

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

Nivel de percepción y conocimiento de responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas, año 2019

Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Por:

Roberto Carlos Cespedes Coaquira

Yonathan Ticona Yapo

Asesor:

Dr. Víctor Daniel Álvarez Manrique

Lima, diciembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Victor Daniel Álvarez Manrique, de la Facultad de Ciencias Empresariales,
Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "NIVEL DE PERCEPCIÓN Y CONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN SOBRE LAS EMPRESAS PERUANAS, AÑO 2019" constituye la memoria que presentan los Bachilleres Roberto Carlos Céspedes Coaquira, Yonathan Ticona Yapó para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, a los tres días, de diciembre del año 2019.



Dr. Víctor D. Álvarez Manrique

Nivel de percepción y conocimiento de responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas, año 2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentado para optar el Grado de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

JURADO CALIFICADOR



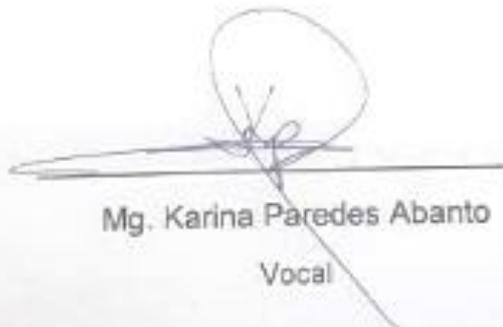
Mg. Mario Manuel Siles Nates

Presidente



Mg. Ricardo Jarama soto

Secretario



Mg. Karina Paredes Abanto

Vocal

Lima, 03 de diciembre de 2019

Nivel de percepción y conocimiento de responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas, año 2019.

Level of perception and knowledge of corporate social responsibility of the students of the Peruvian university union on Peruvian companies, year 2019.

*Cespedes Coaquira Roberto Carlos, Ticona Yapo, Yonatan, Victor Daniel Alvarez Manrique

EP.Administración, Facultad de Ciencia Empresariales, Universidad Peruana Unión

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue determinar el nivel de percepción y conocimiento de responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas año 2019. Donde responsabilidad social empresarial es el compromiso empresarial que tiene una empresa con su comunidad, que a su vez requiere del cumplimiento de determinados grupos de obligación, para que de esta manera se pueda crear un buen concepto en los clientes sobre la imagen de la compañía. Según Gómez & Loyola (2004). La investigación fue de enfoque cuantitativos, de diseño no experimental, descriptivo y transversal. A una muestra no probabilística de 113, se le aplico el cuestionario de Carroll (1979) sobre responsabilidad social empresarial cuyas cuatro dimensiones son: responsabilidad filantrópica, responsabilidad ética, responsabilidad económica y responsabilidad social. Este instrumento tenía una fiabilidad de 0,935. Donde los estudiantes perciben que es necesario que estas apliquen la responsabilidad social en sus comunidades. Dando a conocer que la responsabilidad filantrópica es muy necesaria aplicarla en la sociedad y es aquella que demanda interés sin esperar un bien monetario. Esto complementa a la opinión de que las empresas deben aplicar responsabilidad económica y legal. Pero a más detalle se muestra que los estudiantes mencionan que la responsabilidad social empresarial lleva a las empresas a maximizar ganancias, mejora los resultados económicos, controla estrictamente sus costos y planea el éxito a largo plazo desarrollando así posicionamiento y capacidad de atención al mercado al que se dirigen.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial

Abstrac

The objective of the present investigation was to determine the level of perception and knowledge of the social responsibility of the students of the university, the union on the Peruvian companies, year 2019. Where the corporate social responsibility is the business commitment that a company has with its community, so that in this way a good concept can be created in the clients about the image of the company. According to Gómez & Loyola (2004). The research was quantitative, non-experimental, descriptive and transversal design. A non-probabilistic sample of 113, is the subject of the Carroll questionnaire (1979) on social responsibility, business, four dimensions, such as: philanthropic responsibility, ethical responsibility, economic responsibility and social responsibility. This instrument had a reliability of 0.935. Where students perceive that it is necessary for them to apply social responsibility in their communities. Giving a knowledge that philanthropic responsibility is very necessary to apply it in society and is one that demands interest without expecting a monetary good. This is complemented by the opinion that companies must apply economic and legal responsibility. But more details show that students mention that corporate social responsibility leads companies to maximize profits, improves economic results, strictly controls their costs and plans, long-term success, positioning and attention capacity. in the market they are targeting.

