

Percepción de la responsabilidad social empresarial y prácticas éticas ambientales en una comunidad universitaria

Perception of corporate social responsibility and environmental ethical practices in a university community

  Jorge Baltazar Chávez Bustamante¹

  Gerson Levi Neira Llacsahuanga¹

  Jessmar Anthony Salazar Murillo¹

  Vicsil Oxana Jhade Salazar Murillo¹

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Chetumal, México

Fecha de recepción: 27.07.2024

Fecha de revisión: 28.08.2024

Fecha de aprobación: 01.09.2024

Como citar: Chávez Bustamante, J., Neira Llacsahuanga, G., Salazar Murillo, J. & Salazar Murillo, V. (2025). Percepción de la responsabilidad social empresarial y prácticas éticas ambientales en una comunidad universitaria. *UCV HACER*, 13(3), 45-54. <https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v13n3a4>

Autor de correspondencia: Jorge Baltazar Chávez Bustamante

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es fundamental para el desarrollo sostenible empresarial, equilibrando responsabilidades económicas, sociales y ambientales. A nivel internacional, las pequeñas y medianas empresas presentan actitudes diversas hacia prácticas éticas, destacándose la generación de valor tanto para la sociedad como para las organizaciones, al mejorar el bienestar comunitario y reducir impactos negativos. La percepción positiva de los consumidores hacia la RSE incrementa su fidelidad, fortaleciendo la competitividad empresarial. En el ámbito nacional, los esfuerzos en RSE contribuyen al posicionamiento de marcas, aumentando confianza y diferenciación, aunque enfrentan barreras como confusión conceptual, falta de compromiso interno y carencia de estrategias a largo plazo. La investigación desarrollada consideró por objetivo, identificar la relación existente entre ellas, de naturaleza correlacional descriptiva, con enfoque que se caracteriza por examinar las variables en estudio. Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, se halló una correlación moderadamente positiva entre ambas variables, lo que sugiere que a medida que aumenta una, la otra tiende a aumentar también.

Palabras clave: administración responsabilidad Social, desarrollo sostenible.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is fundamental for sustainable business development, balancing economic, social and environmental responsibilities. At an international level, small and medium-sized companies have diverse attitudes towards ethical practices, highlighting the generation of value for both society and organizations, by improving community well-being and reducing negative impacts. The positive perception of consumers towards CSR increases their loyalty, strengthening business competitiveness. At the national level, CSR efforts contribute to brand positioning, increasing trust and differentiation, although they face barriers such as conceptual confusion, lack of internal commitment and care for long-term strategies. The research developed with the objective of identifying the relationship between them, of a descriptive correlational nature, with an approach that is characterized by examining the variables under study. Using Spearman's rating coefficient, a moderately positive offset was found between both variables, suggesting that as one increases, the other tends to increase as well.

Keywords: administration social responsibility, sustainable development.

INTRODUCCIÓN

En el contexto internacional, Párraga et al. (2024) en su artículo titulado “Percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector manufacturero del Ecuador” nos indican que se examina la actitud las pequeña y medianas universidades de Latacunga, Ecuador, hacia la realización de prácticas éticas como las del RSE, además, analiza cómo estas empresas equilibran sus responsabilidades económicas, sociales y ambientales y apuntan a reducir los impactos ambientales y mejorar el bienestar de la comunidad. Utilizando un enfoque cuantitativo y métodos de investigación de campo y de libros de texto, concluye que integrar la RSE en el núcleo de los negocios es la clave para crear valor para las empresas y la sociedad en general. Además, Serrano et al. (2022) en su artículo llamado “Percepción de los consumidores orenses sobre la Responsabilidad Social Empresarial” nos menciona que el problema se centra en identificar cómo los consumidores valoran las acciones responsables de las empresas y si estas acciones influyen en sus decisiones de compra. Este estudio como iniciativa analizar en la relación entre el comportamiento responsable y la fidelidad del cliente y enfatizar la creciente importancia de la RSE en la competitividad y sostenibilidad de las empresas. Por otro lado, Gómez y Díaz (2021) en su investigación nombrado “Percepción de la responsabilidad social corporativa por parte de estudiantes de educación superior” comenta que el problema se centra en comprender a los estudiantes universitarios perciben la responsabilidad social ante las crecientes expectativas de los stakeholders. Este análisis pretende identificar cómo factores los cuales fueron influenciados y los egresos influyen en esta percepción. Los resultados muestran que las mujeres y jóvenes entre 18 y 24 años, especialmente aquellos con menores ingresos familiares, incrementan la filantropía de las empresas. Se puede observar la importancia de enseñar a los estudiantes responsabilidad social y ética empresarial para mejorar las decisiones que benefician a todos.

