Escenario macrosocial:

- Globalización.
- Desregulación de los mercados.
- Cambios organizativos.
- Desarrollo científico-técnico.
- Flexibilización.
- **Prácticas empresariales poco éticas:** escándalos financieros, corrupción, opacidad, crisis ecológicas, etc.
- **Dualización y desigualdad social:** paro, precariedad laboral y social, pobreza, desprotección social, deslocalización, etc.

Escenario macrosocial:

- **Procesos de individualización.**
- **Democratización.**
- **Incremento de la conciencia social.**
- **Emergencia asociaciones críticas.**
- **Responsabilidad Social Corporativa (RSC):**
 - + Responsabilidad económica.
 - + Responsabilidad sociocultural.
 - + Responsabilidad medioambiental.

Responsabilidad social:

La *Responsabilidad Social (RS)* es la capacidad, compromiso y obligación de cada persona, como individuo o como miembro de algún grupo, de responder por sus acciones u omisiones ante los demás y ante la sociedad en su conjunto.

PARADIGMAS DE UNIVERSIDAD

Paradigma instrumental	Paradigma complejo
Centrada en los contenidos.	Centrada en los contenidos, actitudes y valores.
Formación de profesionales productivos.	Formación de ciudadanos profesionales.
Orientada a las necesidades del mercado de trabajo.	Orientada a anticiparse a las necesidades de la sociedad en su conjunto.
Uso social basado en el estatus, enriquecimiento y reconocimiento individual y en el crecimiento económico.	Uso social basado en la contribución al bien colectivo, la construcción social y al desarrollo humano.

Fuente: Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo UVa, 2009, p.4.

RS en la Universidad:

“La capacidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores, por medio de cuatro procesos claves: **docencia, investigación, gestión y extensión**, satisfaciendo de este modo las responsabilidades de diversa índole contraídas con la sociedad en la que se inserta”

(Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo UVa, 2009).

Objetivo general:

“Describir, explicar, comprender y valorar el grado de sensibilización del alumnado de economía y empresa con las implicaciones de la responsabilidad social y el compromiso ético”.

Objetivos específicos:

- Intentar identificar cuál de los dos paradigmas (*instrumental o complejo*) caracteriza en mayor medida la docencia impartida en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la UVa .
- **¿Domina el Hombre Económico o el Hombre Complejo?**

Hombre Económico	Hombre Complejo
Actor	
Individual	Social
Acción	
Libre	Condicionada
Motivo	
Cálculo racional	Influencia de lo irracional
Ámbito	
Mercado	Sociedad
Motor	
Decisiones aisladas	Decisiones conectadas

Fuente: Pérez Adán, 1997, p.45.

Hipótesis:

- La **formación** recibida **mejora** la sensibilización hacia la RS entre el alumnado de la Facultad.
- Existen **diferencias** entre el alumnado de primer y cuarto **curso**.
- Existen **diferencias** entre el alumnado de los distintos **Grados**.
- Existen **diferencias** por **sexo**.

Técnica:

Encuesta al alumnado de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Variabes:

Variabes dependientes: 30 variables relativas a distintas dimensiones de la RS (1 - 5).

Variabes independientes: Curso, Grado y Sexo.

Tratamiento estadístico:

- Análisis univariable.**
- Análisis bivariante** (Descriptivos, y Análisis de la varianza/Contrastes no paramétricos) para cada variable dependiente con cada variable independiente.
- Análisis factorial** sobre las 30 variables dependientes "Grado de acuerdo..." (1-5) para obtener factores, identificarlos y construir variables escala *MediaFactor #* (1-5). Análisis bivariante con cada variable independiente.

