



Responsabilidad Social Corporativa, sostenibilidad y educación universitaria

Corporate Social Responsibility, Sustainability and Higher Education

Recibido: 04/05/2024 | Revisado: 06/05/2024 | Aceptado: 20/05/2024 |
Online First: 15/06/2024 | Publicado: 30/06/2024

iD Isabel-de-la-Torre-Prados
Universidad Autónoma de Madrid
isabel.torre@uam.es
<https://orcid.org/0000-0002-5025-6915>

iD Leticia-Porto-Pedrosa
Universidad Rey Juan Carlos
leticia.porto@urjc.es
<https://orcid.org/0000-0003-1306-5471>

Resumen: En las dos últimas décadas se ha incorporado a la enseñanza universitaria el reconocimiento académico de la investigación y docencia en Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad. La inclusión responde a la creciente necesidad de orientar correctamente la toma de decisiones de los futuros profesionales en el actual contexto socioeconómico. El presente artículo hace referencia a las líneas de conocimiento que fundamentan la responsabilidad social, así como su presencia en la oferta formativa en Grado y Posgrado de las universidades públicas y privadas de Madrid, proponiendo la transversalidad de su docencia en la formación universitaria. El estudio comprende el análisis de 19 universidades madrileñas para conocer los actuales planes de estudio e itinerarios formativos en cada una de ellas. Entre los parámetros que se consideran se detalla el tipo de titulación, curso, clasificación de la asignatura y número de créditos de las materias afines a la Responsabilidad Social Corporativa como la sostenibilidad, la Ética y la

Abstract: In the last two decades, academic recognition of research and teaching in Corporate Social Responsibility and Sustainability has been incorporated into higher education. This inclusion responds to the growing need to correctly guide the decision-making of future professionals in the current socio-economic context. This article refers to the lines of knowledge that underpin social responsibility, as well as its presence in the undergraduate and postgraduate courses offered by public and private universities in Madrid, proposing the transversality of its teaching in university education. The study includes the analysis of 19 universities in Madrid to find out about the current study plans and training itineraries in each of them. The parameters considered include the type of degree, course, subject classification, and number of credits of subjects related to Corporate Social Responsibility such as Sustainability, Ethics and Deontology. The analysis shows the presence of these subjects in the different curricula and their

Deontología. Tras el análisis se constata la presencia de estas materias en los diferentes planes de estudio y sus particularidades, y pone de manifiesto la necesidad de apostar por una educación universitaria de calidad. Ante los desafíos actuales, debe primar un enfoque socialmente responsable que promueva el bien general, pero desde el respeto hacia la libertad individual de la persona.

particularities, and highlights the need to commit to quality university education. In the face of current challenges, a socially responsible approach that promotes the general good, but with respect for the individual freedom of the person, must take precedence.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, sostenibilidad, ética profesional, responsabilidad educativa, educación de calidad.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainability, Professional Ethics, Educational Responsibility, Quality Education.

Introducción

Marco introductorio sobre Responsabilidad Social Corporativa y sostenibilidad

La mayoría de las definiciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) suelen destacar una visión pluralista de la empresa, que implica pasar de su concepción tradicional y su rendición de resultados ante los accionistas a una concepción que engloba a todas las personas afectadas por la actividad de la empresa. En esta categoría suelen incluirse junto con los accionistas, los empleados, los clientes, los proveedores, la comunidad local, la sociedad en general y, desde una visión sostenible, a las generaciones futuras. Esta concepción pluralista se adopta desde distintas perspectivas teóricas, como analizan Garriga y Melé (2004) y de la Torre Prados (2009), al diferenciar entre las instrumentales, las políticas, las integradoras y las éticas. Existe, sin embargo, un consenso bastante generalizado de que la responsabilidad social de la empresa implica adoptar un modelo de gestión que vincula el crecimiento económico al bienestar social y supone un modo de actuación que desborda el ámbito estricto de las empresas y se extiende a la totalidad de las organizaciones en el tejido social. Además, la visión pluralista de la gestión empresarial se ha trasladado a la gestión de todas las organizaciones y, en sentido genérico, se aplica a las consecuencias que se derivan de nuestras actuaciones, limitando la denominación a los términos de responsabilidad social (Almagro et al., 2009).

La concepción pluralista de la RSC se basa en tres fuentes de pensamiento como son la cultura empresarial, la legitimidad social y la ética de la responsabilidad.

Cultura empresarial

El concepto de la cultura empresarial constituye la primera fuente de pensamiento en este marco. Este término se entiende como el conjunto de hábitos, actitudes, creencias y valores vigentes en una organización. Consolida la identidad de la empresa y guía su actividad, expresando sus objetivos a través de valores y creencias.

Existe una amplia literatura sobre la cultura empresarial procedente de la dirección y administración de empresas, que suele apoyarse en investigaciones empíricas, especialmente en estudios de casos, y cuya utilidad se explica por dos razones:

- 1) La primera razón es que proporciona un material empírico reconocible en sus diversos elementos visibles y perceptibles que ayudan a definir la identidad organizacional de las empresas y su evolución en el clima de competencia mutua, que es permanente en el sistema económico vigente.