En el contexto nacional Vilca et al. (2022), en su investigación titulada “Responsabilidad Social Empresarial y percepción de los clientes de los Bancos Comerciales en Perú”, identifican diversos problemas en la percepción de los clientes respecto a la RSE de los bancos. Un

aspecto crítico es que los clientes consideran insuficiente la contribución de los bancos en la contratación de personal discapacitado, lo que afecta la percepción de inclusión social. Además, aunque algunos perciben que los bancos ofrecen salarios justos, una parte significativa de los encuestados está en desacuerdo, lo que sugiere que hay margen de mejora en esta área. Por otro lado, aunque los bancos muestran preocupación por la salud y seguridad laboral de sus empleados, la falta de apoyo financiero durante la pandemia fue motivo de insatisfacción entre los clientes, quienes consideraron que los bancos no brindaron suficientes facilidades de pago para enfrentar sus deudas. Asimismo, las tasas de interés aplicadas por los bancos también generan una percepción negativa, ya que una mayoría de los encuestados opina que estas no son justas. Estos factores, en conjunto, debilitan la percepción positiva de la RSE en los bancos, a pesar de que algunos aspectos son valorados, lo que resalta la necesidad de mejorar en áreas claves para fortalecer la confianza de los clientes. Sin embargo, Moreyra y Bobadilla (2022), en su artículo titulado “La percepción de Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el posicionamiento de la marca SODIMAC en Tacna - 2019”, identifican que la RSE tiene una relación significativa en la diferenciación, identificación y recordación de la marca. La investigación, realizada con una muestra de 384 clientes de SODIMAC en Tacna, revela que los principios de la RSE influyen directamente en la percepción que los clientes tienen sobre la calidad de los productos y servicios, lo cual se refleja en la mente de los consumidores y fortalece el posicionamiento de la marca. A través del análisis de correlación de Spearman, se determinó que existe una relación fuerte entre la RSE y el posicionamiento, lo que demuestra que los esfuerzos de SODIMAC en políticas de responsabilidad social generan una percepción positiva en sus clientes, especialmente en términos de diferenciación y confianza en la marca. Mientras que Failoc (2019), en su artículo titulado “Responsabilidad Social en el Perú: Problemas y Alternativas”, menciona que, a pesar de los beneficios que trae la responsabilidad social empresarial (RSE) a las empresas comprometidas con prácticas sociales, muchas organizaciones no lo implementan debido al desconocimiento o la percepción de que es un gasto innecesario. El autor señala que la RSE en el Perú todavía está en desarrollo, destacando varios problemas que dificultan

su implementación, como la confusión entre relaciones públicas y RSE, la falta de compromiso de todos los miembros de una empresa, la adopción de soluciones momentáneas en lugar de estrategias a largo plazo, y el incumplimiento de objetivos claros. Asimismo, critica la tendencia de algunas empresas a limitarse al cumplimiento de la ley sin abordar de manera proactiva las necesidades de la sociedad.

En el ámbito local, Juárez et al. (2024), en su investigación titulada “Perspectivas de las prácticas de responsabilidad social corporativa como motor de desarrollo sostenible en las empresas de la Región Lambayeque”, identifican varios problemas sobre la percepción de la RSE en las empresas de Lambayeque. Los autores señalan que, si bien el 73.33% de las empresas considera que sus prácticas de RSE están en un nivel alto, en la dimensión del desarrollo sostenible, un 66.67% de las empresas muestran un nivel medio de eficiencia en el uso de recursos naturales, lo que revela un margen considerable para mejorar en esta área. Además, en la dimensión social, el 66.67% de las empresas indican que sus prácticas de RSE han mejorado la imagen corporativa, pero el 20% refleja un nivel medio en sus contribuciones al bienestar social, lo que sugiere que aún hay desafíos en la implementación efectiva de estas prácticas. Por otro lado, la dimensión medioambiental también presenta dificultades, ya que un 13.33% de las empresas tiene un nivel bajo en sus esfuerzos de sostenibilidad, lo que indica que no todas las compañías toman medidas efectivas para mitigar los impactos ambientales.