Resultados:

CUADRO 1: POBLACIÓN ENCUESTADA Y MATRICULADA POR CURSO Y GRADO. VALORES ABSOLUTOS Y PORCENTAJES DE POBLACIÓN ENCUESTADA SOBRE MATRICULADA. CURSO 2016-2017

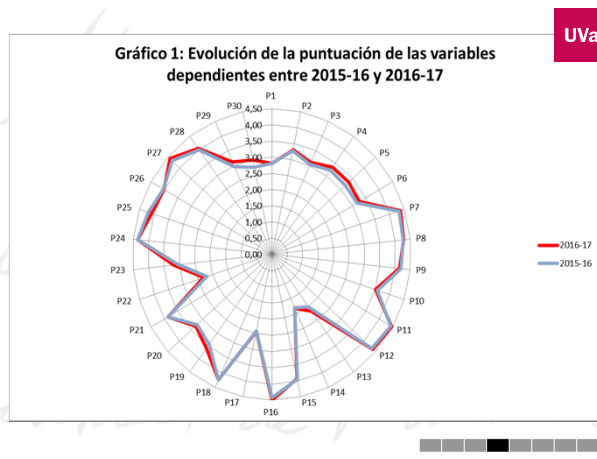
		ADE	ECO	FBS	MIM	TOTAL
PRIMERO	Encuestados (1)	138	65	25	51	279
	Matriculados (2)	266	108	37	67	478
	(1)/(2) %	51,88	60,18	67,56	76,12	58,37
CUARTO	Encuestados (1)	74	32	32	30	168
	Matriculados (2)	128	52	34	48	262
	(1)/(2) %	57,81	61,54	94,11	62,5	64,12
TOTAL	Encuestados (1)	212	97	57	81	447
	Matriculados (2)	394	160	71	115	740
	(1)/(2) %	53,81	60,62	80,28	70,43	60,40

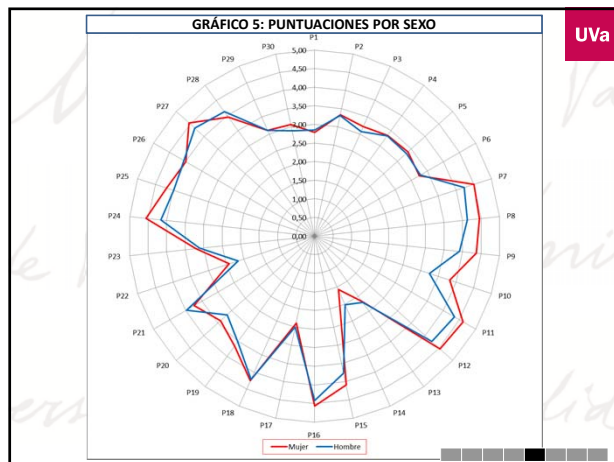
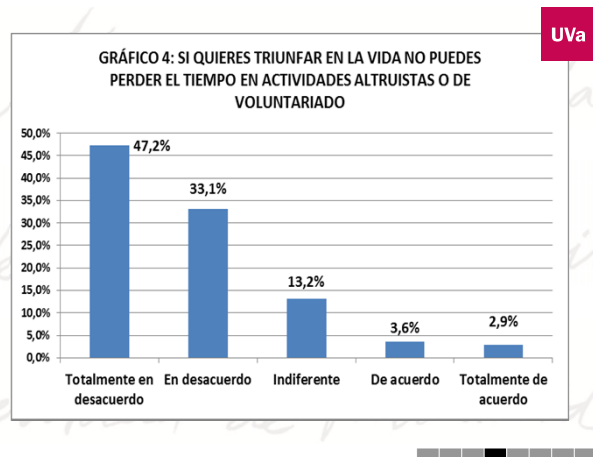
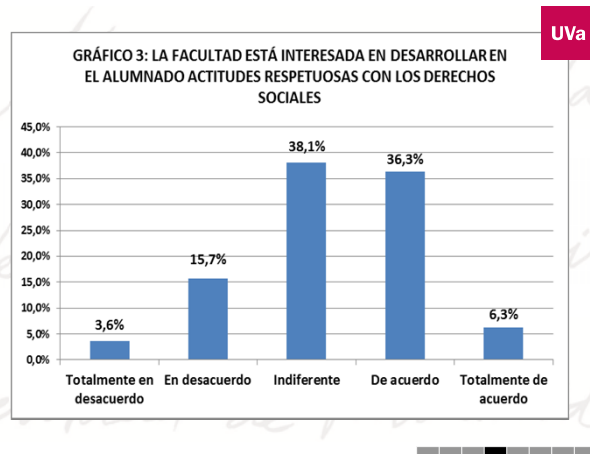
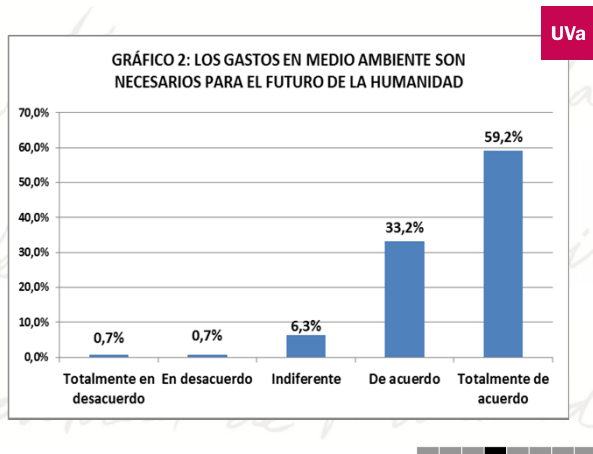
CUADRO 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA POR CURSO, GRADO Y TOTAL. CURSO 2015-2016