Este planteamiento, por ejemplo, es el que se expone en la obra de Schein (1985) en la que la cultura de toda empresa está compuesta por dos niveles esenciales: el nivel implícito, que está constituido por las creencias y supuestos básicos de los miembros de la empresa y, sobre todo, los valores esenciales de los mismos, definiendo estos últimos como los valores primarios de la cultura predominante y el nivel explícito u observable, que se diferencia en dos subniveles: el conjunto de conductas, procedimientos, organigramas, tecnologías y rituales de la organización; y la imagen externa de la empresa, que incluye ubicación, edificios y logotipos.

Por su parte, Trompenaars y Hampden-Turner (1993) centran su interés en la integración activa de la estrategia empresarial y las estrategias vitales. En contraste con la gestión tradicional, donde las estructuras y los sistemas eran derivados de una estrategia predefinida, el nuevo puesto de trabajo buscará equilibrar lo que es importante para la empresa (su estrategia) y para los individuos (sus estrategias vitales). De hecho, los responsables de la gestión y los empleados deciden y ejecutan interactivamente. El nuevo paradigma, propuesto por estos autores, se basa en lo que ellos denominan las tres "R": Reconocimiento, Respeto y Reconciliación.

Son dos visiones de cultura empresarial que coinciden en destacar la importancia de la gestión sistémica de la empresa en el medio y largo plazo, a través de la identificación de los elementos culturales que unen a la organización y le permiten obtener los resultados que garantizan su permanencia y su desarrollo futuro.

- 2) La segunda razón se debe a la aplicación práctica de las experiencias empíricas. Esto permite el análisis comparativo entre organizaciones empresariales a partir de tipologías preestablecidas en función de modelos

afines a la estrategia empresarial. De acuerdo con las diferentes estrategias que adoptan las empresas, se pueden distinguir diversos tipos de cultura que resultan más acordes con su prioridad estratégica.

En este sentido, los estudios de autores como Denison y Mishra (1995) o Daft (2001) identifican diversos tipos de cultura presentados como dualidades, a modo de tipos ideales: culturas de misión y culturas de clan, culturas emprendedoras y culturas burocráticas. Por un lado, la dualidad entre culturas de misión y culturas de clan (Denison y Mishra, 1995) se diferencian por su orientación en la visión compartida del propósito estratégico de la organización. Mientras que las culturas de misión se caracterizan por su orientación al cliente en sectores de una gran competencia, las culturas de clan se orientan a las actuaciones internas que refuerzan las relaciones informales y los vínculos, propiciando la creación de equipos de trabajo y la creatividad interna. Por otro lado, la dualidad entre las culturas emprendedoras y burocráticas (Daft, 2001) se basa en la entidad del propósito estratégico. Las culturas emprendedoras fomentan la innovación, la creatividad y la asunción de riesgos y apoyan las iniciativas individuales en la capacidad de compromiso de los miembros de la empresa; mientras que las culturas burocráticas se centran en el cumplimiento de las normas y reglas establecidas en los procedimientos para lograr sus objetivos de producción y sus características son la consistencia, la eficiencia, la estabilidad y la colaboración de los miembros de la empresa.

De forma complementaria, en el apartado de los análisis comparativos cabe señalar la mutua influencia entre las culturas empresariales y las culturas nacionales. Esta línea de investigación se ve impulsada con el creciente interés en los procesos de concentración empresarial, a través de fusiones y adquisiciones de empresas en el ámbito nacional e internacional. Se trata de analizar la relación entre la identidad y la cultura organizacional de la empresa y la cultura nacional del país en el que realiza su actividad productiva. La aportación más significativa por la amplitud del estudio realizado es la del proyecto GLOBE (por sus siglas en inglés, *Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness*), inicialmente dedicado al estudio del liderazgo y extendido a la cultura empresarial, a través de los indicadores relativos a las dimensiones representativas de la cultura organizacional. El objetivo de este proyecto radica en conocer cómo influyen las creencias, las convicciones, los valores e identidades particulares de cada sociedad en las cualidades del liderazgo y en las culturas empresariales (Vallejo, 2022).

En definitiva, los estudios sobre la cultura empresarial han puesto de relieve la importancia de las creencias, los principios y los valores en los códigos de conducta que guían el comportamiento de las personas que integran las organizaciones empresariales.

Legitimidad social

La legitimidad es el reconocimiento social a las actuaciones de una entidad porque se ajustan al sistema socialmente construido de normas, valores, principios y creencias (Suchman, 1995). En la medida que la cultura empresarial refleja el conjunto de principios y valores vigentes en su entorno social posibilita el reconocimiento de la legitimidad de la empresa. Es decir, se entiende como la relación de atributos, basados en el cumplimiento de las normas, la atención a las demandas sociales y la coherencia en las actuaciones. Actualmente, el reconocimiento social de la legitimidad de las empresas deriva de su capacidad de imponer pautas de acción que hagan compatibles el beneficio económico y el bienestar social en un entorno social cambiante y complejo. En este marco pueden coincidir los requerimientos institucionales, las reivindicaciones del asociacionismo activo y los nuevos estilos de vida de los ciudadanos y consumidores.

