

**INCIDENCIA DE LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN ÉTICA EN LOS NEGOCIOS  
SOBRE LA ACTITUD HACIA EL COMPROMISO SOCIAL EMPRESARIAL**

\_\_\_\_\_ Sara Rodríguez Gómez

\_\_\_\_\_ Universidad de Granada

\_\_\_\_\_ María Victoria López Pérez

\_\_\_\_\_ Universidad de Granada

Raquel Garde Sánchez

Universidad de Granada

Lázaro Rodríguez Ariza

Universidad de Granada

**Área temática:** h) Responsabilidad Social Corporativa

**Palabras clave:** Competencias Éticas, Formación Universitaria, Ética de los Negocios, Responsabilidad Social Corporativa.

## **Incidencia de la formación universitaria en ética en los negocios sobre la actitud hacia el compromiso social empresarial**

### **Resumen**

El futuro de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas depende de las actitudes hacia el compromiso social de las generaciones venideras en la medida en que ellos serán los que influirán en las relaciones entre las empresas y la sociedad a través de sus demandas y requerimientos.

Las instituciones universitarias, cuya principal misión es educar y formar, deben fomentar las competencias que incidan sobre la actitud hacia un comportamiento ético, responsable y sostenible entre sus estudiantes. El objetivo de este trabajo es analizar qué factores contribuyen a mejorar la actitud de los estudiantes hacia el compromiso con los aspectos que integran la RSC. Los resultados muestran que la formación impartida, el nivel educativo de los padres y la visión social se asocian a la actitud ética, mientras que la visión economicista que se transmite a través de las materias del grado se asocia negativamente con una actitud proclive al compromiso social.

## **Incidencia de la formación universitaria en ética en los negocios sobre la actitud hacia el compromiso social empresarial**

### **1. Introducción**

Las empresas son cada día más conscientes de la necesidad de centrarse no solo en la creación de beneficio, sino también en que la toma de decisiones responda a unos estándares éticos de forma que sea socialmente aceptada por los grupos de interés con los que la empresa se relaciona (Texeira et al., 2018), lo que asegurará la sostenibilidad en el tiempo.

El objetivo principal de las empresas es su permanencia en el largo plazo, para lo que se requiere ser sostenible no solo desde el punto de vista financiero, sino también social y medioambientalmente, lo que requiere su participación de forma decisiva en el desarrollo de la sociedad, respetando la sostenibilidad de los recursos y el entorno en el que las futuras generaciones vivirán (Galvao et al. 2019).

Como consecuencia del impacto de las actuaciones de la empresa en la sociedad en general, la preocupación por los aspectos sociales y medioambientales, recogidos en la llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), está incrementándose significativamente en las propias compañías, así como en los grupos de interés y en los académicos como materia de investigación (Avram et al., 2018; Schidt y Cracau, 2018).

El futuro de la RSC depende de las actitudes hacia el compromiso con los aspectos sociales y medioambientales de las generaciones venideras, en la medida en que ellos influirán en las relaciones entre las empresas y la sociedad, representando un papel como ciudadano, cliente, proveedor, trabajador y/o directivo (Muijen, 2004). En la literatura se ha planteado cómo apoyarse para la formación de competencias éticas en el proceso de generación de valor en las empresas en la actitud y compromiso con la RSC en las entidades.

En este contexto, la enseñanza de RSC y ética empresarial a estudiantes universitarios se ha convertido en una demanda de los empresarios debido a su importancia para el mundo de los negocios. Así, los educadores en este ámbito son considerados responsables no solo de facilitar a los estudiantes la consecución de habilidades empresariales, sino también de ayudarles a entender los efectos que sus decisiones y actuaciones en las empresas pueden tener en la sociedad en general, los riesgos sociales y medioambientales y el daño colateral que pueden causarle (Jorge y Peña, 2014). Resulta necesario que los estudiantes conozcan los conceptos relacionados con la RSC, así como sobre la ética empresarial, y sean capaces de integrarlos en la estrategia de la entidad, en sus finanzas corporativas o en su política de divulgación y comunicación (Stubbs y Cocklin, 2008).

La mayor parte de las investigaciones no hacen distinción entre ética empresarial y RSC, utilizándose de forma indistinta en la literatura, debido a la fuerte relación entre ambos términos (Fisher, 2004), entendiéndose que la RSC es la aplicación de los

principios éticos en las diversas áreas funcionales de la empresa. Por el contrario, como sugiere Esptein (1987), ambos conceptos pueden considerarse que comparten un espacio conceptual común, refiriéndose la ética empresarial a la reflexión moral sobre el comportamiento corporativo, mientras que la RSC se refiere a las actuaciones corporativas de las que se derivan consecuencias económicas, ecológicas, sociales y culturales. Basado en el argumento anterior, en este estudio se analiza cómo la formación en ética incide sobre la actitud hacia la RSC.

Las instituciones universitarias, cuya principal misión es educar y formar, deben fomentar el comportamiento ético, responsable y sostenible entre sus estudiantes. A partir de esa formación se trata de comprender qué otros factores contribuyen a mejorar la actitud hacia el compromiso por parte de los estudiantes con los aspectos que integran la RSC (Galvao et al., 2019).

Así, el objetivo de este artículo consiste en analizar los factores que se pueden asociar a la adquisición de una actitud positiva hacia la RSC partiendo de la adquisición de competencias y conocimientos éticos en la enseñanza universitaria y analizando la influencia de la educación familiar. La adquisición de competencias y conocimientos se evalúan de modo aplicado a través de los contenidos en materia de RSC que los estudiantes integran en un proyecto de negocio como trabajo final para superar la asignatura.

Como continuación a esta introducción, se presenta la revisión de la bibliografía que justifica las hipótesis que se analizan. En la siguiente sección, se describe la metodología utilizada en la investigación y se muestran los resultados. Para finalizar con la discusión y conclusiones principales del estudio.

## **2. Revisión de la literatura**

Nuestra investigación tiene como objetivo estudiar la influencia de la formación en ética sobre la actitud hacia la CSR de los estudiantes de grado de empresa, considerando la posible incidencia de factores personales, concretamente el nivel educativo familiar y el enfoque o visión de empresa (social o economicista) que presenten estos estudiantes.