Keywords: corporate social responsibility

*Autor de correspondencia:

Km. 19 Carretera Central, Ñaña, Lima

Tel.: +0-000-000-0000

E-mail: autor1@institute.xxx, autor2@institute.xxx, autor3@institute.xxx

1. Introducción

La responsabilidad social corporativa se define como el compromiso empresarial que tiene una empresa con su comunidad, que a su vez requiere del cumplimiento de determinados grupos de obligación, para que de esta manera se pueda crear un buen concepto en los clientes sobre la imagen de la compañía. Según Gómez & Loyola (2004) la responsabilidad social corporativa es un compromiso empresarial donde Drucker (1986) citado por Aucapiña Maza & Sinchi, (2012), menciona que dicho compromiso se da a través de la integración voluntaria por parte de las empresas hacia las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales. Del mismo modo Abreu & Badii (2007), define a la responsabilidad social corporativa como un conjunto de obligaciones que una organización tiene mencionando así Fernández (2005) citado por Henriquez & Puche (2011) que dichas obligaciones consisten en una mejora del bienestar social.

A nivel mundial la responsabilidad social empresarial es un tema con alto porcentaje de estudio y consideración por las empresas, el mercado ha establecido lineamientos para aquellas que quieren ofrecer sus servicios respecto al cuidado de los grupos sociales en los cuales se constituyen. La tendencia que hoy resalta es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial. La responsabilidad social en los países desarrollados ha sido exigida por ONG, debido a que se trata del cuidado de ser humano, ambiente y cooperación con el gobierno.

Sweden (2011) destaca a Suecia como un país que lidera en responsabilidad social a nivel mundial, debido a que existe amplia protección medioambiental, medidas activas para mejorar los entornos laborales, inversiones en tecnologías limpias: son tan solo algunos ejemplos de cómo la legislación y las regulaciones pueden fomentar una conducta corporativa responsable. Sin embargo, muchas empresas suecas prefieren ir aún más allá de sus obligaciones legales. Y es que de eso se trata la responsabilidad social empresarial de enfocarse como empresa a ir más allá de un beneficio económico si no aportar a la sociedad y que esta comprenda y tome conciencia por medio del ejemplo de las empresas. Según el diario el comercio (2018) los países que encabezan la lista de las empresas más sostenibles a nivel Latinoamérica son Brasil y Colombia, donde Brasil destaca por tener 500 empresas que mantienen un compromiso sostenible, y buscan que el consumidor adopte actitudes favorables de su producto o su uso de sus servicios.

La responsabilidad social empresarial es conocida por estar afecta a la responsabilidad Filantrópica, ética, legal y económica. En el Perú el panorama actual exige que las empresas implementen diversas estrategias, como parte de sus políticas corporativas, para mejorar el desarrollo y el alcance de sus lineamientos de acción dentro de la responsabilidad social empresarial lo cual debe reflejarse en el ámbito interno y externo Gonzales (2015) Debido a estas medidas las empresas peruanas han optado por beneficiar a su comunidad o construir relaciones de cohesión con ellos para tener éxito, sin embargo, muchas de las empresas no cumplen con los lineamientos, es allí donde nace la opinión pública de la comunidad resaltándose en las organizaciones más influyentes como las universidades, centro de defensoría, entre otras instituciones que brindan servicios sobre la educación de profesionales en el campo empresarial.

La responsabilidad social empresarial es un tema muy tratado e importante para las empresas y la sociedad, tal es el punto que los futuros empresarios deben tener una percepción de ello, las universidades e institutos forman futuros empresarios que tendrán que aplicar dicho conocimiento en el campo laboral, observándose de ejemplo a muchas empresas peruanas y amplían su conocimiento con la teoría brindada en sus entes educativos. El resalte que den las empresas peruanas hoy en día sobre la responsabilidad social empresarial transmite un mensaje que muchos perciben y dan opinión de ello. Este panorama despertó el interés de conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas y así distinguir lo que a opinión propia tienen de lo que una empresa debe tener para ser responsablemente empresarial. Siendo que responsabilidad empresarial implica relación entre empresa, comunidad y opinión propia, es por ello que dentro de la investigación nos propusimos como objetivo, determinar el nivel de percepción de la responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas.

Revisión de la literatura

Origen de la responsabilidad social

Los orígenes de la RSE se remontan a la década de los años 50 con el enfoque Howard Bowen, en los años 70 con la aparición de Milton Friedman y en los años 80 con la teoría de Edward Freeman.

El pionero en hablar de la responsabilidad social empresarial de las empresas fue Howard Bowen en el año de 1953 (Bigné, Andreu, Chumpitaz, & Swaen, 2006; Domínguez Martín, 2008; Melé, n.d.; Montes Gutiérrez, 2015). Con la publicación de su libro “ La Responsabilidad Social del Hombre de Negocios” analizando el entorno previo a la gran depresión (Carroll 1979, citado por Marquina, 2009) donde afirma que el fracaso de las prácticas empresariales en alcanzar los estándares éticos fue un factor que contribuyó con la Gran Depresión (Marquina, 2009). Según Domínguez Martín, (2008) Howard Bowen es considerado como el padre de la RSE. Bowen enfatiza un enfoque de preocupación ética y no un paradigma económico de la RSE (Marquina, 2009) plantea que los directivos de las organizaciones utilicen una política adecuada en cuanto a objetivos y valores sociales (Bigné et al., 2006).