Las directrices de las instituciones internacionales proponen una nueva distribución en la asignación de funciones organizativas, así como nuevas vías de legitimidad social en el ejercicio del poder empresarial. Se refuerza el protagonismo de las empresas y su capacidad de influencia en el actual escenario de globalización, a pesar de los cambios en la esfera económica, política y social. Estas transformaciones se iniciaron en las tres últimas décadas del pasado siglo y llegan hasta nuestros días, especialmente los que inciden, en mayor medida, en el espacio de la Unión Europea.

Los cambios que se producen están afectando directa o indirectamente a la legitimidad de la empresa desde el ámbito económico, político y social.

a) Desde la economía, la concentración de los mercados y el incremento de poder de las empresas transnacionales con estrategias mundiales para la producción y el consumo significa la vigencia de un gran capitalismo y el debilitamiento del contrapeso social y político del Estado del Bienestar, que trata de regular los desequilibrios del mercado y garantizar la protección social. Así mismo, la aplicación de las redes informáticas en las operaciones financieras ha incrementado la universalidad de las inversiones especulativas y la volatilidad de los mercados de capitales.

b) Desde la política se han producido también cambios importantes desde la caída del muro de Berlín y la desmembración de la antigua Unión Soviética. Esto provoca un nuevo reparto del poder mundial y la emergencia de grandes potencias, como China, India, Sudáfrica y Brasil, que se incorporan al modelo de crecimiento económico occidental, basado en la disponibilidad energética de los recursos fósiles, disputando la hegemonía de los mercados a Estados Unidos y la Unión Europea. En este nuevo contexto internacional, la alianza europea se amplía a 27 países miembros con los consiguientes retos de una nueva homogeneización económica y social.

c) Desde la esfera social se manifiesta un amplio abanico de transformaciones. La desigualdad en las condiciones de vida entre países desarrollados y en vías de desarrollo que provoca un gran flujo migratorio con el consiguiente intercambio multicultural y los problemas derivados de la dificultad de integración. Otros cambios importantes son la pugna por el reconocimiento de identidades nacionales, la flexibilidad en el orden de los valores, la emergencia de nuevos grupos sociales en el espacio público y un mayor protagonismo político y social de la mujer.

En este complejo panorama a nivel mundial, la RSC ha reforzado el reconocimiento a la legitimidad social de las empresas. Así lo confirma, por ejemplo, el Barómetro de Confianza 2023 de la Fundación Edelman (2023), en el que el nivel de confianza en las organizaciones empresariales se ha incrementado frente a la actual brecha de confianza en las instituciones, situando a las empresas bajo la presión de rellenar el vacío de liderazgo institucional. Una parte importante de esta confianza es atribuible a la exigencia de transparencia en la que se basa la RSC con relación a otras entidades, así como por el clima de desconfianza hacia la información que proporcionan los medios de comunicación y las redes sociales. Una confianza que se refuerza cuando estas actuaciones de responsabilidad social se realizan en coordinación con los otros dos grandes actores sociales: las instituciones públicas y las entidades del tercer sector.

La ética de la responsabilidad

En el pensamiento occidental ha existido tradicionalmente una preocupación ética en la reflexión filosófica sobre las consecuencias de nuestras acciones y la búsqueda del bien, como guía del comportamiento. Es conocida la distinción de Weber (1991) entre la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad que expone por vez primera en una conferencia impartida a una asociación de estudiantes en el Múnich revolucionario de 1919 y que desarrolló más tarde en su obra *La política como vocación*. Es una distinción que se ha hecho justamente famosa para explicar las complicadas relaciones entre ética y política, pero que puede aplicarse a todas las actuaciones que tienen repercusión en el ámbito público. La ética de la convicción se refiere a conductas que son valoradas según principios y reglas personalmente asumidas, mientras que en la ética de la responsabilidad se valoran las consecuencias que se siguen de las actuaciones personales y tienen una repercusión social. La utilización posterior de esta distinción ha derivado en una contraposición, como si fueran incompatibles la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad, pero no hay tal oposición. Al final de alocución, Weber afirmaba que “la ética de la responsabilidad y la ética de la convicción no son términos absolutamente opuestos, sino elementos complementarios que han de concurrir para formar al hombre auténtico” (1991, p. 37).

En aras de la unión de los planteamientos éticos en la esfera individual y colectiva, a partir de la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad,

actualmente resulta indispensable su estrecha vinculación en nuestra sociedad digital. El desarrollo tecnológico ha incorporado una dimensión nueva que requiere unos firmes planteamientos éticos en todos los ámbitos, donde la educación y la formación en valores y principios básicos resultan clave para afrontar los nuevos desafíos emergentes (Carrión y Porto, 2023; Porto, 2022; L'Ecuyer, 2015). El flujo creciente de información, el almacenamiento y la utilización de los datos, la configuración en redes de las relaciones sociales hiperconectadas y la aplicación de la inteligencia artificial (IA) en la toma de decisiones configuran un nuevo modelo de sociedad. Este asunto de la seguridad y la ética interpela directamente a los escenarios mundiales en los que se vuelve imprescindible la regulación (Comisión Europea, 2021; UNESCO, 2023). En las últimas investigaciones e informes “se constata que todas las instituciones ya están dando pasos y regulando el uso e implementación de la IA. Se experimenta como algo necesario y prioritario regular las cuestiones éticas y legales vinculadas a la IA” (Ortiz, 2024, p. 76). La realidad se basa en una compleja red de sistemas en la que se superponen las esferas personales y organizativas con evidente riesgo de afectación y con posibles consecuencias no deseadas en el medio y largo plazo para las personas y las organizaciones (Davara, 2024; Ortiz, 2024).