### **2.1. Orientación hacia la Responsabilidad Social Corporativa**

La Responsabilidad Social Corporativa comenzó a considerarse un tema de estudio relevante en los años 50 (Bowen, 1953), sin embargo, tanto los enfoques teóricos de estudio como el modo de integrarse dentro de la empresa ha ido variando, llegando en los últimos años a considerarse como un elemento estratégico integrado en el núcleo del negocio (Texeira et al. 2018). La RSC representa la forma específica de los compromisos que las empresas adquieren respecto a los stakeholders, incluyendo el bienestar de la sociedad en general (Fernández-Guadaño y Sarria-Pedroza, 2018). La comprensión de sus responsabilidades sociales y su integración en sus políticas empresariales permite a las empresas delimitar su idea de negocio y establecer códigos de conducta que posibiliten fijar los principios y valores que definen la conducta ética o moral de los implicados en la entidad. La integración de la RSC no solo responde a los compromisos con los stakeholders sino que también puede tener un efecto sobre indicadores de desempeño financiero debido al refuerzo de la credibilidad, la motivación de los trabajadores y a la capacidad para atraer talento (Kao et al, 2018).

En este sentido, la RSC sigue siendo una materia de estudio en la comunidad académica (Avram et al., 2018). Si bien, muchos trabajos se centran en el efecto de la RSC en indicadores financieros (Ciampi, 2018), el interés en los últimos años se ha ido abriendo hacia otros indicadores de desempeño no financiero, principalmente en relación con el desarrollo de la sociedad (Dey et al., 2018).

Sin embargo, algunas cuestiones relacionadas con la RSC aún siguen siendo un campo de investigación poco estudiado y, particularmente, la orientación hacia la RSC (CSRO en sus siglas en inglés) en las empresas centrado principalmente en los gestores y sus determinantes (Galvao et al., 2019). Estudios relativamente recientes muestran cómo la relevancia de las implicaciones en el mundo real de este enfoque está atrayendo el interés de numerosos investigadores (e.g. Van del Heuvel et al., 2014; Dzupina, 2016; Ethie, 2016; Ciampi, 2018). Asimismo, señala al menos tres deficiencias en estos estudios: ausencia de estudios basados en CSRO que consideren otros stakeholders importantes que no sean los emprendedores o gerentes, áreas geográficas como países europeos y stakeholders potenciales, como pueden ser los estudiantes.

El futuro de la RSC depende de las actitudes de las generaciones venideras y estos individuos influirán en las relaciones entre las empresas y la sociedad, desarrollando diferentes roles como empresarios, clientes o ciudadanos (Jorge y Peña, 2014).

## 2.2. Nivel educativo familiar

Aunque en los estudios iniciales la CSRO se centraba en los ejecutivos, el concepto se ha ido ampliando a otros stakeholders como inversores, consumidores, empleados y estudiantes (Van den Heuvel et al., 2014; Tang y Tang, 2017).

Galvao et al. (2018) realiza un resumen de las investigaciones que han confirmado la existencia de factores que influyen en la CSRO, entre los que destacan la religión (Ham et al., 2015; Angelidis y Ibrahim, 2004; Gholipour et al., 2012), el género (Paintal y Bhullar, 2017; Alonso-Almeida et al., 2015; Haski-Leventhal et al., 2017), así como la formación recibida por los estudiantes de empresa (Yoder et al., 2017; Chirieleseison y Scrucca, 2017; Hatch y Stephen, 2015).

Kaifi et al. (201) incorpora, al estudio de los factores que afectan a la orientación hacia la RSC de los estudiantes, la influencia del entorno cultural. Sin embargo, se ha realizado relativamente poca investigación sobre la relación entre la educación familiar y la ética empresarial, a pesar de la importancia potencialmente decisiva de este factor (Brenner et al., 2012; Minguez, 2014), teniendo en cuenta que los valores personales generalmente se adquieren, en general, en el contexto de la familia.

En contextos en los que los estudiantes son de la misma nacionalidad y existe una religión mayoritaria, las diferencias culturales entre los estudiantes pueden estar relacionadas con la educación familiar (Kaifi et al., 2014; Twenge et al., 2010) recibida durante la infancia y juventud (Hooker, 2004; Lau y Haug, 2011). El entorno familiar resulta decisivo en la medida que proporciona el prisma desde el que se recibe la formación. Los estudiantes cuando llegan al ámbito universitario poseen una serie de valores que les han sido inculcados, principalmente en el ámbito familiar. Concretamente, en el entorno familiar se fomentan principalmente valores sociales y de solidaridad mejorando la visión social de los estudiantes frente a la visión economicista. En este sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H1. El nivel educativo familiar se asocia positivamente a la asimilación de la formación ética recibida.

H4. El nivel educativo familiar se asocia negativamente a la visión economicista de los estudiantes.

H5. El nivel educativo familiar se asocia positivamente a la visión social de los estudiantes

### 2.3. Formación

La educación en RSC ha logrado gozar de una especial atención por parte de los investigadores, fundamentalmente en las últimas décadas en las que la integración de la RSC en los estudios universitarios de empresa se considera crucial (Teixeira et al., 2018).

Stubbs y Cocklin (2008) destacaron la importancia de que los estudiantes se familiaricen con la ética empresarial y los conceptos sobre RSC para que sean capaces de integrar ese conocimiento en su futuro profesional.

Uno de los objetivos que actualmente se demanda institucional y socialmente a las empresas es la sostenibilidad. Se requiere integrar este concepto en la educación superior, específicamente en la educación en estudios de empresa, y preparar así a los futuros profesionales para las actuales exigencias del mercado (Nonet et al., 2016). En este sentido, Mulà et al. (2017) consideran que la formación universitaria en sostenibilidad será una fuerza del cambio principal en futuros profesionales y líderes de diferentes sectores.

En este contexto, el papel de las universidades es crucial, ya que pueden formar las actitudes de los estudiantes de estudios de empresa y proporcionarles el conocimiento, las habilidades y el análisis crítico necesario para tomar decisiones tanto como consumidores como futuros profesionales relacionados con el mundo de la empresa (Cole y Snider, 2019). Todos los graduados son requeridos a desarrollar habilidades en competencias éticas y sostenibilidad, y la formación es un componente primordial en el desarrollo de las capacidades críticas de los estudiantes para participar en el desarrollo sostenible (Barth et al., 2007).

Sidiropoulos (2014) concluye en su estudio que cada persona o grupo interpretan la sostenibilidad según sus propios valores, por lo tanto, se hacen necesarios mensajes que impacten en la visión de los estudiantes, sus actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad, llegando a establecer tres importantes hitos. Primero, escalando el nivel de integración de los conceptos relacionados con la RSC en los diferentes cursos de modo que se logre incrementar el compromiso de los estudiantes e incida en su visión sostenible, sus actitudes y comportamiento. Segundo, el impacto en los estudiantes podría variar según la edad, género y factores culturales, y, por último, el incremento del conocimiento y las actitudes hacia la sostenibilidad, aunque es necesario, puede no ser suficiente para estimular comportamientos sostenibles y una orientación hacia la RSC. La formación que reciben los estudiantes no sólo incide o proporciona argumentos dirigidos a fomentar una orientación hacia la RSC, sino que, la mayoría de las materias tratadas se centran en la eficiencia y eficacia de la empresa desde un punto de vista financiero, proporcionando una visión economicista a los estudiantes. En este sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H2. La formación ética recibida por los estudiantes de grado se asocia negativamente con la obtención de una visión economicista.