En el contexto de trabajos previos en el ámbito internacional, Mendoza y Ramos, (2021). En su investigación llamada “Percepción de la responsabilidad social universitaria en los servidores administrativos de la Universidad Técnica de Machala” nos permite analizar las universidades que promueven y practican la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha vuelto muy importante. Este artículo examina la visión de los administradores de la Universidad Tecnológica de Machala (UTMACH) sobre la RSU en términos de desarrollo, objetivos y beneficios. Se realizó un estudio descriptivo y aplicado y la investigación contribuyó al desarrollo de un modelo de regresión lineal multivariado. Diversas pruebas estadísticas nos permiten tomar decisiones y ayudar con otras estrategias, por ejemplo, la gestión de RSU en la

universidad. Mientras que Murrieta et al. (2022) en su artículo llamado “La Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Veracruzana: una perspectiva desde la ética, el impacto ambiental y la vinculación” informa que, en la educación ambiental, el estudiante comprende el medio ambiente y sabe que sus acciones serán útiles ahora y en el futuro. Las organizaciones son la clave para cambiar la cultura. A partir de la tesis, este artículo analiza el papel de la Universidad del Ecuador en el desarrollo sostenible. Este estudio utiliza un enfoque empírico y concluye que la universidad está creciendo en sostenibilidad y recomienda mejoras para promover la educación ambiental.

En el ámbito nacional, Cruz (2023), en su estudio titulado “Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023”, su fundamental objetivo fue determinar la percepción de la comunidad El Porvenir 2023 sobre la responsabilidad social empresarial. Tuvo un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental de nivel descriptivo y tipo básico. Por tanto, la población fue de 211.729 personas, y la muestra está formada por 383 residentes, es decir. microempresarios de la comunidad de El Porvenir. La técnica e instrumento de investigación utilizado fue un cuestionario. El resultado obtenido fue un valor alfa de Cronbach de 0,918 para el instrumento utilizado. Se concluyó que el 50,4% de la RSE puede considerarse en un nivel alto, ya que las microempresas realizan actividades económicas, sociales y ambientales, orientadas a promover el bienestar de la población de manera solidaria y dinámica. Comunidad Vernier. Además, Rodríguez (2020), en Chimbote, en su tesis titulada “Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de Nuevo Chimbote-2020”. El estudio tenía como objetivo principal describir cómo la comunidad de Nuevo Chimbote percibe la responsabilidad social empresarial. Con un enfoque descriptivo, y un diseño no experimental de corte transversal, se aplicó el estudio a una muestra de 322 pobladores de la localidad. Para obtener la información, se utilizó un cuestionario que medía la percepción de los participantes sobre la responsabilidad social empresarial. A través del uso de estadísticos descriptivos, se logró analizar esta variable, y los resultados fueron reveladores: un 59% de los encuestados consideró que la responsabilidad social empresarial en la zona se encuentra en un nivel alto. Dentro de las dimensiones específicas,

el aspecto “Económico” fue el que más destacó con un 48% en el nivel alto, mientras que en el área “Medioambiental” prevaleció el nivel medio con un 53%, y en la dimensión “Social” también se ubicó en un nivel medio con un 48%. La investigación concluyó que es fundamental concienciar a los empresarios locales para que incrementen su interés y compromiso tanto en lo social como en lo medioambiental, ya que esto no solo asegurará la sostenibilidad de sus organizaciones, sino también el bienestar de la comunidad en la que operan.