Este nuevo modelo de sociedad requiere un reforzamiento de sus bases éticas, que oriente las actuaciones personales y colectivas y esté fundamentada en la búsqueda del bien como criterio prioritario que garantiza el funcionamiento de los procesos y la convivencia social. Cortina (2000) en su obra *Ética mínima* afirma que la orientación ética a la que no preocupa el bien de los hombres renuncia a descubrir la lógica de la acción. En la sociedad actual la ética mínima de la que habla esta autora debe evolucionar hacia una ética máxima en una sociedad pluralista con vocación de anticiparse a los escenarios presentes y futuros.

La propuesta es ofrecer una ética constructiva que entienda la complejidad de la sociedad actual y se adelanta a sus riesgos apoyando la IA en las personas (Carrión y Porto, 2023). Una ética que sea capaz de orientar y asegurar un modelo más humano de sociedad, desarrollando los valores éticos desde la visión individual y colectiva. Una ética que ofrezca mecanismos de defensa a las personas y dote de firmes principios a sus comportamientos en la esfera privada y pública, promoviendo el consenso con el objetivo de lograr unas referencias compartidas, aunque se originen desde posiciones opuestas.

El principal reto de la ética constructiva, basada en la búsqueda del bien en proyectos de gran alcance, es abordar las actuaciones con principios morales y con una visión integral, que incluya la dimensión material y espiritual de las personas, para que puedan defenderse de su vulnerabilidad. En palabras de Jonas (2008), únicamente bajo los parámetros y principios de responsabilidad podrán afrontar con éxito la “ingenuidad” de los nuevos poderes (Jonas, 2008). En este sentido, la Agenda 2030 fue aprobada por los 193 estados miembros de las Naciones Unidas en

diciembre de 2015, con el objetivo de promover un conjunto de actuaciones que propicien un mejor desarrollo humano de la población mundial en los próximos quince años. Son actuaciones guiadas por el concepto de sostenibilidad, entendida como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

Los 17 objetivos y las 169 metas que los concretan pretenden erradicar la pobreza, proteger ambientalmente el planeta y garantizar la paz y el bienestar de la población mundial. Es una meta ambiciosa a la que se debe incorporar una reflexión ética de la responsabilidad para alcanzar el bien general, acorde al planteamiento de cada objetivo y sus consecuencias en el medio y largo plazo. El seguimiento de los 17 objetivos se ha establecido en la Agenda 2030, fijando una relación de 231 indicadores que facilitan la medida de su grado de cumplimiento por parte de los países firmantes. A estos se les recomienda establecer una relación de objetivos prioritarios y buscar el compromiso de la administración pública, las empresas y el tercer sector. Desde este marco lo importante es incorporar una valoración ética en cada objetivo y priorizar el alcance del bien pretendido a las personas y a los grupos sociales vulnerables (De la Torre Prados, 2018).

Desde la Agenda 2030 se incorpora el concepto de la sostenibilidad al de RSC. A lo largo de los últimas décadas, este enfoque se ha ido estudiando desde diferentes perspectivas en las que esa búsqueda del binomio responsabilidad social y sostenibilidad desde las instituciones educativas de educación superior, propiamente dedicadas a la formación de personas y a la transmisión directa de valores (Harvy y Green, 1993; CRUE, 2011; García Nieto y Gil Rodríguez, 2018; De la Torre Lascano, 2019). Especialmente, en los últimos años, el término de la Responsabilidad Social Educativa (RSEDU o RSEd) ha ido cobrando cada vez más fuerza desde el ámbito académico con múltiples estudios e investigaciones sobre este ámbito (Martínez y Porto, 2018, 2021; Porto, 2022; Martínez et al., 2023).

El reciente *Informe Sociedad Digital en España 2023*, publicado por la Fundación Telefónica (2023) señala, junto al proceso imparable de la digitalización, el desafío de promover un ecosistema que sitúe a las personas en el centro de nuestra sociedad digital, diseñando unas políticas educativas adaptadas a los desafíos de las aplicaciones tecnológicas en el ejercicio profesional y promoviendo un uso ético de la tecnología. En los últimos años se ha hecho un gran esfuerzo por modernizar la actividad pedagógica y mejorar la conectividad de las aulas, con cifras que alcanzan un 97%, según estas cifras oficiales. Esta digitalización suscita grandes desafíos desde la ética en el desempeño profesional (protección de la privacidad, información distorsionada, *fake news*, control de pensamiento, vigilancia agresiva, brecha digital...). Los algoritmos en los que se basa la IA, generalmente resueltos con enfoques técnicos de carácter instrumental, pueden afectar a millones de personas y esta capacidad implica evidentes riesgos (Davara, 2024; Pastor, 2023).

Por todo lo expuesto, el objeto principal de este trabajo se centra en contextualizar la RSC desde las instituciones universitarias para identificar el nivel de aplicación y reconocimiento académico que existe de la responsabilidad social y las materias afines en las titulaciones universitarias ofertadas en la Comunidad de Madrid. Para ello, la hipótesis de partida se formula desde la posible relación directa de la responsabilidad social según el nivel universitario, categoría de asignatura, curso y número de créditos.