		ADE	ECO	FBS	MIM	TOTAL
PRIMERO	% dentro de Curso	49,5	23,3	9,0	18,3	100,0
	% dentro de Grado	65,1	67,0	43,9	63,0	62,4
	% del total	30,9	14,5	5,6	11,4	62,4
CUARTO	% dentro de Curso	44,0	19,0	19,0	17,9	100,0
	% dentro de Grado	34,9	35,0	56,1	37,0	37,6
	% del total	16,6	7,2	7,2	6,7	37,6
TOTAL	% dentro de Curso	47,4	21,7	12,8	18,1	100,0
	% dentro de Grado	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	% del total	47,4	21,7	12,8	18,1	100,0

CUADRO 3: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA POR CURSO, SEXO Y TOTAL. VALORES ABSOLUTOS Y PORCENTAJES. CURSO 2016-2017

		Hombre	Mujer	TOTAL
ADE	N	111	96	207
	% dentro de Grado	53,6	46,4	100,0
	% por Sexo	50,9	45,9	48,5
	% del total	26,0	22,5	48,5
ECO	N	53	37	90
	% dentro de Grado	58,9	41,1	100,0
	% Grado	24,3	17,7	21,1
	% del total	12,4	8,7	21,1
FBS	N	26	28	54
	% dentro de Grado	48,1	51,9	100,0
	% Grado	11,9	13,4	12,6
	% del total	6,1	6,6	12,6
MIM	N	28	48	76
	% dentro de Grado	36,8	63,2	100,0
	% Grado	12,8	23,0	17,8
	% del total	6,6	11,2	17,8
TOTAL	N	218	209	427
	% dentro de Grado	51,1	48,9	100,0
	% Grado	100,0	100,0	100,0
	% del total	51,1	48,9	100,0





UVa

CUADRO 1: MATRIZ DE COMPONENTES ROTACION*

Componente	1	2	3	4	5	6	7	8	9
P12 Es importante ayudar a la gente que, en otra parte del mundo, vive peor que yo	0,726								
P11 Es importante enseñar a las personas con opiniones distintas a las mías	0,608								
P24 Considero importante disminuir las desigualdades sociales	0,582								0,240
P16 Es nuestro deber avanzar hacia una sociedad donde la vida sea más importante que el dinero	0,546								
P28 Salvar derechos por equidad, reducir beneficios de la empresa para aumentar el bienestar de otros personas	0,541								
P8 Reciclar y aprender para, en el futuro, contribuir a crear un mundo más justo	0,526						0,306		
P15 Para el desarrollo económico del país es necesario tener un sólido sector como lo es el comercio ad	0,446								
P14 Si queremos mejorar no podemos perder tiempo en discusiones ideológicas o en voluntariado	0,413							-0,489	0,321
P18 La facultad está interesada en desarrollar en el alumnado actitudes responsables	0,396								
P5 El profesorado de la facultad valora capacidades cívicas del alumnado	0,392								
P19 La Universidad forma personas comprometidas con la sociedad	0,375								
P4 El profesorado de la facultad genera experiencias positivas de contenidos	0,366								
P2 La facultad fomenta valores de responsabilidad social	0,357								0,314
P23 Dejar de comprar ciertos productos por razones políticas o para favorecer el medio ambiente	0,343								
P30 Ello productos que, aunque más caros, no dañen el medio ambiente	0,295								
P10 Para el consumo responsable de recursos naturales	0,281								
P17 La comunidad medioambiental ofrece los actividades empresariales y fomenta el progreso	0,276								
P1 Encuentro de responsabilidad social en estudios	0,271								
P13 Los gastos en medio ambiente son necesarios para el futuro de la Humanidad	0,267								0,245
P20 Para que los resultados sean duraderos	0,254								
P22 No he been ciudadano activo que en asociaciones de carácter social y político	0,248								
P21 Trabajar en grupos permite aprender más	0,245								
P25 Es importante tener una participación social que permita más posibilidades de éxito en el mercado	0,241								
P19 Es importante tener una participación social que permita más posibilidades de éxito en el mercado	0,237								
P26 Me informo del acontecer nacional e internacional	0,231								
P12 Una empresa debe satisfacer los intereses de propietarios y directivos por encima de todo	0,227								
P28 Un buen ciudadano es el que no evade impuestos	0,221								
P27 Cambiar los hábitos de consumo público y privado, los hábitos de vida	0,214								
P18 Para el desarrollo económico del país es necesario invertir en energía renovables y promover el ahorro energético	0,204								
P25 No es adecuado depender en su totalidad de la participación ciudadana en las decisiones importantes del Gobierno	0,194								