Y en el ámbito local Gómez y Díaz (2021). Este estudio denominado “Condiciones climáticas que afectan el trabajo de los trabajadores urbanos en la zona de José Leonardo Ortiz” se enfoca en analizar la naturaleza de las condiciones laborales (variables independientes) de la fuerza laboral (índice de dependencia en 2021). El propósito de determinar esta relación es utilizar métodos cuantitativos, no experimentales y correlacionales. Con una muestra de 30 empleados y una investigación, se determinó que existe relación entre ellos o factores ambientales como las actividades laborales, y se demuestra que mejorar el ambiente conduce a un mejor desempeño. Por otro lado, Díaz y Peña (2020) en su investigación titulado “Delitos ambientales y su incidencia en la responsabilidad civil de las empresas privadas en la región Lambayeque, 2018” nos indica que, para hacer la relación como infracciones climático y compromiso urbano de compañías privadas en Lambayeque en el año 2018, en el contexto de altos niveles de contaminación en el Perú. Se exploraron diferentes enfoques religiosos de los costos sociales “en la naturaleza”, mostrando la importancia de la naturaleza como constitución principal detrás del bienestar humano. Este estudio muestra que el daño ambiental afecta al público en general y el gasto público debe utilizarse de manera adecuada, en términos de daño ambiental y daño financiero.

Marco Teórico

Responsabilidad Social Empresarial

Garcés et al. (2023), sobre la “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE) la definen como el compromiso que adoptan las organizaciones para colaborar en el progreso sostenible enfocándose en realizar sus actividades de manera ética y responsable. Esto implica que las organizaciones consideren no solo los beneficios monetarios,

sino también la repercusión social y ambiental de sus decisiones, buscando generar un equilibrio entre la rentabilidad y el bienestar común.

Nos indica Valbuena y Monfort (2020) que la ética corporativa abarca los fundamentos y normas que orientan la conducta organizacional en la toma de decisiones. Esto incluye la implementación de prácticas transparentes, justas y respetuosas de los derechos humanos, promoviendo un entorno donde prevalezcan la equidad y la integridad en las interacciones con todos los actores involucrados. Para ello contamos con los 3 principales enfoques éticos tales como deontología, El cual se basa en el cumplimiento del deber y la responsabilidad ética, sin importar las repercusiones; Utilitarismo es el que valora ahora las acciones según sus resultados, intentando maximizar el bienestar colectivo y minimizar los perjuicios. Mientras que ética de la Virtud, destaca la naturaleza ética y las cualidades de los individuos dentro de la organización, promoviendo un comportamiento ético continuo.

Prácticas Éticas

Las prácticas éticas ambientales consisten en implementar medidas que protejan el entorno natural mientras se garantizan operaciones empresariales responsables. Las organizaciones que adoptan estas iniciativas buscan minimizar su huella ecológica y promover la sostenibilidad a largo plazo. Estas prácticas incluyen la gestión eficiente de los bienes naturales, la adopción de energías renovables y la reducción de residuos y emisiones.

Además, las universidades, como instituciones educativas y de investigación, juegan un rol clave en el fomento de la Responsabilidad Social Corporativa. Villarreal et al. (2022) Mediante la educación y la colaboración con el sector empresarial, pueden fomentar una mayor conciencia sobre la RSE entre futuros profesionales y líderes empresariales.

Los factores que influyen en la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en universidades incluyen la vinculación universidad-empresa, que fomenta la comprensión de la RSE a través de iniciativas conjuntas; los programas académicos y cursos centrados en sostenibilidad y ética empresarial, que desarrollan la conciencia estudiantil sobre el tema; la participación estudiantil en actividades como voluntariados

o proyectos sociales, que permite practicar los principios de la RSE; las prácticas sostenibles en el campus, que refuerzan la percepción de responsabilidad social mediante medidas como reciclaje y uso eficiente de energía; y las campañas de sensibilización y eventos educativos, que incrementan el conocimiento y valoración de la RSE entre estudiantes y personal.

La implementación de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el ámbito universitario genera un impacto positivo en diversos aspectos que benefician tanto a los estudiantes como a la institución. Uno de los principales resultados es el desarrollo de una mayor conciencia social entre los estudiantes, evidenciado en un incremento de su sensibilidad hacia problemáticas sociales y ambientales.