Los retos mencionados demandan una reflexión interdisciplinar sobre la responsabilidad social, centrada en las organizaciones y en las personas, especialmente, promovida durante la formación de los futuros profesionales. En los actuales estudios universitarios ya hay titulaciones que ofrecen contenidos referidos a materias vinculadas a la responsabilidad social, aunque su presencia en los planes de estudio y su reconocimiento académico merece la pena ser analizado para conocer las diferencias entre las universidades.

Metodología

Para este trabajo se toma como punto de partida el marco introductorio sobre la responsabilidad social aplicado a las instituciones educativas de enseñanza superior. Con la finalidad de comprobar la aplicación docente de la responsabilidad social en los actuales planes de estudios desde el ámbito universitario, se ha llevado a cabo un estudio exploratorio en las universidades de la Comunidad de Madrid. Se han tenido en cuenta las titulaciones de Grado y Postgrado Oficiales, así como los Títulos Propios de cada universidad.

La muestra se compone del conjunto de universidades públicas y privadas de Madrid, tal y como recoge la Tabla 1.

Tabla 1

Universidades públicas y privadas en la Comunidad de Madrid

Universidades públicas	Universidades privadas
Universidad Alcalá de Henares	Universidad Alfonso X el Sabio
Universidad Autónoma de Madrid	Universidad Antonio de Nebrija
Universidad Carlos III	Universidad Camilo José Cela
Universidad Complutense de Madrid	CUNEF Universidad
Universidad Politécnica de Madrid	ESIC Universidad
Universidad Rey Juan Carlos	Universidad Europea de Madrid
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Universidad Francisco de Vitoria
	Universidad Internacional de la Empresa
	Universidad Pontificia Comillas
	Universidad San Pablo CEU
	Universidad Internacional Villanueva

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, se incluyen siete instituciones de naturaleza pública y las 12 universidades privadas que se contemplan en este estudio que abarca la Comunidad de Madrid. Este estudio con carácter exploratorio pretende detectar el grado de aplicación y de reconocimiento académico a la formación en responsabilidad social en las titulaciones ofertadas por las universidades madrileñas. Para ello, se ha realizado la revisión exhaustiva y detallada de los sitios web y las páginas corporativas de cada universidad. La información obtenida se ha ordenado en una matriz de datos, estructurada en los siguientes apartados: universidad; origen de la inclusión (Plan de Ordenación Docente, Cátedra de Patrocinio); nivel universitario (Grado, Postgrado, Título Propio); titulación en la que se imparte la asignatura; denominación de la materia; categoría (básica, obligatoria, optativa); modalidad (presencial, semipresencial, online); curso en el que se imparte y número de créditos.

Las variables que se han tomado en consideración para esta revisión han sido:

- 1) Relación de titulaciones en las que se incluye la asignatura de RSC y las materias afines de sostenibilidad, Ética y Deontología.
- 2) Curso en el que se imparte.
- 3) Clasificación de la asignatura (básica, obligatoria u optativa).
- 4) Número de créditos otorgados.

En general, la mayoría de las páginas web institucionales recogen información detallada y suficiente para recopilar los datos que se estructuran acorde a los cuatro criterios de análisis a modo de variables a tener en cuenta. Sin embargo, en algunas de ellas no se aplican estos mismos criterios de manera fácilmente identificable y algunos datos han resultado más complejos de registrar por el empleo de diferentes modelos de comunicación e información desde la web. El estudio se ha llevado a cabo desde el último trimestre de 2023 y el primero de 2024, por lo que podría haber alguna alteración en los resultados desde el momento del análisis y las últimas actualizaciones web de cada institución.

El estudio supone un primer acercamiento para conocer el panorama real de las universidades madrileñas y su relación con la oferta formativa en materia de responsabilidad social para el estudiantado. No obstante, esta investigación es susceptible de estudios futuros que ayuden a establecer una valoración más completa del reconocimiento académico de la responsabilidad social en la enseñanza universitaria y dar seguimiento contrastado de la información aportada en este trabajo. Además, sería interesante poder realizar una comprobación efectiva de la enseñanza

programada y la consiguiente evaluación de los estudiantes al finalizar los itinerarios formativos.

Resultados y discusión

A partir de los resultados obtenidos, se observa que un 70% de la docencia de la responsabilidad social forma parte del Plan de Ordenación Docente (POD) en las universidades de Madrid. La docencia impartida en los Títulos Propios o en las Cátedras de Patrocinio (30%) suele ajustarse al formato de las titulaciones de Postgrado: Máster y Experto, que tienen más reconocimiento profesional que académico. Otras actividades docentes complementarias son Programas in Company, Seminarios, Cursos de verano y Jornadas. Generalmente, la investigación se vincula a la existencia de Cátedras de Patrocinio, establecidas a través de un convenio temporal suscrito entre una empresa o un grupo de empresas con una universidad. Un caso representativo de estas Cátedras de Patrocinio es la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Alcalá de Henares y el Banco Santander, en la que colaboran otras empresas y entidades; los objetivos de la Cátedra son la investigación, la difusión y la formación en responsabilidad social, materializados en la investigación y el análisis de la responsabilidad social al promover la formación de doctorandos, difundir su aplicación con la publicación de artículos, la elaboración de informes y la participación en la docencia.