Con el enfoque de Milton Friedman (Bigné et al., 2006) en el año 1970 resalta que el principal objetivo de la RSE es obtener beneficios económicos para la empresa (Sánchez Vargas & Vaca Acosta, 2005). Entre 1970 y posterior, otros conceptos comenzarían a surgir como temas ambientales tales como el desarrollo sostenible y la sostenibilidad (Marquina, 2009).) En 1971 Kotler y Zaltman acuñaron el concepto de marketing social para las organizaciones (Melé, n.d.). A fines ya del año 70 Carroll proponer una RSE de 4 dimensiones que debe reconocer la empresa: responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidades con la sociedad (Sánchez Vargas & Vaca Acosta, 2005).

En 1984 se pone en manifiesto la teoría de los stakeholders dada por Edward Freeman (Marquina, 2009; Domínguez Martín, 2008; Montes Gutiérrez, 2015) profesor de la Wharton School de la universidad de Pensilvania (Domínguez Martín, 2008). Donde define a los grupos de interés “como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o que es afectado por los objetivos de la organización” (Marquina, 2009). Según Nascimento, (2001) la teoría de los Stakeholders tiene como objetivo principal servir al interés de todos sus agentes sociales (Sánchez Vargas & Vaca Acosta, 2005). Dada esta teoría las empresas dejaron de basarse solo en obtener beneficios (Domínguez Martín, 2008).

Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social corporativa se define como el compromiso empresarial que tiene una empresa con su comunidad, que a su vez requiere del cumplimiento de determinados grupos de obligación, para que de esta manera se pueda crear un buen concepto en los clientes sobre la imagen de la compañía.

Según Gómez & Loyola (2004), la responsabilidad social corporativa es un compromiso empresarial, que para Drucker (1986) citado por Aucapiña Maza & SinchiSinchi, (2012), dicho compromiso se da a través de la integración voluntaria por parte de las empresas hacia las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales.

Del mismo modo Abreu & Badii, (2007), define a la responsabilidad social corporativa como un conjunto de obligaciones que una organización tiene, que para Fernández (2005) citado por Henríquez & Puche (2011), dichas obligaciones consisten en una mejora del bienestar social.

Así también, Fernández (2009), define la responsabilidad social como un concepto que la empresa transmite a la comunidad mediante sus contribuciones orientadas a mejorar la sociedad y mantener un medio ambiente más limpio,

que para Carroll (1979) citado por Díaz & Herrera (2009), dichos conceptos se basan en comprender las expectativas económicas, legales y éticas, que para Meza, (2007) dichas expectativas deberán mantener un equilibrio.

Teorías de la responsabilidad social

Teorías Instrumentales

En esta teoría la responsabilidad social corporativa era un simple medio para la obtención de utilidades, que generarían riqueza empresarial. Las principales teorías instrumentales fueron, utilitaria propuesta por (Friedman, 1970), estrategia de ventajas competitivas Montanari (1986).

Friedman (1970) citado por (García, 2007) junto a los autores Murray y Montanari describieron la teoría instrumental de la RSC como actividades con un fin económico para sus accionistas, donde sostenían que las únicas actividades válidas de responsabilidad social corporativa eran aquellas que hacían que la empresa incrementara sus utilidades, debido al pensamiento de que inversión debe tener sus resultados los cuales se preveían en maximizar las utilidades, teniendo un marco regulatorio de leyes que estaban vigentes les permitían aplicar dichas actividades. (Friedman, 1970) en su opinión personal describe en una frase el mejor resumen de esta teoría cuando sostiene que hay una y solo una responsabilidad social de la empresa privada: utilizar sus recursos y realizar actividades que estén diseñadas para aumentar sus utilidades siempre que acate las reglas del juego.

Bajo este enfoque, existe una relación directa entre RSC y creación de riqueza y por tanto, sólo el aspecto económico de la interacción entre la sociedad y la empresa es de gran importancia al momento de llevar a cabo el negocio (Mochales, 2014)

- **Teoría política**

Esta teoría de la RSC entiende a la empresa como una organización con poder de decisión que se ejecuta a través de su gobierno corporativo que interactúa con una ciudadanía corporativa.

En estas teorías es donde se empieza a tratar temas como el constitucionalismo corporativo Davis (1960), integración del contrato social Anshen (1970), ciudadanía corporativa Wood y Lodge (2002). Davis (1960) citado por (Bagozzi, Fred, & Warshaw, 1992) enfatiza de esta teoría que el poder social que adquiere la compañía se basa en la medida en que se ve inserta en una sociedad. Los estudios existentes al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participa, el cual viene dado por el poder e influencia que tiene cada empresa sobre la economía.