H3. La formación ética recibida por los estudiantes de grado se asocia positivamente con la obtención de una visión social.

#### 2.4. Visión empresarial versus visión social

Los estudiantes de grado de empresa podrán llegar a ser en el futuro profesionales que deberán tomar decisiones en las entidades en las que trabajen, por lo que su orientación hacia la RSC jugará un papel en ese proceso de toma de decisiones corporativas. En ese sentido resulta relevante la identificación de los posibles factores que puedan incidir sobre la CSRO de dichos estudiantes (Ham et al., 2015).

El principal instrumento de medida de la CSRO fue desarrollado y empíricamente testado por Aupperle (1982,1985). Esta escala está basada en las cuatro dimensiones de la CSR definidas por Carroll (1991), que pueden ser organizadas de acuerdo a dos principales tipos de preocupaciones: 1) legal, ética y visión discrecional relacionada con problemas sociales y 2) visión económica relacionada con el resultado de la empresa (Halpern, 2008).

En nuestra investigación, nos centramos en estudiar la posible influencia de la visión empresarial de los estudiantes universitarios de empresa sobre la orientación hacia la RSC, diferenciando entre visión que puede ser orientada hacia el mercado o economicista (Cagle y Baucus, 2006) u orientada hacia los stakeholders o sostenible (Wang y Calvano, 2015), entendiendo que son contrapuestas. En este sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H6. La visión economicista de los estudiantes se relaciona negativamente con la orientación hacia la RSC.

H7. La visión social de los estudiantes se relaciona positivamente con la orientación hacia la RSC.

### 3. Investigación empírica

#### 3.1. Muestra y estructura de la encuesta

Para la consecución de tal objetivo, se ha seleccionado la asignatura de Creación de Empresas, que se imparte durante el cuarto año del grado ofertado en la Facultad de Empresariales, de la Universidad de Granada (España). Esta asignatura, de último curso, proporciona conocimientos, entre ellos aspectos de RSC, para la creación de un proyecto de empresa por parte de los estudiantes. A lo largo del año académico 2016/17, un total de 180 estudiantes se matricularon en esta asignatura.

La formación en ética empresarial se introduce en la asignatura de modo que los estudiantes aprenden a aplicarla de una forma práctica (Etzioni, 2002, Mitroff y Swanson, 2004). Se realiza un aprendizaje activo y significativo basado en la experiencia (Desjardins y Diedrich, 2003). Para ello, se transmiten y trabajan un conjunto de conceptos éticos y de RSC, mediante el uso del método del caso. El método del caso, junto con las clases magistrales, constituye una metodología que parece mejorar la toma de decisiones éticas de los estudiantes (Hess y Norman, 2004; Cagle y Baucus, 2006). A su vez, se invita a emprendedores a diversos seminarios en los que, basándose en sus experiencias propias, transmiten su reacción ante conflictos éticos y de RSC.

En el desarrollo de las clases, los estudiantes discuten sobre casos prácticos sobre lo que suponen faltas éticas de diferente gravedad justificando sus decisiones. Asimismo, se analizan los valores incluidos en la misión y visión de las empresas (Senge, 1998), y este mismo enfoque es adoptado por los emprendedores al explicar sus actuaciones empresariales durante las conferencias (Cagle y Baucus, 2006). A partir de los conocimientos y conceptos desarrollados, los estudiantes han de incorporar, en la idea del negocio que proponen, los principales aspectos de la política de RSC que van a seguir en su empresa: la dimensión ética al delimitar la misión y visión de su negocio, poniendo de manifiesto los valores corporativos e incorporarlos en el núcleo del negocio. También han de definir los posibles riesgos operativos desde un punto de vista ético a los que se enfrenta la actividad que quieren poner en marcha. Asimismo, han de delimitar y jerarquizar los grupos de interés con los que interactúa la empresa fijando las estrategias que van a desarrollar para atender a sus demandas, justificando los principios y valores que les llevaban a tomar las diversas decisiones. El objetivo es concienciar al estudiante sobre sus responsabilidades con la sociedad buscando una actitud proactiva y asentada en principios éticos y morales.

Los alumnos elaboran un proyecto de negocio considerando la dimensión ética en relación con las diversas áreas del negocio y con los stakeholders. La aplicación a la práctica real permite mostrar cómo se implantan los conocimientos de materia ética. Los estudiantes han de proponer y desarrollar una idea de negocio y los diferentes planes que la integra, tales como el plan de negocio, plan financiero, plan de producto, plan de marketing, lo que posibilita desarrollar la dimensión ética de manera integrada junto a las demás facetas de un negocio.

Para obtener los datos necesarios, se les solicitó a los estudiantes que rellenasen una encuesta, comenzando inicialmente con un grupo de éstos. Esta revisión preliminar nos permitió corregir errores de interpretación en algunas áreas e incluir un glosario donde se definían ciertos conceptos incluidos en la encuesta e incorporando sugerencias propuestas. Tras estas incorporaciones, la encuesta se pasó a estos estudiantes para una validación final sobre su idoneidad. El cuestionario estaba compuesto por 29 preguntas cerradas, para ser contestadas con una escala tipo Likert del 1 al 5 (donde el 1 era fuertemente en desacuerdo y el 5 totalmente de acuerdo). Este método fue adoptado con la finalidad de reducir el grado de subjetividad (Jones et al., 1998). De los alumnos matriculados en la asignatura, obtuvimos una muestra válida de 151 alumnos que contestaron a la encuesta y se examinaron de la asignatura (83%).

En la encuesta realizada a los alumnos se preguntó una serie de cuestiones referentes a los factores que podrían favorecer la actitud positiva hacia la RSC en su idea de negocio. Sobre las respuestas se construyeron las variables para dar respuesta a las hipótesis planteadas usando un modelo de ecuaciones estructurales.

### **3.2. Modelo propuesto**

Con la finalidad de contrastar las hipótesis propuestas, utilizamos un modelo de ecuaciones estructurales. La razón fundamental es que estos modelos se han usado en muchas disciplinas dado que permite resolver problemas en las investigaciones con relaciones causales entre constructos, que son medidos mediante variables observadas (Martín Rojas et al., 2011).

Garde et al. (2017) resumen como ventajas del uso de modelos estructurales el que permite una correspondencia más exacta entre teoría y empírica porque proporciona a



las variables empíricas significados por medio de definiciones operacionales; mediante el manejo simultáneo de variables observables y latentes en un modelo estructural, las consecuencias de la multicolinealidad podrían ser mitigadas y hace posible la medición de errores en las variables explicativas reduciendo los sesgos a cero.