Si bien la inclusión de la responsabilidad social, como materia de estudio universitario, se inició en la titulación de Administración y Dirección de Empresas, progresivamente se ha ido incorporando a otras como Derecho, Economía, Marketing, Publicidad, Comunicación, Periodismo, Relaciones Públicas, Relaciones Internacionales, Turismo, Educación, Psicología; también de forma minoritaria, se empieza a incorporar en algunas titulaciones tecnológicas.

En las Tablas 2 y 3 se recogen las titulaciones de Grado y Máster y la relación de asignaturas analizadas en relación con la Responsabilidad Social, sostenibilidad, Ética y Deontología.

Tabla 2

Registro de titulaciones y asignaturas por universidades públicas.

UNIVERSIDAD PÚBLICA	TITULACIÓN	ASIGNATURA
U. ALCALÁ HENARES	Máster en RSC y Liderazgo	
U. ALCALÁ HENARES		
U. ALCALÁ HENARES	CC Políticas	Responsabilidad Social de las empresas
U. ALCALÁ HENARES	ADE	RSC y Ética en los negocios

U. AUTÓNOMA	Economía y Finanzas	RSC empresas financieras
U. AUTÓNOMA	Turismo	RSC Sector Turístico
U. AUTÓNOMA		Sostenibilidad y transición ecosocial
U. AUTÓNOMA	Formación Permanente	Verificación de la Inform. no financiera
U. AUTÓNOMA	Formación Permanente	Sostenibilidad ética y educación ambiental
U. CARLOS III	Economía	Ética y deontología profesional
U. CARLOS III	Turismo	Turismo sostenible
U. CARLOS III	Turismo	Turismo colaborativo
U. CARLOS III	ADE	Gobierno Corporativo y RSC
U. CARLOS III		RSC y Sostenibilidad
U. COMPLUTENSE	Publicid. y RR. Públicas	RSE
U. COMPLUTENSE	ADE	Gobierno, Responsabilidad Social y Sostenibilidad
U. COMPLUTENSE	RR. Lab. y RR. Hum.	RSC
U. COMPLUTENSE		Liderazgo en Sostenibilidad y RSC
U. COMPLUTENSE	Escuela gobierno	Desarrollo Sosten., Ética Organizaciones
U. POLITÉCNICA	E.T.S.I.I.	Responsabilidad Social Empresarial
U. POLITÉCNICA	E.T.S.M.	Turismo Ecológico Sostenible
U. POLITÉCNICA		RSC
U. POLITÉCNICA	E.T.S.I.I.	Sostenibilidad del Ingenio
U. R. JUAN CARLOS	Cont. y Econ. Financiera	RSC: Principios Jurídicos
U. R. JUAN CARLOS		Aspectos éticos, legisla o, leg. y prof.
U. R. JUAN CARLOS	Todos los títulos	Sostenibilidad
UNED/UJI		Sostenibilidad y RSC
UNED		Dimensiones de la Responsabilidad Social
UNED		Medición impactos, Microfinanzas
UNED		Introducción a la RSC y Sostenibilidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3
Registro de titulaciones y asignaturas por universidades privadas.

UNIVERSIDAD PRIVADA	TITULACIÓN	ASIGNATURA
U. ALFONSO X U. ALFONSO X U. ALFONSO X	Profesionales	Responsab. Social Corporativa RSC y Gestión Sostenible
U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA U.A. NEBRIJA	ADE Periodismo Comunic. y protocolo Ciberdelincuencia Recursos Humanos Derecho	Responsab. Social Corporativa Responsab. Social Corporativa Promoción de la RSC Responsab. Social Corporativa RSC y Reputación Responsab. Social Corporativa Dllo. Colabor. Y Solidarid.
U. C. J. CELA U. C. J. CELA	CC Sociales CC Sociales	Máster en Resp. Corporativa Prevención Ries. Lab. Y RSC
CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U. CUNEF U.	Derecho ADE ADE ADE Ing. Informática ADE Ciencias de Datos ADE y Tecnología Bachelor Int. Business Bachelor in PPE Ingeniería Informática IA y Ciencia de Datos	Ética y Responsabilidad Social Ética y Responsabilidad Social Ética y Responsabilidad Social Ética y Responsabilidad Social Sostenibilidad y Econ. Circular Sust. and Corp. Resp. Sust.and Circ. Economy Aspectos éticos, legales Ética y Regulación IA
ESIC U. ESIC U. ESIC U. ESIC U.	Bachelor Intern.Business Bach. Degree and Deg. Syl. Bach. Sustainability Man. Gestión Proy. y Sostenib.	Business Ethics Business Ethics Sustain. Management Ética en la Investigación
U. Europea Madrid U. Europea Madrid U. Europea Madrid U. Europea Madrid	Sostenib. Econ.Circ. Y ESG Medio Ambiente y Sostenibilidad Medio Ambiente y Sostenibilidad Sistemas Integrados de Gestión	Ética ambiental Econ. Ambiental y Desarrollo Sostenible RSC
U. Francisco de Vitoria U. Francisco de Vitoria U. Francisco de Vitoria U. Francisco de Vitoria U. Francisco de Vitoria	ADE Comunicación Audiovisual Publicidad Educación Infantil	Responsabilidad Social Corporativa Educación para Respon. Social Educación para Respon. Social Responsabilidad Social Educación para Respon. Social