Bajo esta perspectiva, la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social (Mochales (2014)). En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable Del campo (2009) citado por (Antonio & Cantillo, 2013).

- **Teoría Integrativa**

Estas teorías resaltan que las empresas y las organizaciones dependen de la sociedad para su sobrevivencia, crecimiento y existencia.

En las teorías integrativas de la RSC tenemos a de aspectos Administrativos Sethi (1975), de responsabilidad pública Preston y Post (1975), De la administración de los stakeholders y el Desempeño social corporativo Mitchell et al. (1997).

Según (Tinoco & Cantillo, 2013) en este grupo se desarrollan una serie de propuestas que buscan explicar el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial por el deseo de captar, identificar y dar respuestas para

integrar diversas demandas sociales, bajo el cumplimiento de las leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa Carroll (1979) citado por (Wagenberg, 2006).

En ese sentido, las empresas integran responsabilidades que se pueden definir como: económicas (maximización de utilidades), legales (cumplimiento de la ley), éticas (normas sociales que van más allá de la ley) y discrecionales (contribuciones sociales voluntarias) Mochales (2014)

- **Teoría ética**

Resaltan que la relación de las empresas con la sociedad es de tipo ético.

En las teorías éticas tenemos Normativa de los stakeholder Freeman (1984), desarrollo sustentable Gladwin & Kennelly (1995) y el bien común Alford & Naughton (2002).

Según Tinoco & Cantillo (2013) Las teorías éticas plantean en términos generales sobre los requerimientos éticos que combinan la relación entre la empresa y la sociedad. Se basa en principios que expresan que se debe y que no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor, teniendo en cuenta derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de la fuerza de trabajo, el respeto por el medio ambiente y la preocupación por un desarrollo sostenible Gladwin y Kennelly (1995) citado por (Liljander & Strandvik, 1995). Considerando actividades de negocio que presten atención al progreso tanto de las generaciones presentes como las futuras Freeman, (1984) citado por (Ramírez & Vega, 2015) y sitúan a la empresa como un actor protagonista del desarrollo sostenible y promotor del bienestar común Alford y Naughton (2002).

Dimensiones de la Responsabilidad social empresarial:

- **Responsabilidad económica**

Responsabilidad económica puede ser definida como la principal responsabilidad de las empresas considerando bienes y servicios para la sociedad en términos de utilidad económica es decir como un medio para lograr ganancias y llegar a un desarrollo económico sostenible.

Según Cea (2010) las responsabilidades económicas es la principal responsabilidad de una empresa, donde (Carroll, 1991) enfatiza que consideran bienes y servicios para la creación de valor, rentabilidad, competitividad y eficiencia operativa, que para (Cueto, 2013) implica cuidar a la sociedad y tener resultados de utilidad económica bajo lo ofrecido a la sociedad. Al respecto podemos decir que esta responsabilidad trae consigo el bienestar social y empresarial ya que implica tener un equilibrio de bienestar entre estos dos aspectos.

Milton Friedman (1970) menciona que el objetivo principal de una empresa socialmente responsable es maximizar sus beneficios (Bigné et al., 2006 & Fernández et al., n.d.) o como lo menciona Carroll (1979) es ser rentable (Montes Gutiérrez, 2015). Por lo tanto la RSE es entendida también como un “medio para lograr ganancias” (Garriga y Melé, 2004, citado por Quirós & Marín, 2013), que según Ducker (1984) ofrece una oportunidad al negocio de que mejorar el beneficio económico (Montes Gutiérrez, 2015). Para (González Solís, 2008) es tratada como un medio de inversión que analiza el costo-beneficio de la empresa. Se reconocemos entonces que la RSE por su naturaleza es en esencia económica (Carroll, 1999 citado por Vera Acevedo & Peláez Villada, 2013).

- **Responsabilidad legal**

Responsabilidad legal puede ser conceptualizado como el deber de las empresas cumpliendo lineamientos legales en sus actividades.

Según (Ruiz, 2015) responsabilidad legal implica el cumplimiento de los requerimientos legales que le afecten, donde Cea (2010) apoya la idea de Ruiz mencionando que la empresa en el desarrollo de sus actividades económicas del negocio debe cumplir las leyes y regulaciones preceptivas, generales o específicas, que rigen para ello. Espacio igualmente obligatorio para las empresas. Y estas responden con obligatoriedad a estas (Delgado Sierra, 2012).