UVa

TABLA 1: FACTORES, VARIABLES Y PORCENTAJE DE LA VARIANZA EXPLICADA POR CADA FACTOR

Factores	Denominación	Variables relevantes	% de varianza explicada
1	Motivación proactiva hacia la RS	P8, P9, P11, P12, P14, P15, P20, P24	10,42
2	RS en la docencia	P2, P3, P4, P5, P6	8,40
3	Consumo socialmente responsable	P19, P29, P30	6,90
4	Ética empresarial y medioambiental	P1, P16, P17	5,73
5	Activismo social	P21, P22, P23	5,34
6	Rentabilidad empresarial de la RS	P7, P10	5,07
7	Empatía social	P13, P26	4,67
8	Responsabilidad social en abstracto	P18, P27, P28	4,36
9	Participación ciudadana en lo público	P25	4,35

Fte: Elaboración propia

UVa

TABLA 2: VARIABLES "MEDIAS" PARA CADA FACTOR
MediaFactor1 = (P7 + P8 + P9 + P11 + P12 + P14invert + P15 + P24)/8
MediaFactor2 = (P2 + P3 + P4 + P5 + P6)/5
MediaFactor3 = (P19 + P29 + P30)/3
MediaFactor4 = (P1 invert + P16 + P17invert)/3
MediaFactor5 = (P21 + P22 + P23)/3
MediaFactor6 = (P7 + P10)/2
MediaFactor7 = (P13 invert + P26)/2
MediaFactor8 = (P18 + P27 + P28)/3
MediaFactor9 = (P25)