U. Francisco de Vitoria	Criminología	Educación para Respon. Social
U. Francisco de Vitoria	Marketing	Educación para Respon. Social
U. Francisco de Vitoria	Farmacia	Educación para Respon. Social
U. Francisco de Vitoria	Relaciones Internacionales	Responsabilidad Social
U. Francisco de Vitoria	Derecho	Educación para Respon. Social
U. Francisco de Vitoria		Innovación y RSC
U. Intern. de la Empresa	Derecho y ADE	Responsabilidad y Deontología
U. Intern. de la Empresa	Business Administration	Sustainability Man.
U. Intern. de la Empresa	Business Administration	Corp. Resp. and Gender
U. Intern. de la Empresa	International Business	Corp. Soc. R. and Int. Coop
U. Intern. de la Empresa	Marketing y Comunicación	Marketing Relacional y RSC
U. Int. Villanueva	Marketing	Ética y Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Periodismo	Ética y Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Publicidad y RR Públicas	Ética y Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Comunicación Audiovisual	Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Educación Infantil	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Educación Primaria	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Psicología	Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Periodismo y RR Internacionales	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Mark., Publicidad y RR Públicas	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Mark., Publicidad y RR Públicas	Reputación Corporativa
U. Int. Villanueva	Educación Infantil y Primaria	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Educación y Psicología	Ética y Deontología
U. Int. Villanueva	Psicología y Educación Primaria	Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Psicología y ADE	Deontología Profesional
U. Int. Villanueva	Calidad Democrática	Integridad, Ética y Responsabilidad Social
U. Pont. Comillas	ADE	Ética y RSE
U. Pont. Comillas	ADE Internacional	Ética y RSE
U. Pont. Comillas	ADE Inglés	Ética y RSE
U. Pont. Comillas	ADE y Derecho	Ética y RSE
U. Pont. Comillas	ADE y RR Internacionales	Ética y RSE
U. Pont. Comillas	Recursos Humanos	Resp. Soc. y Cultura Empr. Obligatoria
U. Pont. Comillas	RSC y Gestión Sostenible	
U. Pont. Comillas	Iniciación a la RSC	RSC
U. Pont. Comillas	Sem. y Publicaciones sobre RSC	
U. S. Pablo CEU	ADE	Deontología
U. S. Pablo CEU	Bioteología	Ética
U. S. Pablo CEU	Derecho ADE	Ética
U. S. Pablo CEU	Derecho ADE	Deontología
U. S. Pablo CEU	ADE y Marketing	Deontología

U. S. Pablo CEU	Bioinformática y Datos M. Bioética	
U. S. Pablo CEU	Acc. Abogacía y Dcho. Fam	Deontología
U. S. Pablo CEU	Acc. Abogacía y Dcho Dig.	Deontología
U. S. Pablo CEU	RSC	
U. S. Pablo CEU	MBA	Sostenibilidad
UDIMA	Marketing	RSC y Deontología Profesional
UDIMA	ADE y Tecnología	RSC y Deontología Profesional
UDIMA	Ing. Ind. y ADE	RSC y Deontología Profesional
UDIMA	CC Trabajo y Recursos Humanos	RSC y Deontología Profesional
UDIMA	Ing. Ind. y Organización	Ética y Deontología Profesional
UDIMA	Ing. Informática	Responsab. Social Corporativa
UDIMA	Psicología	Ética y Deontología Profesional
UDIMA	Criminología	Ética y Deontología Profesional

Fuente: Elaboración propia

Como se recoge en el análisis y figura en algunos de los datos básicos de las Tablas 2 y 3, la denominación de la asignatura responsabilidad social suele relacionarse con otras materias similares o próximas a la base ética y a la legitimidad social, tales como sostenibilidad, Ética, Deontología profesional, Integridad, Solidaridad y Reputación, que son términos directamente vinculados a la responsabilidad social.

Salvo en algún caso puntual, la docencia se imparte en el último curso del Grado o en el penúltimo curso del Doble Grado de las titulaciones en las que figura reconocida la responsabilidad social o sus materias afines en su POD. En cuanto a la calificación de la asignatura como Básica, Obligatoria y Optativa, la consideración de Obligatoria (58 casos) supera ampliamente aquellos en los que se considera Optativa (21 casos) y Básica (11 casos). Hay que tener en cuenta que, en gran parte, esta clasificación es atribuible a las calificaciones otorgadas por las universidades privadas.

En relación con otro de los parámetros a tener en cuenta en el análisis alude a la modalidad en la que se imparten las clases. Los resultados arrojan que la docencia presencial (75 casos) predomina mayoritariamente frente a la docencia online (23 casos) o las clases en formato semipresencial (16 casos).