Beneficios clave

Entre los beneficios clave se encuentra el fortalecimiento de la conciencia social, ya que la RSE promueve la sensibilización sobre los desafíos ecológicos y sociales, estimulando en los estudiantes un mayor sentido de responsabilidad. Asimismo, fomenta la participación estudiantil, alentando su involucramiento en actividades sostenibles y proyectos comunitarios, lo que refuerza su compromiso con la responsabilidad social. Por último, la promoción de prácticas de RSE contribuye a mejorar la reputación institucional. Esto no solo posiciona a la universidad como líder en temas de sostenibilidad y responsabilidad social, sino que también le permite atraer a estudiantes interesados en estos valores y obtener financiamiento para sus proyectos e investigaciones.

En el año 2024, las universidades están mostrando un creciente interés en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su importancia en los contextos académico y social. Sin embargo, muchas instituciones enfrentan desafíos en la implementación efectiva de prácticas que promuevan un desarrollo sostenible y ético. Esto ha generado una percepción diversa entre los estudiantes y el personal sobre la efectividad de estas iniciativas, especialmente en aspectos como el uso responsable de los recursos y la contribución al bienestar social y ambiental.

MATERIAL Y MÉTODO

Enfoque

La investigación desarrollada es de naturaleza correlacional descriptiva, un enfoque que se caracteriza por examinar las variables en estudio con el objetivo de identificar la relación existente entre ellas, sin manipularlas. Según Condori-Ojeda (2020), este tipo de investigación busca entender cómo se relacionan las variables y determinar si existe un vínculo significativo, sin intervención o alteración por parte del investigador. Además, el propósito de la investigación correlacional descriptiva es observar, medir y describir patrones de asociación entre variables, pero sin establecer relaciones de causa y efecto. Como señalan Dueñas-Mora et al. (2022), este enfoque permite identificar y describir la correlación entre variables, como, por ejemplo, el posible vínculo entre un mayor nivel de educación y mejores ingresos económicos, sin afirmar causalidad entre ambas. Por otro lado, este tipo de estudio resulta útil para recopilar información valiosa que ayude a comprender fenómenos y tomar decisiones informadas, especialmente en investigaciones iniciales donde se busca un panorama general de las interacciones entre variables antes de profundizar con estudios experimentales.

Diseño

El diseño de la investigación es no experimental y transversal, lo que significa que las variables no se manipulan intencionalmente. El investigador no interviene ni modifica los comportamientos o procesos de los participantes o elementos estudiados; se limita a observar y analizar la realidad tal como ocurre de forma natural. Adicionalmente, en un diseño transversal, como explica Álvarez-Risco (2020), los datos se recogen en un único momento o en un período corto, proporcionando una “fotografía” del fenómeno en estudio. Este enfoque es ideal para describir y analizar características, condiciones o relaciones entre variables en un instante específico del tiempo, sin realizar seguimientos a largo plazo, como lo haría un diseño longitudinal.

Sujetos de estudio

El grupo objetivo de esta investigación está constituido por los estudiantes de la Universidad Señor de Sipán, ubicada en la ciudad de Chiclayo, durante el año 2024. La institución cuenta con un registro en su base de datos

de los 18,993 estudiantes matriculados en los diversos programas académicos que ofrece. Esta población incluye a todos aquellos que han estado inscritos en al menos una de las escuelas de la universidad durante el período de investigación.

Para la selección de la muestra, se empleará un muestreo no probabilístico por criterio, el cual permitirá seleccionar a los participantes que cumplan con requisitos específicos, como estar matriculados en la universidad en el año 2024 y estar dispuestos a participar en el estudio. El tamaño de la muestra se calculará utilizando el criterio de saturación de datos para garantizar la obtención de información completa y representativa. Además, se tomará en cuenta la diversidad demográfica para asegurar una comprensión integral de las experiencias de los diferentes grupos de estudiantes. Se implementarán medidas de privacidad y se obtendrá el consentimiento informado de los participantes.

El método de muestreo no probabilístico permite al investigador seleccionar intencionalmente a los participantes con características pertinentes al estudio. Por ello, la muestra de 145 estudiantes fue elegida considerando criterios específicos que garantizan la relevancia y representatividad de los datos recopilados.

Técnica de recolección de datos.

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, un procedimiento que permite obtener información precisa con un propósito estadístico específico. Esta metodología facilita la observación y el registro sistemático de las propiedades de las unidades de estudio, delimitadas en términos de tiempo y espacio, dentro de una población o muestra previamente definida.