- **Responsabilidad ética/moral**

Responsabilidad ética puede ser conceptualizada como el deber de las empresas de cumplir con las expectativas que los miembros de la colectividad

(Ruiz, 2015) conceptualiza la responsabilidad ética como el deber de la empresa en cumplir las expectativas morales y éticas de la sociedad más allá del cumplimiento legal, es donde la empresa debe cumplir con las expectativas que los miembros de la colectividad donde opera tienen respecto a su comportamiento, yendo incluso más allá de lo establecido formalmente por las leyes Cea (2010) Espacio de naturaleza voluntaria y, por lo tanto, donde empieza el territorio de las acciones de RSC en sentido estricto.

- **Responsabilidad filantrópica**

Responsabilidad filantrópica es definida como el afecto por la humanidad que se refleja en donaciones a personas necesitadas, convirtiéndose en una estrategia empresarial para promover el bienestar humano. (Ruiz, 2015) establece que la responsabilidad Filantrópica esta orientada a la mejora del bienestar de la comunidad por medio de actividades voluntarias (donaciones, voluntariado), actuaciones absolutamente voluntarias realizadas por las empresas, que no obedecen a ninguna ley ni demanda social estructurada por parte de la colectividad, con las que intentan impulsar, mejorar o corregir en parte determinados aspectos de la vida social, o bien ayudar a determinados núcleos desfavorecidos (Delgado Sierra, 2012).

Materiales y Métodos

- **Método de estudio**

El enfoque del trabajo se realizó bajo el enfoque cuantitativo porque mide las variables de estudio, aplicando el análisis estadístico. Es descriptivo, debido a que se resalta la teoría de la variable responsabilidad social empresarial y también se obtuvo información descriptiva de la población y muestra de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión respecto a su perspectiva de lo que las empresas peruanas deben hacer para ser responsables socialmente, este tipo de estudio tiene como finalidad conocer el nivel de percepción de la responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas.

1.1. Participantes

Población

La población del presente estudio está constituida por 3000 estudiantes de la universidad peruana unión. Los participantes para este trabajo de investigación fueron determinados por el parámetro de muestra probabilística.

Muestra

El tamaño de la muestra estuvo conformado por 113 estudiantes, los cuales fueron seleccionados según la muestra aleatoria simple y a necesidad del investigador.

1.2. Instrumento

El instrumento para medir la variable responsabilidad social empresarial fue elaborado por Carroll (1979) quien propone las dimensiones de responsabilidad económica con los ítems (1,2,3,4), responsabilidad legal con los ítems (5,6,7,8), responsabilidad ética con los ítems (9,10,11,12) responsabilidad filantrópica con los ítems (13,14,15,16). El cuestionario tiene 16 ítems. Mediante la prueba piloto donde se usó una población de 35 estudiante, se obtuvo una confiabilidad de 0.935, lo cual refleja una consistencia interna aceptada.

Tabla 1. Casos validados en la confiabilidad.

		N	%
Casos	Válidos	35	100.0
	Excluidos ^a	0	0.0
Total		35	100.0

Tabla 2. Confiabilidad del instrumento.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.935	16

Las Tablas 1 y 2 muestran la fiabilidad del instrumento a utilizar y se puede visualizar que se trabajó con 35 estudiantes, y tenemos una fiabilidad 0.935 lo cual según la regla estadística muestra un nivel alto de confiabilidad del instrumento para lo que se quiere medir.

2. Resultados y Discusión

Resultado 1.

2.1. Datos sociodemográficos

Tabla 3. Datos sociodemográficos

Datos sociodemográficos	Recuento	% del N de la subtabla
¿Cuál es su edad?	17 – 20	26.5%
	21 – 25	48.7%
	26 - a mas	24.8%
	Total	113
Género	Femenino	46.9%
	Masculino	53.1%

	Total	113	100.0%
Grado de escolaridad	Universidad	64	56.6%
	Licenciatura o ingeniería	26	23.0%
	Maestría	16	14.2%
	Doctorado	7	6.2%
	Total	113	100.0%
Ocupación	Estudia	39	34.5%
	Trabaja	42	37.2%
	Ambos estudia y trabaja	32	28.3%
	Total	113	100.0%
Nivel de urbanización, ¿dónde vive?	área urbana ciudad	101	89.4%
	área rural campo o racho	12	10.6%
	Total	113	100.0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 muestra los datos sociodemográficos de los estudiantes que dieron su percepción de responsabilidad social de las empresas, donde se muestra que un 26.5% está en una edad de 17 a 20 años de edad, el 48.7% de 21 a 25 años y el 24.8% oscilan entre 26 años a más. El siguiente dato sociodemográfico es el género del cual un 46.9% es del género femenino y un 53.1% pertenece al género masculino. El grado de escolaridad en el que se encuentran se detalla en que un 56.6% son universitarios, el 23% licenciados o ingenieros, el 14.2% son de maestría y el 6.2% son de doctorado. En la ocupación el 34.5% estudia, el 37.2% trabaja y el 28.3% estudia y trabaja. Otro de los datos solicitados fue nivel de urbanización, donde un 89.4% menciono que vive en un área urbana ciudad y el 10.6% en un área rural campo, todos pertenecientes al campo universitarios de la UPeU.