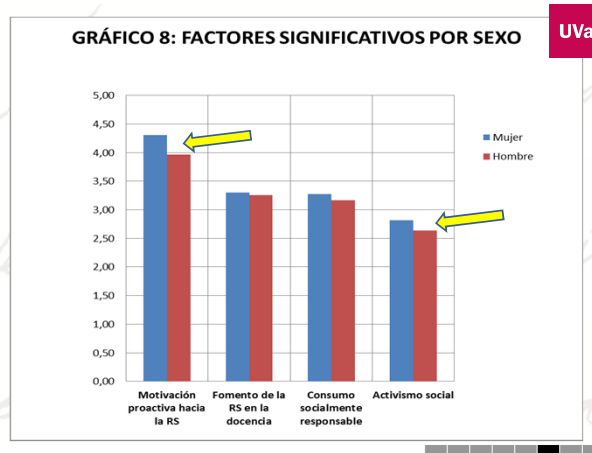
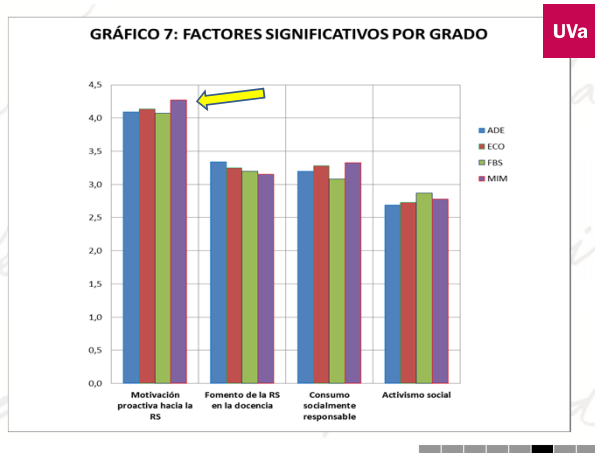
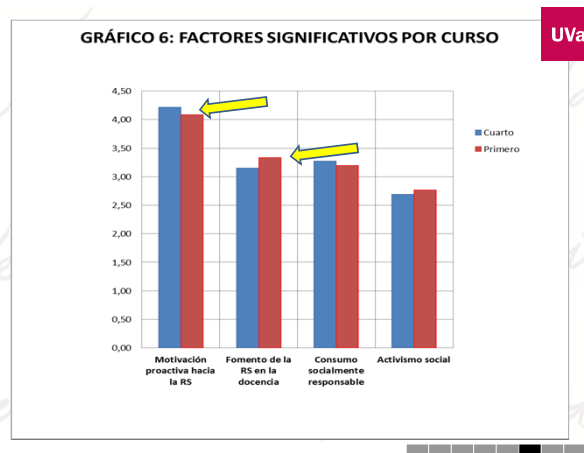
Fte: Elaboración propia

UVa

TABLA 2: VARIABLES "MEDIAS" PARA CADA FACTOR
MediaFactor1 = (P7 + P8 + P9 + P11 + P12 + P14invert + P15 + P24)/8
MediaFactor2 = (P2 + P3 + P4 + P5 + P6)/5
MediaFactor3 = (P19 + P29 + P30)/3
MediaFactor4 = (P1 invert + P16 + P17invert)/3
MediaFactor5 = (P21 + P22 + P23)/3
MediaFactor5' = (P22 + P23)/2
MediaFactor6 = (P7 + P10)/2
MediaFactor7 = (P13 invert + P26)/2
MediaFactor8 = (P18 + P27 + P28)/3
MediaFactor9 = (P25)

Fte: Elaboración propia

- **Media Factor 1: Motivación proactiva hacia la RS.**
- **Media Factor 2: RS en la docencia.**
- **Media Factor 3: Consumo socialmente responsable.**
- **Media Factor 5': Activismo social.**



Resultados:

UVa

- El alumnado **valora positivamente** el desarrollo de la RS en abstracto: conforma una buena “materia prima” con la que trabajar en este ámbito.
- La **predisposición** del alumnado hacia la RS **se incrementa** durante sus estudios en la Facultad.
- El análisis por **curso** muestra que parte del alumnado **no asocia** su aumento de sensibilización hacia RS con la formación recibida.
- Se observan **diferencias** en la concienciación hacia la RS entre los diferentes **Grados**. Sin embargo, no son muchas ni existe un patrón común en ellas.

Resultados:

UVa

- Existen diferencias por **género**, y siempre en el mismo sentido: las alumnas entrevistadas muestran actitudes **más favorables** hacia la RS que sus compañeros varones.
- **Disonancia**: cuando se trata de materializar acciones concretas para el desarrollo efectivo de la RS, el nivel de **compromiso personal real** es **menor** que el enunciado en sus valoraciones en abstracto.
- Las alumnas desarrollan comportamientos socialmente responsables en mayor medida que los alumnos.

Conclusiones:

UVa

¿Domina el *Hombre Económico* o el *Hombre complejo*?:

La lógica del *Hombre Económico*, transmitida en las asignaturas dominadas por el “individualismo metodológico” de la epistemología de la “economía pura”, no ha impregnado la mirada de la mayoría del alumnado entrevistado, **pero...**

Conclusiones:

UVa

- La responsabilidad social y el compromiso ético deben integrar la actividad docente y formativa de los estudios de Economía y de Empresa.
- El profesorado debe intensificar la labor socializadora hacia la responsabilidad social.
- Esa labor se ha de integrar en una estrategia conjunta que ofrezca al alumnado un plan de actuación fuerte, cohesionado y transversal para desarrollar una RS en la docencia que mejore los resultados.



UVa