Esta metodología estadística es usada para estimar nuestro modelo usando LISREL con la matriz de correlaciones como input, permitiéndonos el análisis de un modelo multivariante incluyendo efectos directos e indirectos (Byrne, 2006).

El uso de constructos juega un papel muy importante en el diseño de la encuesta. En nuestro trabajo utilizamos constructos que han sido previamente testados en estudios empíricos fiables y válidos (Garde et al., 2017), como hemos indicado en la revisión de la literatura.

Antes de probar el modelo SEM, se realizó un análisis factorial confirmatorio (CFA) para establecer la confianza en el modelo de medición, que especifica las relaciones de las variables observadas con las construcciones subyacentes (Tabla I).

Para desarrollar este CFA, se emplearon cuatro tipos de medidas generales de ajuste del modelo: un índice de bondad de ajuste (GFI) absoluto para evaluar qué tan bien el modelo teórico se ajusta a los datos de la muestra; un índice incremental para evaluar el ajuste proporcional comparando un modelo objetivo con un modelo de línea base más restringido (índice de ajuste normado (NFI) versus índice de ajuste no normado (NNFI)); y una medida de ajuste razonable, el índice de ajuste comparativo (CFI), para determinar si los modelos se lograron mediante un ajuste excesivo de los datos con demasiados coeficientes (Hu y Bentler, 1995).

Tabla 1: Medidas de bondad de ajuste para el modelo de medición

Constructo		NFI	NNFI	GFI	CFI
1. Educación padres	$\chi^2_{6} = 91.11$	0.98	0.98	0.88	0.98
2. Formación	$\chi^2_{2} = 07.42$	0.97	0.94	0.97	0.98
3. Visión económica	$\chi^2_{7} = 76.53$	0.95	0.94	0.91	0.96
4. Visión social	$\chi^2_{4} = 28.33$	0.95	0.91	0.94	0.96
5. Enfoque RSC	$\chi^2_{5} = 23.45$	0.97	0.96	0.96	0.98

Notas: n=151; Normed Fit Index, NFI; Not Normalized Fit Index, NNFI; Goodness of Fit Index, GFI; Comparative Fit Index, CFI

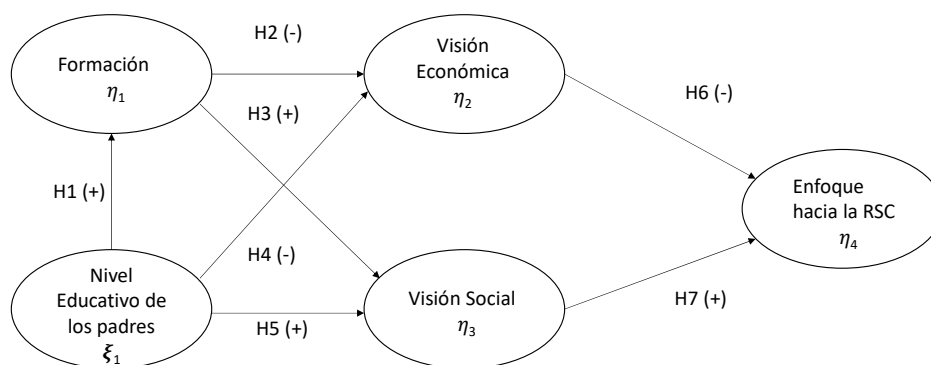
El GFI indica cómo se ajusta el modelo de lo que es el caso sin ningún ajuste. El NFI y el NNFI se propusieron en estudios anteriores y se usan complementariamente para la comparación del modelo ajustado (Bentler y Bonett, 1980). Finalmente, el CFI se desarrolló para facilitar la elección del mejor ajuste entre los modelos competidores que pueden diferir en el grado de parametrización y la especificación de las relaciones entre las variables latentes (Bollen, 1989; Bentler, 1990). En todas estas medidas, cuanto más cercano sea su valor a 1, mejor será el ajuste y un valor similar o superior a 0.90 se considera muy bueno (Garde et al, 2017).

En los resultados del análisis de CFA, los ítems que tienen un coeficiente alfa por debajo de 0.3 son inaceptables, por lo que deberían eliminarse de un análisis más detallado (Jöreskog y Sörbom, 1996). En nuestra investigación, los valores del

coeficiente alfa indican que los constructos se construyeron combinando un conjunto de elementos que presentan una alta consistencia interna (Educación padres  $\alpha = 0.779$ , Formación  $\alpha = 0.879$ ; Visión económica  $\alpha = 0.890$ , Visión social  $\alpha = 0.840$  y Enfoque hacia la RSC  $\alpha = 0,838$ ).

Nuestro modelo fue desarrollado para analizar la relación entre las variables relacionadas con los estudiantes, concretamente, nivel educativo de los padres, formación, visión económica, visión social y actitud hacia la RSC. Los datos fueron analizados utilizando un modelo de ecuaciones estructurales, mediante la herramienta estadística LISREL 8.7 y con el objetivo de determinar la existencia de variables latentes exógenas (nivel educativo de los padres [ $\xi_1$ ]), variables latentes endógenas de primer grado (formación [ $\eta_1$ ] y variables endógenas de segundo grado (visión económica [ $\eta_2$ ], visión social [ $\eta_3$ ] y actitud hacia la RSC [ $\eta_4$ ]). Las hipótesis están trazadas en el modelo teórico reflejado en la figura 1.

Figura 1: Modelo de hipótesis



#### 4. Resultados

La tabla 2 muestra las medias y desviaciones estándares, así como la matriz de correlaciones entre los factores para las variables de estudio.

Tabla 2: Estadísticos descriptivos e intercorrelaciones para las variables de estudio.

Variable	Media	S.D.	Educ	Forma	Veco	Vsoc	Enf. RSC
1. Educación padres	11.91	2.15	1.000				
2. Formación	27.78	4.71	.346**	1.000			
3. Veco	30.14	5.48	.164*	.400**	1.000		
4. Vsoc	19.06	3.58	.227**	.436**	.750**	1.000	
5. Enfoque RSC	15.24	4.87	.085	-.140*	-.054	.003	1.000