Instrumento de Investigación.

El instrumento empleado fue un cuestionario diseñado para ambas variables de estudio. Este cuestionario incluyó una serie de preguntas cuidadosamente elaboradas con el objetivo de recabar información relevante de los participantes. La estructura y contenido del cuestionario se desarrollaron con el propósito de garantizar la pertinencia de los datos obtenidos para el análisis de las variables consideradas.

RESULTADOS

Tabla 1
Compromiso Social

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	81	55,9
Excelente	64	44,1
Total	145	100,0

La tabla nos presenta un panorama general del compromiso social de un grupo específico, donde la mayoría de los individuos 55.9% muestra un nivel considerado como “bueno”. Sin embargo, una proporción considerable 44.1% exhibe un nivel “excelente”. Esta distribución sugiere un nivel de compromiso social relativamente alto en el grupo estudiado.

Tabla 2
Impacto en la Comunidad

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	137	94,5
Bueno	8	5,5
Total	145	100,0

Se evidencia que el impacto del proyecto en la comunidad ha sido mayoritariamente percibido como “regular”. El 94.5% de los encuestados calificó el impacto de esta manera, lo que sugiere que el proyecto ha cumplido su objetivo en cierta medida, pero sin generar un cambio transformador. Un pequeño porcentaje, el 5.5%, consideró el impacto como “bueno”, indicando que el proyecto ha tenido un efecto positivo en algunos aspectos.

Tabla 3
Transparencia y Ética

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	136	93,8
Bueno	9	6,2
Total	145	100,0

Se revela una percepción predominante de niveles “regulares” de transparencia y ética en el ámbito evaluado. A pesar de que casi el 94% de las evaluaciones se sitúan en este rango, es evidente la necesidad de mejoras significativas. La baja proporción de calificaciones “buenas” sugiere que existe un consenso generalizado sobre la existencia de áreas de oportunidad en términos de claridad y rectitud en las prácticas.

Tabla 4
Gestión de Recursos Naturales

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	135	93,1
Medio	10	6,9
Total	145	100,0

Se presenta una situación preocupante en cuanto a la gestión de los recursos naturales, evidenciando un nivel de manejo predominantemente bajo. Con un 93.1% de las evaluaciones clasificadas como “bajo”, se observa una brecha significativa entre las prácticas actuales y las necesarias para garantizar la sostenibilidad ambiental. Esta baja gestión podría estar influenciada por diversos factores, como la falta de políticas ambientales robustas, la escasez de recursos económicos destinados a la conservación, o una limitada conciencia sobre la importancia de los recursos naturales.

Tabla 5
Reducción de Impacto Ambiental

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	95	65,5
Alto	50	34,5
Total	145	100,0

Se muestra un panorama general de los esfuerzos de reducción del impacto ambiental, indicando que, si bien existe una conciencia generalizada sobre la importancia de reducir este impacto, la mayoría de las medidas implementadas se clasifican como de nivel medio. Esto sugiere que, aunque se están tomando acciones, aún

hay margen para implementar estrategias más ambiciosas y eficaces. La concentración en medidas de nivel medio podría indicar que existen barreras o limitaciones que impiden alcanzar reducciones más significativas.

Tabla 6
Cumplimiento de Normativas Ambientales

	Frecuencia	Porcentaje
Mínimo	145	100,0

Se observa un panorama preocupante sobre el cumplimiento de las normativas ambientales. Los datos revelan que el 100% de los casos evaluados se clasifican como de “cumplimiento mínimo”. Esto indica una situación crítica en la que las regulaciones ambientales no están siendo respetadas adecuadamente. Es fundamental realizar un análisis más profundo para identificar las causas de este incumplimiento generalizado y tomar medidas correctivas urgentes.

Tabla 7
Correlación entre variables

Correlaciones			
		V01	V02
V01	Coeficiente de correlación	1,000	,621
	Sig. (bilateral)	.	,624
	N	145	145
V02	Coeficiente de correlación	,621	1,000
	Sig. (bilateral)	,084	.
	N	145	145

Rho de Spearman

La tabla de correlación presenta un análisis de la relación entre dos variables, V01 y V02, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman. Se halló una correlación moderadamente entre ambas variables existe una relación positiva, lo que sugiere que a medida que aumenta una, la otra tiende a aumentar también.