Resultado 2

2.2. Niveles de responsabilidad social y sus dimensiones

Tabla 3. Niveles de responsabilidad social y sus dimensiones.

		Frecuencia	Porcentaje
Responsabilidad Legal	Bajo	26	23.0%
	Medio	61	54.0%
	Alto	26	23.0%
Responsabilidad económica	Bajo	25	22.1%
	Medio	69	61.1%
	Alto	19	16.8%
Responsabilidad ética	Bajo	24	21.2%
	Medio	64	56.6%
	Alto	25	22.1%
Responsabilidad filantrópica	Bajo	23	20.4%
	Medio	90	79.6%
	Alto	0	0.0%
Responsabilidad social	Bajo	27	23.9%
	Medio	59	52.2%
	Alto	27	23.9%

La tabla 3 muestra los niveles de percepción de la variable responsabilidad social empresarial y sus respectivas dimensiones. Se puede identificar que el nivel de percepción de responsabilidad social empresarial de los estudiantes sobre las empresas peruanas se encuentra en una ponderación media con un 54%, es decir se encontró una RSE media, respecto de las dimensiones podemos notar que existe una responsabilidad económica media con un 61.1%, una responsabilidad ética media con un 56.6%, una responsabilidad filantrópica con una ponderación media con 79.6% y una responsabilidad social media con un 52.2%.

Resultado 3

2.3 Modelo de Regresión lineal

Tabla 4. Estimación de modelo de regresión

Estadísticas de cambios				
R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio de cuadrado de R
,862 ^a	.743	.740	7.21745	.743
,962 ^b	.925	.923	3.92350	.182
,981 ^c	.962	.961	2.80305	.037
1,000 ^d	1.000	1.000	.00000	.038

La tabla 4 explica que el mejor modelo de regresión es el modelo 3 explica que el mejor modelo de regresión es el modelo 3 ya que es aquel que mejor refleja, describe o predice a la responsabilidad social empresarial otorgándole un valor de R cuadrado de equivalente a 1.00 y un nivel de significancia menor a 0.05. Así mismo evidencia que las tres dimensiones de estudio tienen relación directa y positiva con una significancia alta en cada una de las predecesoras desde la responsabilidad filantrópica hasta la responsabilidad ética.

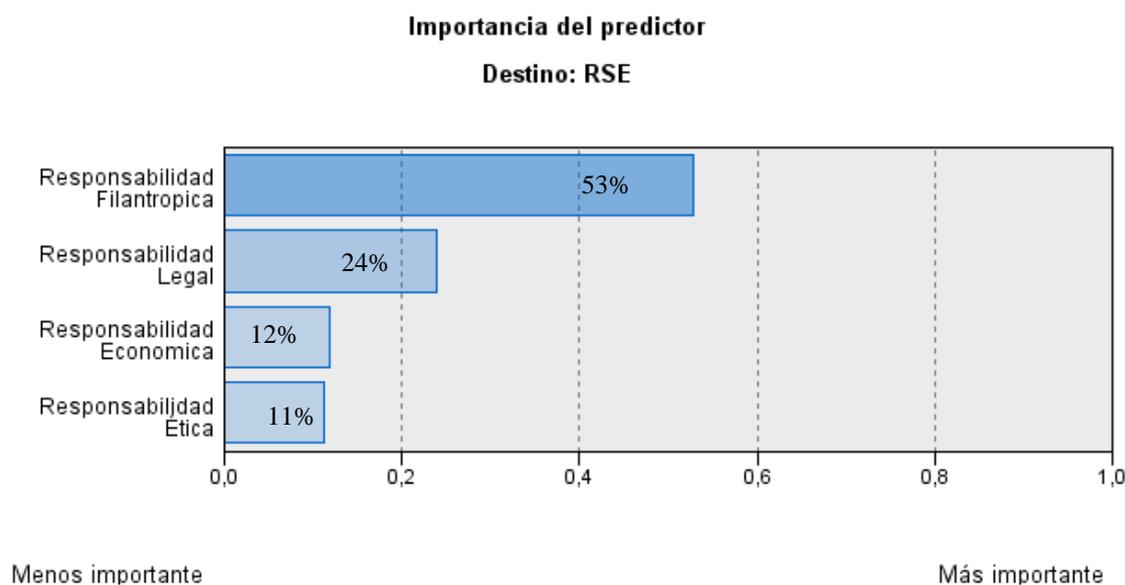


Ilustración 1. Dimensiones predictoras

La ilustración 1 muestra los niveles de cada dimensión respecto de la responsabilidad social empresarial, muestra que la responsabilidad filantrópica con un 53% tienen influencia sobre la RSE, responsabilidad legal con un 24% es la que continúa. Responsabilidad económica 12%, y la responsabilidad ética con un 11%.