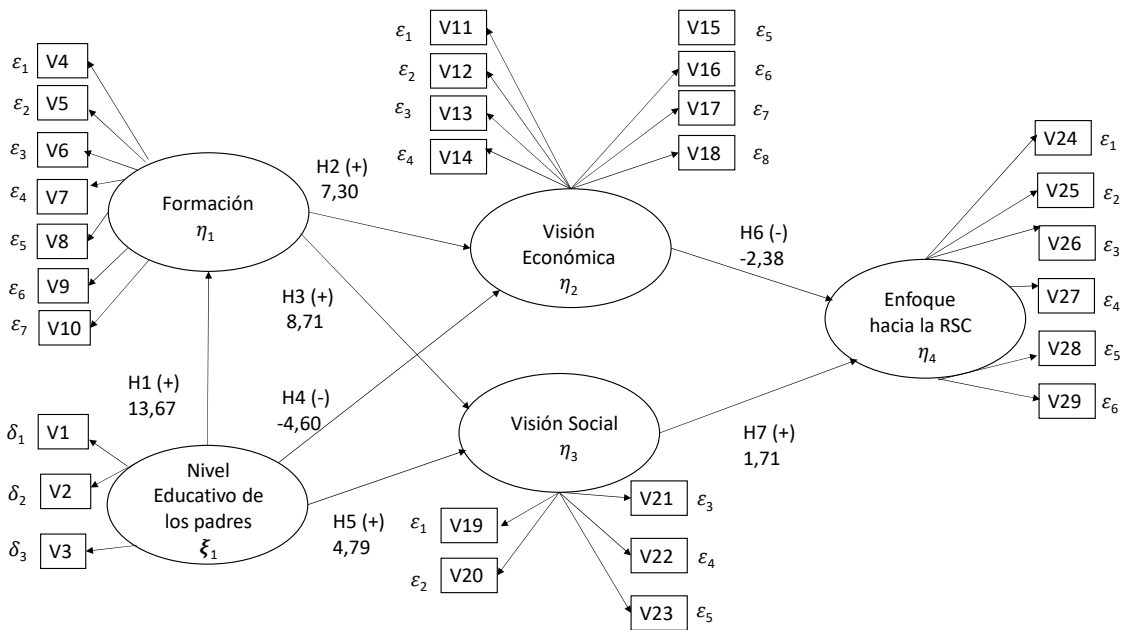
Notas: \* $p < 0.05$ ; \*\* $p < 0.01$ ; \*\*\* $p < 0.001$  (two-tailed).  $n = 151$ .

La importancia relativa de las variables está reflejada por la magnitud de los coeficientes, como puede observarse en la figura 2.

Para evaluar el ajuste del modelo de medición, es necesario que todos los constructos tengan una alta consistencia interna determinada por la confiabilidad compuesta (CR) y la varianza compartida (SV) (Del Barrio y Luque, 2012). En nuestro estudio, el constructo de Educación padres tiene un CR = 0.71 y SV = 0.50, el constructo de Formación tiene un CR = 0.90 y SV = 0.58; el constructo de Visión económica tiene un

CR = 0.89 y SV = 0.50, el constructo de Visión social tiene un CR = 0.84 y SV = 0.51 y el constructo Enfoque hacia la RSC tiene una CR = 0.84 y SV = 0.52. Por tanto, los constructos tienen niveles de confianza satisfactorios, como indica el rango de la CR que abarca desde 0.90 a 0.71, y el rango de las SV entre 0.58 y 0.50.

Figura 2: Resultados del modelo de ecuaciones estructurales



La validez convergente se puede determinar considerando la importancia de los factores y de los SV (Garde et al., 2017). Todas nuestras construcciones de elementos múltiples cumplen con estos criterios, en el sentido de que cada carga está significativamente relacionada con su factor subyacente y respalda la validez convergente. Del mismo modo, las diferencias en los factores de correlación de las 2 pruebas muestran una validez discriminante, es decir, el grado en que una construcción se diferencia de las otras, lo que se logra entre todos los constructos (Anderson y Gerbing, 1988). En particular, la validez discriminante se estableció entre cada par de variables relativas utilizando el parámetro de correlación estimado entre ellas hasta 1.0 y luego una prueba de las 2 diferencias en valores obtenidos para modelos construidos y no construidos (Anderson y Gerbing, 1988) (ver Tabla 3).

Las medidas de ajuste general, los coeficientes de correlación al cuadrado múltiple de las variables (R<sup>2</sup>s) y los signos y los niveles de significación de los coeficientes de trayectoria indican que el modelo se ajusta bien a los datos ( $\chi^2_{2343} = 503.69$ ,  $p > .000$ , 2ratio = 1.47, GFI = 0.96, AGFI = 0.95, ECVI = 3.07, NFI = 0.91, NNFI = 0.97, CFI = 0.97, IFI = 0.97, PGFI = 0.81, NPC = 160.69, RFI = 0.90, CFI = 0.97, RMSEA = 0.048). El modelo hipotético se ajustó significativamente mejor que el modelo nulo ( $\chi^2_{2378} = 5501.83$ ,  $p > .05$ ;  $\Delta\chi^2_{235} = 4998.14$ ,  $p > .05$ ).

Tabla 3. Ajuste del modelo estructural

Variable	Item	Coefficientes beta estandarizados	t-student	R2
Educación padres	V1	0.50	7.32	0.36
	V2	0.75	10.48	0.57
	V3	0.71	10.04	0.50
Formación	V4	0.82	14.76	0.68
	V5	0.86*	25.51	0.74
	V6	0.80*	16.49	0.63
	V7	0.76*	17.73	0.58
	V8	0.68	11.41	0.46
	V9	0.76*	17.49	0.58
Visión económica	V10	0.65	11.34	0.42
	V11	0.73*	19.41	0.53
	V12	0.76*	22.11	0.57
	V13	0.72*	19.27	0.53
	V14	0.60*	12.12	0.36
	V15	0.61*	12.77	0.37
	V16	0.77*	23.54	0.60
	V17	0.79*	25.36	0.62
Visión social	V18	0.69*	16.79	0.48
	V19	0.68*	15.37	0.47
	V20	0.76*	19.90	0.57
	V21	0.71*	16.68	0.51
	V22	0.77*	20.58	0.59
Enfoque RSC	V23	0.67*	14.73	0.45
	V24	0.61*	12.24	0.37
	V25	0.80*	23.78	0.63
	V26	0.58	11.15	0.36
	V27	0.77*	21.63	0.60
	V28	0.77*	21.73	0.60
	V29	0.58	11.10	0.36

Notas:  $\lambda^*$  = Standardized Structural Coefficient; R2 = Reliability;  $\alpha$  = Cronbach Alpha; f. p. = Fixed Parameter; A. M. = Adjustment Measurement;  
 \*p < .05; \*\* p < .01; \*\*\* p < .001 (two-tailed)

## 5. Conclusiones

El objetivo de nuestro estudio era verificar si la incidencia sobre la RSC puede tener un signo diferente, dependiendo del enfoque o visión del que se parta, que puede ser orientada hacia el mercado o economicista (Cagle y Baucus, 2006) u orientada hacia los stakeholders o sostenible (Wang y Calvano, 2015). Así consideramos que, si poseen una visión economicista, tendrán una orientación negativa a la incorporación de aspectos de RSC en su empresa (H6) y, por el contrario, si presentan una visión sostenible o social, es decir, enfocada a los stakeholders, la actitud hacia la RSC empresarial será positiva (H7). En este sentido se aceptan las hipótesis H6 y H7.