DISCUSIÓN

En este estudio se analizó la relación entre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial y las prácticas éticas ambientales en la comunidad universitaria. Los resultados muestran que la mayoría de los participantes perciben positivamente las prácticas de RSE, destacando el compromiso social como “bueno” para el 55.9% y “excelente” para el 44.1%. Estos hallazgos coinciden con estudios previos como el de Cruz (2023), que encontró que la RSE puede tener un impacto positivo, pero es necesario un mayor esfuerzo para transformar la percepción en una acción concreta. Además, la teoría de la Responsabilidad Social Empresarial de Garcés et al. (2023) respaldan estos resultados, al resaltar que la integración de la sostenibilidad ambiental en las universidades debe ser un proceso gradual, con un enfoque en la participación activa de la comunidad universitaria para lograr resultados duraderos.

Los hallazgos indican que la mayoría de los alumnos poseen una visión favorable sobre la Responsabilidad Social Empresarial, evidenciada en un nivel alto de conciencia sobre las prácticas éticas. Esto coincide con los hallazgos de Cruz (2023), quien también reporta una percepción elevada de RSE en las comunidades estudiadas. La mayoría de los estudiantes universitarios parecen comprender la función de las instituciones universitarias en el fomento de la sostenibilidad, como lo resaltan Mendoza y Ramos (2021), quienes apuntan a que la educación tiene un rol crucial en la concienciación y en la concienciación sobre estas temáticas.

La implementación de prácticas éticas ambientales en el campus universitario fue bien recibida, destacándose acciones como la gestión eficiente de recursos y el reciclaje. Sin embargo, algunos participantes señalaron áreas de mejora en términos de visibilidad y participación activa. Este resultado es coherente con lo que propone Garcés (2023), quien afirma que las empresas (y por extensión, las universidades) deben integrar la sostenibilidad de manera visible y tangible para fortalecer la conciencia ecológica. Además, el estudio de Murrieta et al. (2022) sugieren que el fortalecimiento de la educación ambiental es esencial para incrementar la eficacia de estas acciones.

La correlación entre la percepción de la RSE y la adopción de prácticas ambientales éticas muestra que una mayor conciencia sobre la RSE contribuye a una implementación más eficaz de prácticas sostenibles. Este hallazgo refuerza la teoría de la ética empresarial de Valbuena y Monfort (2020), quienes destacan la relevancia de la educación ética es crucial en las organizaciones, sugiriendo que una visión más ética se traduce en mejores prácticas ambientales.

CONCLUSIONES

La investigación ha logrado evidenciar una visión favorable de los integrantes de la comunidad universitaria sobre el valor de la Responsabilidad Social Corporativa y sus implicaciones en el entorno académico. Los hallazgos indican que los alumnos son los más estudiantes y el personal académico valoran positivamente las iniciativas de sostenibilidad de la universidad, reconociendo el compromiso institucional con el medio ambiente y la ética social.

A nivel específico, se observó que, si bien las acciones relacionadas con la RSE y la sostenibilidad ambiental han sido implementadas, existen áreas de mejora en cuanto a la efectividad y el alcance de estas prácticas. A pesar de la percepción positiva, algunos miembros de la comunidad universitaria señalan que las iniciativas aún no cumplen con las expectativas de sostenibilidad, lo que sugiere una falta de integración efectiva de las prácticas en la vida cotidiana de la universidad.

Un aspecto relevante de los resultados obtenidos es la moderada relación entre la percepción de la RSE y la acción práctica. Si bien existe un reconocimiento de la importancia de adoptar prácticas éticas ambientales, la implementación de comportamientos sostenibles por parte de los estudiantes y el personal no es tan generalizada como se esperaba. Esto resalta la importancia de esta necesidad de fortalecer las estrategias de sensibilización y de promover una mayor implicación proactiva de todos los integrantes de la universidad.

En base a los hallazgos, se recomienda a la universidad continuar impulsando y expandiendo sus prácticas de RSE, asegurándose de que sean

más efectivas y ampliamente adoptadas por la comunidad universitaria. Es necesario desarrollar estrategias más inclusivas que involucren a los estudiantes y al personal en la implementación de prácticas sostenibles, fortaleciendo la educación y la participación en acciones concretas que favorezcan el medio ambiente.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no incurrir en ningún conflicto de intereses.