Resultado 4

2.4 Influencia de dimensiones

Tabla 4. Influencia de la responsabilidad legal en la RSE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios
1	,862 ^a	.743	.740	7.21745	Cambio de cuadrado de R .743

La tabla 4 se muestra la relación e influencia que existe entre la variable predictora y la dimensión responsabilidad legal, al visualizar podemos identificar que obtuvo un r cuadrado de ,862 y un p valor de ,000, es decir la responsabilidad social empresarial explica de manera significativa en un 52%.

Tabla 5. Análisis Anova dimensión Responsabilidad legal

ANOVA^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	sig
1 Regresión	16693.820	1	16693.820	320.471	,000
Residuo	5782.163	111	52.092		
Total	22475.982	112			

Tabla 6. Influencia de la responsabilidad ética en la RSE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios
1	,805 ^a	.649	.645	8.43481	Cambio de cuadrado de R .649

La tabla 6 se muestra la relación e influencia que existe entre la variable predictora y la dimensión responsabilidad ética, al visualizar podemos identificar que obtuvo un r cuadrado de ,805 y un p valor de ,000, es decir la responsabilidad ética empresarial explica de manera significativa la RSE.

Tabla 7. Anova de responsabilidad ética en la RSE

ANOVA^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	sig
1 Regresión	14578.766	1	14578.766	204.913	,000
Residuo	7897.216	111	71.146		
Total	22475.982	112			

Tabla 8. Influencia de la responsabilidad filantrópica en la RSE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios
					Cambio de cuadrado de R
1	,831 ^a	.690	.687	7.92378	.690

La tabla 8 se muestra la relacion e influencia que existe entre la variable predictora y la dimensión responsabilidad filantrópica, al visualizar podemos identificar que obtuvo un r cuadrado de ,831 y un p valor de ,000, es decir la responsabilidad filantrópica empresarial explica de manera significativa la RSE.

Tabla 9. Anova de la responsabilidad filantrópica en la RSE

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	15506.706	1	15506.706	246.976	,000
Residuo	6969.277	111	62.786		
Total	22475.982	112			

Tabla 10. Influencia de la responsabilidad económica en la RSE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios
					Cambio de cuadrado de R
1	,793 ^a	.628	.625	8.67739	.628

La tabla 10 se muestra la relacion e influencia que existe entre la variable predictora y la dimensión responsabilidad económica, al visualizar podemos identificar que obtuvo un r cuadrado de ,793 y un p valor de ,000, es decir la responsabilidad económica empresarial explica de manera significativa la RSE.

Tabla 11. Influencia de la responsabilidad económica en la RSE

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	sig
1 Regresión	14117.997	1	14117.997	187.497	,000
Residuo	8357.985	111	75.297		
Total	22475.982	112			

Conclusiones

El panorama de la responsabilidad social dentro de las empresas peruanas es un mundo en cual se debe recomendar y opinar, tras haber hecho el análisis descriptivo de la investigación tuvimos como resultado al objetivo de conocer el nivel de percepción y conocimiento de la responsabilidad social empresarial de los estudiantes de la universidad peruana unión sobre las empresas peruanas. Se llegó a conocer que los estudiantes perciben que es necesario que estas apliquen la responsabilidad social en sus comunidades. Señalando que para ellos (estudiantes) las empresas peruanas cuentan con un nivel medio de responsabilidad social con un 52%.

Dando a conocer que la responsabilidad filantrópica es muy necesaria aplicarla en la sociedad y es aquella que demanda interés sin esperar un bien monetario. Esto complementa a la opinión de que las empresas deben aplicar responsabilidad económica y legal. Pero a más detalle se muestra que los estudiantes mencionan que la responsabilidad social empresarial lleva a las empresas a maximizar ganancias, mejora los resultados económicos, controla estrictamente sus costos, ventaja competitiva, diferenciación y planea el éxito a largo plazo, desarrollando así posicionamiento y capacidad de atención al mercado al que se dirigen.

Así mismo por la parte legal, mencionan que esto ayudara a las empresas a evitar infringir la ley, cumplir con sus obligaciones, tener bien cuidados a sus empleados, dado que esto generaría bienestar tanto en el mundo legal como del empleado mismo, es así que también opina en el aspecto ético donde detallan que las empresas deben comprometerse con los principios éticos, participar en los asuntos públicos y destinar sus recursos en generar bienestar a la comunidad en la que se encuentra posicionada. Es por ello que ante tal magnitud de opiniones debemos recalcar que la percepción y conocimiento de los estudiantes está bien definida tras el análisis de sus respuestas.