Los resultados muestran que la visión economicista de los estudiantes depende de dos factores. En primer lugar el nivel educativo de los padres (H4) (Kaifi et al., 2014), que se relaciona negativamente con la visión economicista, aceptándose la hipótesis H4. Por su parte, la formación recibida, centrada en aspectos éticos de los negocios y RSC (H2) (Griffin y Prakash, 2014), afecta positivamente a la visión economicista, rechazándose la hipótesis H2. Los resultados muestran que, a pesar del enfoque dado a la formación ética, los estudiantes la perciben en relación con el efecto que puedan tener sobre indicadores de desempeño financiero. También pueden explicarse los resultados considerando que los aspectos éticos tratados son insuficientes para corregir una visión economicista en la que principalmente se incide desde las diferentes materias. Por último, los resultados muestran que el nivel educativo familiar incide positiva y directamente sobre esa formación ética recibida (H1), aceptándose la hipótesis H1 (Brenner et al., 2012).

Los resultados muestran que el enfoque social u orientado hacia los stakeholders también se ve afectado positivamente, asimismo, por el nivel educativo de los padres (H5), aceptándose la hipótesis 5 (Lau y Haug, 2011) y por la formación recibida centrada en los aspectos éticos empresariales (H3), aceptándose la hipótesis 3 (Cagle y Baucus, 2006).

Tabla 4. Modelo estadístico frente a modelo teórico

	$\chi^2$	df	$\Delta \chi^2$	RMSEA	ECVI	AIC	NCP	CAIC
Model 1: Theoretical	503.69	343		0.048	3.07	629.69	160.69	902.35
Model 2: W.R.	503.69	343	0	0.048	3.07	629.69	160.69	902.35
Nivel → Forma								
Model 3: W.R.	563.66	344	1	0.056	3.35	687.66	219.66	955.99
Form → Veco								
Model 4: W.R.	545.26	344	0	0.053	3.96	669.26	201.26	937.59
Nivel → Veco								
Model 5: W.R.	568.41	344	0	0.056	3.96	692.41	224.41	960.74
Form → Vsoc								
Model 6: W.R.	534.13	344	0	0.052	3.96	658.13	190.13	926.46
Nivel → Vsoc								
Model 7: W.R.	508.41	344	0	0.048	3.96	632.41	164.41	900.74
Vecon → Enfoque								
Model 8: W.R.	506.29	344	0	0.048	3.96	630.29	162.29	898.62
Vsoc → Enfoque								

Notas: W.R.= Without Relationship; n=151

Los resultados de nuestro estudio (ver tabla 4) muestran que la incidencia del nivel educativo de los padres de los estudiantes de empresa sobre el resultado de la formación en ética que éstos reciban es positiva y elevada. Asimismo, tiene el mismo

signo, aunque una incidencia menor sobre la visión sostenible. Se confirma que los estudiantes nacidos en contextos culturales de mayor nivel educativo orientan su visión empresarial hacia los stakeholders (Kaifi et al., 2014) mientras que es menor la incidencia en una visión economicista o centrada en resultados (Paintbal y Bhullar, 2017).

Por otro lado, la formación en ética, como podíamos esperar influye, de forma positiva en el enfoque social (Hatch y Stephen, 2015) pero también incide positivamente, aunque en menor grado, en el enfoque económico. Como explicación podría argumentarse que puede deberse a las distintas formas de incluir la educación en ética en el curriculum de los estudiantes, así como el peso de dicha formación sobre el resto de las materias impartidas a lo largo del grado (Aldazaba et al., 2017).

Por último, y en lo referente a la incidencia sobre la orientación hacia la RSC de la visión empresarial que tengan los estudiantes, si ésta es social la incidencia es positiva, pero si poseen una visión economicista la incidencia es negativa y mayor (Kolodinsky et al, 2010).

## Referencias bibliográficas

- Alonso-Almeida, M.D.M., Fernandez De Navarrete F.C. and Rodriguez-Pomeda, J. (2015), "Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis", *Business Ethics*, Vol.24(1), pp.1-17.
- Anderson, J.C. and Gerbing, D.W. (1988), "Structural equation modelling in practice: a review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 3 No. 103, pp. 411-423.
- Angelidis, J. and Ibrahim, N. (2004), "An exploratory study of the impact of degree of religiousness upon an individual's corporate social responsiveness orientation", *Journal of Business Ethics*, Vol.51(2), pp.119-128.
- Aupperle, K.E. (1982), "An Empirical Inquiry into the Social Responsibilities as Defined by Corporations: an Examination of Various Models and Relationships", *Ph.D. dissertation. University of Georgia, Georgia, United States. Retrieved February 5, 2008, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 8225168)*
- Aupperle, K.E., Carroll, A.B. and Hatfield, J.D. (1985), "An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability", *Academy of Management Journal*, Vol.28(2), pp.446-463.
- Avram, D.O., Domnanovich, J., Kronengerg, C. and Scholz, M. (2018), "Exploring the integration of corporate social responsibility into the strategies of small-and medium-sized enterprises: a systematic literature review", *Journal of Cleaner Production*, Vol.201, pp.254-271.
- Barth, M., Godemann, J., Rieckmann, M. and Stoltenberg, U. (2007), "Developing key competencies for sustainable development in higher education". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol.8, pp.416-430.
- Bentler, P.M. (1990), "Comparative fit indexes in structural equation models", *Psychological Bulletin*, Vol.107, pp.238-246.
- Bentler, P.M. and Bonett, D.G. (1980), "Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures", *Psychological Bulletin*, Vol. 88 No. 3, pp. 588-606.
- Bollen, K.A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley and Sons, New York, NY.
- Bowen, H.R. (1953), "Social Responsibilities of the Businessman", *Harper & Row*, New York.