Contribución de los autores:

Autor 1: Elementos teóricos, análisis, metodología y recursos.

Autor 2: Elementos teóricos, análisis, metodología y recursos.

Autor 3: Curación de datos, validación y escritura final.

Autor 4: Curación de datos, validación y escritura final.

REFERENCIAS

Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-de-lima/metodologias-de-investigacion/clasificacion-de-las-investigaciones/49775135>

Condori-Ojeda, P. (2020). *Niveles de investigación*. <https://www.aacademica.org/cporfirio/17.pdf>

Cruz, E. (2023). *Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/34897/Cruz%20Lezama%20Eulalia%20Mitchell.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, F. y Peña, L. (2020). *Delitos ambientales y su incidencia en la responsabilidad civil de las empresas privadas en la región Lambayeque, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6930>

Dueñas-Mora, J., Acero-Castillo, D., Álvarez-Higuera, M., Nieto-Vega, M. y García-Méndez, S. (2022). Intención al teletrabajo en Bucaramanga: Un análisis descriptivo y correlacional. *I+D Revista de Investigaciones*, 17(1), 49-58. <http://sievi.udi.edu.co/ojs/index.php/ID/article/view/314>

Failoc, D. R. (2019). Responsabilidad social en el Perú: problemas y alternativas. *SSI/AS*, 12(1), 48-57. <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/604/563>

Garcés, T., Plaza, L. y Plaza, M. (2023). *Contabilidad y Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de la Complejidad*. Ciencia Latina Internacional. <https://biblioteca.ciencialatina.org/contabilidad-y-responsabilidad-social-empresarial-desde-la-perspectiva-de-la-complejidad/>

Gómez, M. G. y Díaz, P. C. (2021). Percepción de la responsabilidad social corporativa por parte de estudiantes de educación superior. *Formación Universitaria*, 14(4), 49-60. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000400039>

Juárez, C. E., Maza, D. M., Quiroz, J. E., Vásquez, A. N. y Reyes, W. A. (2024). Perspectivas de las prácticas de responsabilidad social corporativa como motor de desarrollo sostenible en las empresas de la Región Lambayeque. *Revista Horizonte Empresarial*, 11(1), 232-244. <https://doi.org/10.26495/jpqca476>

Mendoza, J. P., & Ramos, L. A. (2021). Percepción de la responsabilidad social universitaria en los servidores administrativos de la Universidad Técnica de Machala. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(3), 45-58. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/3228>

Moreyra, A. R. y Bobadilla, M. I. (2022). La percepción de responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de la marca SODIMAC en Tacna - 2019. *Revista Veritas Et Scientia - UPT*, 11(1), 47-57. <https://doi.org/10.47796/ves.v11i1.604>

Murrieta, N., Altamirano, M. y López, E. (2022). La Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Veracruzana: una perspectiva desde la ética, el impacto ambiental y la vinculación. *Interconectando Saberes*, (14), 109-124. <https://doi.org/10.25009/is.v0i14.2765>

- Párraga, L. C., Molina, J. D., & Dávila, C. S. (2024). Percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector manufacturero del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 14648-14668. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.2826
- Rodriguez, M. (2020). *Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de Nuevo Chimbote-2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72004/Rodriguez_BME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Serrano, K. M., Gonzaga, S. J. y Herrera, A. P. (2022). Percepción de los consumidores orenses sobre la Responsabilidad Social Empresarial. *Sociedad y Tecnología*, 5(S2), 364–377. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.275>
- Valbuena, E. y Monfort, A. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social empresarial*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=861095>
- Vilca, M., Vilca, N., Vilca, A. y Armas, M. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y percepción de los clientes de los Bancos Comerciales en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1771-1787. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.29>
- Villarreal, J., Reyes, C. y Mucha, Á. (2022). *Percepciones sobre responsabilidad social universitaria en programas de contaduría*: (1 ed.). Editorial Unimar - Universidad Unimariana. <https://libros.umariana.edu.co/index.php/editorialunimar/catalog/book/165>