Recomendaciones

- Implementar cursos de actualización para que los estudiantes de la universidad peruana unión puedan orientarse y mejorar su opinión crítica de la RSE.
- Como universidad generar proyectos de responsabilidad empresarial y que sirva como ejemplo para las micro pequeñas empresas.
- Realizar talleres en las comunidades más cercanas y hablarles de RSE, para que se encuentren más capacitados e identifiquen la importancia de la RSE.
- Respecto de lo educativo, estudiar más sobre temas que ayuden a la sociedad y que establezcan empresas responsables en todo aspecto.
- Crear incentivos para empresas que se encuentren catalogadas como las más responsables en el país.
- Recomendar a las empresas cuidar de su personal que son fuente de trabajo indispensable.

Referencias

- Abreu, J. L., & Badii, M. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial (Analysis of the corporate social responsibility concept), 2(1), 54–70.
- Antonio, U., & Cantillo, T. (2013). Teorías De Responsabilidad Social Empresarial.
- Aucapiña Maza, J. B., & SinchiSinchi, M. F. (2012). *Análisis de la responsabilidad social empresarial en el transporte escolar urbano en la ciudad de Cuenca caso Transtudian*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE.
- Bagozzi, R., Fred, D., & Warshaw, P. (1992). Development and test of a theory of technological learning and usage, 8(7), 244–254.

- Bigné, E., Andreu, L., Chumpitaz, R., & Swaen, V. (2006). La influencia de la responsabilidad social corporativa en el comportamiento de compra de estudiantes universitarios. *Esic Market*, (ii), 737–764.
- Cea Moure, R. (2010). Tesis doctoral la responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la unión europea. análisis empírico y propuesta de modelo normalizado, 2009–2010.
- Cueto, C. (2013). Responsabilidad social corporativa del sector público: Un análisis aplicado a las grandes ciudades de España. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=44840>
- Delgado Sierra, V. (2012). Estudio del grado de desarrollo de la responsabilidad social corporativa a través de las memorias de sostenibilidad y de las audiencias en televisión, 211.
- Domínguez Martín, R. (2008). La responsabilidad social global empresarial (RSGE): el sector privado y la lucha contra la pobreza. *Revista Del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 76, 59–93.
- Fernández, A. H., Córdoba, U. De, García, F. J. F., & Córdoba, U. De. (n.d.). ANÁLISIS EMPÍRICO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y, 1–15.
- Friedman. (1970). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios.
- García, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa : una aproximación desde la ética empresarial. *Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 183–204. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=291122924001%0ACómo>
- Gómez Jofré, C., & Loyola Arroyo, N. (2004). Responsabilidad Social Empresarial en materia de relaciones laborales. *S*, 18(4), i-176.
- González Solís, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis Económico*, XXIII, 227–253. <https://doi.org/AnálisisEconómico>
- Henriquez Fuentes, G. R., & Puche Villadiego, R. A. (2011). *DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES DE BARRANQUILLA: QUE PERMITA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y EL ACERCAMIENTO A LAS MUJERES CABEZA DE FAMILIA EN EL BARRIO REBOLO*. UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR FACULTAD.
- Liljander, V., & Strandvik, T. (1995). The nature of customer relationships in services, advances in service marketing and management. *Advances in Services Marketing and Management*, 4, 141–167.
- Marquina, P. (2009). La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos.
- Melé, P. M. (n.d.). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PERCIBIDA DEL DISTRIBUIDOR Y SU INFLUENCIA EN LAS ACTITUDES DEL CONSUMIDOR*.
- Meza, A. (2007). La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad, 63.
- Mochales. (2014). Modelo explicativo de la responsabilidad social corporativa estratégica.
- Montes Gutiérrez, M. P. (2015). La Responsabilidad Social Universitaria en España: propuesta de un modelo de memoria para su verificación.
- Quirós, E., & Marín, A. (2013). Aportes de la ética de Emmanuel Lévinas para el concepto de responsabilidad social empresarial. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (38), 16–26.
- Ramírez, J. L., & Vega, O. (2015). Sistemas de información gerencial e innovación para el desarrollo de las organizaciones. *TELEMATIQUE*, 14(2), 201–213.
- Ruiz. (2015). Responsabilidad social de las empresas en España.
- Sánchez Vargas, A., & Vaca Acosta, R. M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 241–260.
- Schlesinger Díaz, M. W., & Alvarado Herrera, A. (2009). Imagen y reputación corporativa Estudio empírico de operadoras de telefonía en España. *Teoría y Praxis*, 6, 9–29.
- Vera Acevedo, L. D., & Peláez Villada, D. C. (2013). Análisis de los dominios ético, legal y económico de la responsabilidad social empresarial: un caso empresarial. *Civilizar*, 13(25), 85–102.
- Wagenberg, A. (2006). La narrativa de la responsabilidad social empresarial. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 2(2), 113–120. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344008>