- Brenner, V., Watkins, A., and Flying, P. (2012), "Accounting Student Views on Ethics", *Journal of Accounting and Finance*, Vol.12, No.5, pp.110-117.
- Byrne, B.M. (2006), *Structural Equation Modeling with EQS: Basic Concepts, Applications and Programming*, 2nd ed., Erlbaum, Mahwah, NJ.
- Cagle Julie A.B. and Baucus Melissa S. (2006), "Case Studies of Ethics Scandals: Effects on Ethical Perceptions of Finance Students", *Journal of Business Ethics*, Vol.64, pp.213–229.
- Carroll, A.B., (1991), "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders" *Business Horizons*, Vol.34(4), pp.39-48.
- Chirieleison, C. and Scrucca, L. (2017), "Shaping students' attitudes towards business ethics and corporate social responsibility: education versus personal perspectives", *Education 7*, Vol.5, pp.83-95.
- Ciampi, F. (2018), "Using corporate social responsibility orientation characteristics for small enterprise default prediction", *WSEAS Transaction Business Economics Journal*, Vol.15, pp.113-127.
- Cole, R. and Snider, B. (2019), "Managing in turbulent times: The impact of sustainability in management education on current and future business leaders", *Journal of Cleaner Production*, Vol.210, pp.1622-1634.
- Del Barrio García, S. and Luque Martínez, T. (2012), "Análisis de ecuaciones estructurales", in Luque Martínez, T. (Ed.), *Técnicas de análisis de investigación de mercados*, Pirámide, Madrid, Chapter 3, pp. 489-557.
- Desjardins, J.R. and Diedrich, E. (2003), "Learning What It Really Costs: Teaching Business Ethics with Life-Cycle Case Studies", *Journal of Business Ethics*, Vol.48, pp.33–42.
- Dey, P.K., Petridis, N.E., Petridis, K., Malesios, C., Nixon, J.D. and Ghosh, S.K. (2018), "Environmental management and corporate social responsibility practices of small and medium-sized enterprises", *Journal of Cleaner Production*, Vol.195, pp.687-702.
- Dzupina, M. (2016), "A theoretical study on cross-national differences on corporate social responsibility orientation (CSRO)", *European Journal of Science and Theology*, Vol.12(1), pp.163-169.
- Ehie, I.C. (2016), "Examining the corporate social responsibility orientation in developing countries: an empirical investigation of the Carroll's CSR pyramid", *International Journal of Business Governance and Ethics*, Vol.11(1), pp.1-20.
- Epstein, E.M. (1987), "The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate responsibility, and corporate social responsiveness", *California Management Review*, Vol.29(3), pp.99-114.
- Etzioni, A. (2002), When it comes to ethics b-schools get an F. *Washington Post*, 4 August, B4.
- Fernández-Guadaño and J., Sarria-Pedroza, J. (2018), "Impact of corporate social responsibility on value creation from a stakeholder perspective", *Sustainability 10*, Vol.6, pp.2062-2072.
- Fisher, J. (2004), "Social responsibility and ethics: clarifying the concepts", *Journal of Business Ethics*, Vol.52(4), pp.391-400.
- Galvao, A., Mendes, L., Marques, C. and Mascarenhas, C. (2019), "Factors influencing students' corporate social responsibility orientation in higher education", *Journal of Cleaner Production*, Vol.215, pp. 290-304.
- Garde Sánchez, R., Rodríguez Bolívar, M.P. and López Hernández, A. (2017), "Perceptions of stakeholder pressure for supply-chain social responsibility and information disclosure by state-owned enterprises", *The International Journal of Logistics Management*, Vol.28(4), pp.1027-1053.
- Gholipour, T., Nayeri, M. and Mehdi, S. (2012), "Investigation of attitudes about corporate social responsibility: business students in Iran", *African Journal of Business Management*, Vol.6(14), pp.5105-5113.

- Griffin, J.J. and Prakash, A. (2014), "Corporate Responsibility: Initiatives and Mechanisms", *Business & Society*, Vol.53(4), pp.465-482.
- Halpern, B.H. (2008), "Corporate Social Responsibility Orientation: An Investigation of Specific Department of Defense Contractors", *Doctoral dissertation. Capella University*.
- Ham, M., Pap, A. and Pezic, M. (2015), "The attitudes of business students towards corporate social responsibility: evidence from Eastern Croatia", In: *Proceedings of the 4th International Scientific Symposium Economy of Eastern Croatia Vision and Growth, vol. 4. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics, Croatia*, pp.693-702, 21-23 May.
- Haski-Leventhal, D., Pournader, M. and McKinnon, A. (2017), "The role of gender and age in business students' values, CSR attitudes, and responsible management education: learnings from the PRME International Survey", *Journal of Business Ethics*, Vol.146(1), pp.219-239.
- Hatch, C. and Stephen, S. (2015), "The effectiveness of social responsibility courses in higher education", *Journal of Learning in Higher Education*, Vol.11(2), pp.15-21.
- Hatch, C., Stephen, S. (2015), "The effectiveness of social responsibility courses in higher education", *Journal of Learning in Higher Education*, Vol.11(2), pp.15-21.
- Hess, D. W. and Norman, C.S. (2004), "Teaching Ethics in Investment Classes: A Series of Vignettes", *Journal of Financial Education*, pp. 41–60.
- Hooker, J. (2004), "The Case against Business Ethics Education: A Study in Bad Arguments", *Journal of Business Ethics Education*, Vol.1, No.1, pp.73-86.
- Hu, L. and Bentler, P.M. (1995), "Evaluating model fit", in Hoyle, R. (Ed.), *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues and Application*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 76-99.
- Jones, K. Alabaster, T and Walton, J. (1998), Virtual Environments for Environmental Reporting. *Greener Management International*, Vol.21, pp.121–137.
- Jöreskog, K.G. and Sörbom, D. (1996), LISREL VIII, SPSS, Inc., Chicago, IL.
- Jorge, M.L., Peña, F.J.A. (2014), "Determinants of corporate social responsibility and business ethics education in Spanish universities", *Business Ethics a European Review*, Vol.23(2), pp. 139-153.
- Kaifi, B. A., Khanfar, M. N., Noor, O. A. and Poluka, L. (2014), "International business students' understanding, perception, and commitment to corporate social responsibility: a study based upon gender, generational affiliation, and culture", *Business and Management Research*, Vol.3(3), pp.34-42.
- Kao, E.H., Yeh, C.C., Wang, L.H. and Fung, H.G. (2018), "The relationship between CSR and performance: evidence in China", *Pacific Basin Finance Journal*, Vol.51, pp.155-170.
- Kolodinsky, R., Madden, T., Zisk, D. and Henkel, E. (2010), "Attitudes about corporate social responsibility: business student predictors", *Journal of Business Ethics*, Vol.91(2), pp.167-181.
- Lau, L.K. and Haug, J.C. (2011), "The Impact of Sex, College, Major, and Student Classification on Students' Perception of Ethics", *Mustang Journal of Business and Ethics*, Vol.1, pp.92-105.
- Martín Rojas, R., García Morales, V.J. and Mihi Ramírez, A. (2011), "How can we increase Spanish technology firm's performance?", *Journal of Knowledge Management*, Vol.15(5), pp. 759-778.
- Minguez, R. (2014), "Ethics of family life and transmission of moral values", *Revista de Educación*, Vol.363, pp.210-229.
- Mitroff, I.I. and Swanson, D. (2004), "An open letter to the deans and the faculties of American business schools", *Journal of Business Ethics*, Vol.54, No.2, pp.185–189.
- Muijen, H. (2004), "Corporate social responsibility starts at university", *Journal of Business Ethics*, Vol.53(1-2), pp. 235-246.



- Mulá, I., Tilbury, D., Ryan, A., Mader, M., Dlouha, J., Mader, C., Benayas, J., Dlouhý, J. and Alba, D. (2017), "Catalysing change in Higher Education for sustainable development: a review of professional development initiatives for university educators", *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol.18, pp.798-820.
- Nonet, G., Kassel, K. and Meijis, L. (2016), "Understanding responsible management: emerging themes and variations from European business school programs", *Journal of Business Ethics*, Vol.139, pp.717-736.
- Paintal, M. and Bhullar, M. (2017), "A study of orientation of management students of Punjab towards corporate social responsibility", *Journal of Humanities And Social Science*, Vol.22(10), pp.40-44.
- Paintal, M. and Bhullar, M. (2017), "A study of orientation of management students of Punjab towards corporate social responsibility", *Journal of Humanities and Social Science*, Vol.22(10), pp.40-44.
- Schmidt, M.A. and Cracau, D. (2018), "A cross-country comparison of the corporate social responsibility orientation in Germany and Qatar: an empirical study among business students", *Business and Professional Ethics Journal*, Vol.37(1), pp.67-104.
- Senge, P.M. (1998), "The practice of innovation", *Leader to Leader*, Vol. 9, pp. 16-22.
- Sidiropoulos, E. (2014), "Education for sustainability in business education programs: a question of value", *Journal of Cleaner Production*, Vol.85, pp.472-487.
- Stubbs, W. and Cocklin, C. (2008), "Teaching sustainability to business students: shifting mindset", *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol.9(3), pp. 206-221.
- Tang, Z. and Tang, J. (2017), "Stakeholder corporate social responsibility orientation congruence, entrepreneurial orientation and environmental performance of Chinese small and medium-sized enterprises", *British Journal of Management*, Vol.29(2), pp.1-18.
- Texeira, A., Ferreira M.R., Correia, A. and Lima V. (2018), "Students' perceptions of corporate social responsibility: evidences from a Portuguese higher education institution", *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, Vol.15(2), pp.235,252.
- Twenge, J.M., Campbell, S.M, Hoffman, B.J. and Lance, C.E. (2010), "Generational difference in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing". *Journal of Management*, Vol.36, pp.1117-1142.
- Van den Heuvel, G., Soeters J. and Gossling, T. (2014), "Global business, global responsibilities: corporate social responsibility orientations within a multinational bank", *Business & Society*, Vol.53(3), pp.378-413.
- Wang, L.C. and Calvano, L. (2015), "Is Business Ethics Education Effective? An Analysis of Gender, Personal Ethical Perspectives, and Moral Judgment", *Journal of Business Ethics*, Vol.126, pp.591-602.
- Yoder, M., Strandholm, K. and VanHemert, M. (2017), "Preaching to the choir? Effect of required CSR courses on CSR attitudes", *Journal of Academy of Business and Economics*, Vol.10, pp.1-19.

ANEXO: Encuesta

1. Edad					
2. Sexo					
3. Número de clases a las que has asistido en esta asignatura		0	1	2	3
4. Sector (Objeto social) de la empresa sobre la que has elaborado el plan de empresa					
5. Valora la influencia que pueden tener en ti los siguientes factores para favorecer incorporar aspectos de Responsabilidad Social a tu empresa:					
		POCO IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE
V1	Educación Familiar	1	2	3	4 5
V2	La formación en los estudios previos a la Universidad	1	2	3	4 5
V3	La formación en los estudios en la Universidad	1	2	3	4 5
6. En relación con las clases recibidas de ética y RSC, indica el grado de acuerdo o desacuerdo.					
		POCO IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE
V4	El conocimiento de aspectos éticos me ayudará en mi futuro trabajo	1	2	3	4 5
V5	futuro	1	2	3	4 5
V6	El conocimiento de aspectos éticos me ayudará a decidir en los conflictos entre trabajador y empresa	1	2	3	4 5
V7	empresarial	1	2	3	4 5
V8	Aunque no es necesario, pienso que todos los estudiantes de esta facultad deberían poder acceder a un curso de ética empresarial	1	2	3	4 5
V9	Las directrices y sugerencias sobre ética recibidas son importantes en esta carrera	1	2	3	4 5
V10	El conocimiento adquirido en las clases de ética ha sido valioso para mí	1	2	3	4 5
7. En relación con tu sensibilidad hacia temas sociales, establece el grado de importancia de los siguientes ítems en la empresa que habéis creado:					
		POCO IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE
V11	El enfoque de tu idea de negocio tiene en cuenta los temas sociales	1	2	3	4 5
V12	Estás firmemente comprometido/a con una visión social	1	2	3	4 5
V13	Consideras prioritarios en tu estrategia empresarial los asuntos sociales	1	2	3	4 5
V14	Soy capaz de identificar una necesidad social en relación con mi negocio	1	2	3	4 5
V15	A través de mi empresa soy capaz de crear una visión social propia	1	2	3	4 5
V16	Estoy motivado para atender una necesidad social	1	2	3	4 5
V17	Estoy decidido a que mi empresa sea un agente de cambio social	1	2	3	4 5
V18	Con mi empresa pienso que puedo satisfacer una necesidad social	1	2	3	4 5
7. En relación con tu sensibilidad hacia temas sociales, establece el grado de importancia de los siguientes ítems en la empresa que habéis creado:					
		POCO IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE
V19	Un objetivo de mi empresa es mejorar la calidad de vida en el largo plazo	1	2	3	4 5
V20	La actividad de mi empresa mejora una necesidad social a largo plazo	1	2	3	4 5
V21	Mi empresa promueve un equilibrio de las preocupaciones económicas, sociales y ambientales	1	2	3	4 5
V22	Mi empresa promueve un equilibrio entre la misión social y el valor social	1	2	3	4 5
V23	Mi empresa promueve soluciones que sean éticas	1	2	3	4 5
8. Delimita el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes actitudes hacia la Responsabilidad Social Corporativa:					
		POCO IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE
V24	La producción de bienes eficientes es la única cosa que la sociedad espera de las empresas	1	2	3	4 5
V25	prioritario	1	2	3	4 5
V26	Una empresa que ignora la RSC puede obtener ventajas competitivas sobre otra que no lo haga	1	2	3	4 5
V27	La responsabilidad social, cuando reduce el patrimonio de los accionistas supone un robo. Los directivos se están apropiando de dinero que pertenece a los accionistas	1	2	3	4 5
V28	Los líderes empresariales deben gestionar instituciones económicas y no asuntos sociales	1	2	3	4 5
V28	Las empresas tienen demasiado poder y no deberían comprometerse en actividades sociales que les podrían otorgar más poder	1	2	3	4 5