Si observamos el número de créditos que se le concede a la materia de responsabilidad social o a sus contenidos afines, la cifra más generalizada es la de seis créditos (61 casos), que mayoritariamente coinciden con la calificación de

asignatura obligatoria. A su vez, el reconocimiento de tres créditos es coincidente con la calificación de asignatura Optativa (20 casos); de cuatro o cinco número de créditos (5 casos) y, el menos frecuente, el reconocimiento de uno o dos créditos (3 casos).

Finalmente, surge una reflexión interesante tras la comparación, al contrastar la situación de la docencia y la investigación de la responsabilidad social y las materias afines entre las universidades públicas y privadas de Madrid. Mientras que las universidades públicas ofrecen una media de cuatro asignaturas en cada uno de los siete centros universitarios consultados, las universidades privadas presentan una media de casi siete asignaturas en cada uno de sus doce centros universitarios. Con relación a los Títulos Propios, las universidades públicas cuentan con cinco, mientras que las privadas alcanzan la cifra de 12 Títulos Propios. En relación con las Cátedras de Patrocinio, los dos tipos de instituciones educativas coinciden en tres cada una.

Las diferencias también se manifiestan en el grado de reconocimiento académico concedido al ejercicio docente de la responsabilidad social. En las universidades privadas la calificación de asignatura Obligatoria (52 menciones) casi multiplica por cinco la calificación de asignatura Optativa (11 menciones) y de la asignatura Básica (10 menciones). En las públicas, la relación se invierte y predomina la calificación de asignatura Optativa (10 menciones) frente a la calificación de asignatura obligatoria (7 menciones). Con relación al número de créditos y distinguiendo sólo las dos asignaciones (seis créditos y menos de seis créditos), en las universidades públicas se igualan ambos números; mientras que, en las privadas, el número de asignaturas de seis créditos casi triplica el número de asignaturas de menos de seis.

Una posible explicación a las diferencias de situación radica en los modelos de gestión aplicados en ambas modalidades de enseñanza universitaria: en las universidades públicas el modelo de gestión en la toma de decisiones es horizontal y participativo dentro de un marco burocrático, lo que significa que las iniciativas personales que pueden suponer una novedad, como es la incorporación de nuevas materias en las Guías y POD, requieren un proceso temporal de varias fases entre la propuesta y su aprobación definitiva. En cambio, resulta frecuente que las universidades privadas cuenten con un modelo de gestión vertical con un recorrido más breve en la toma de decisiones y un proceso mucho más ágil.

Conclusiones

Tras el punto de partida de este trabajo sobre la contextualización de la RSC desde las instituciones de enseñanza superior y su aplicación desde las materias más vinculadas a este ámbito, se pueden extraer algunas reflexiones interesantes. En primer lugar, se debe tener en cuenta la sociedad actual en la que nos encontramos

y las demandas emergentes que condicionan el contexto social y educativo. Entre las características más sobresalientes de la sociedad actual destaca el progresivo avance de la tecnología y la velocidad de las aplicaciones tecnológicas en los sectores de la información y de la comunicación. La digitalización de nuestra sociedad muestra la prevalencia de su dominio en la actividad económica, en el ámbito político y en la vida social en un entorno variable e incierto, que obliga a las instituciones educativas, desde el nivel más elemental hasta el nivel universitario, a plantearse cuestiones fundamentales sobre la encrucijada abierta con la evolución de internet, la utilización consciente de las redes, las aplicaciones de la IA y la sostenibilidad medioambiental de la economía digital.

Los avances tecnológicos están impulsados por el talento digital, la innovación en educación y por un internet seguro, libre de amenazas de la ciberdelincuencia y de la falsa información, defendiendo el respeto a la privacidad para evitar posibles situaciones de vulnerabilidad. Pero, ante este impulso, la ética de la responsabilidad debe estar presente en la política educativa como eje vertebrador, siempre con el foco en la propia persona.

No basta con diseñar nuevos contenidos docentes que cubran la demanda creciente de nuevas especialidades profesionales como *e-Commerce*, *Marketing Digital*, *Digital Product Manager*, *Desarrollador Full Stack*, *Community Manager* o especialista *SEO & SEM*, así mismo promover el pensamiento computacional, como una disciplina que enseña a proponer y resolver problemas utilizando la lógica de las máquinas inteligentes, algo que será habitual para las generaciones futuras que trabajarán con sistemas de IA. Esta formación tecnológica debe completarse con una enseñanza complementaria en responsabilidad social, que equilibre las previsibles consecuencias del uso extensivo y omnipresente de los medios tecnológicos y prepare a los futuros profesionales en su toma de decisiones.

En definitiva, tras este estudio exploratorio que parte de un objetivo muy claro, se constata la presencia de la responsabilidad social y materias afines tanto en la docencia como en la investigación de todas las universidades públicas y privadas de Madrid, pero todavía hace falta un mayor trabajo de profundización en estas cuestiones desde el ámbito educativo. Se debe apostar por una educación universitaria centrada en la calidad de la formación y en la afirmación práctica de unos valores basados en el enfoque socialmente responsable, que combine la búsqueda del bien general con el respeto a la libertad individual. El desafío es aplicar un modelo de educación universitaria basada en la calidad y que conduzca hacia la excelencia, entendida como la transmisión de los conocimientos y el pleno desarrollo de habilidades y competencias en el proceso de aprendizaje. Este desempeño debe estar unido a la formación en responsabilidad social, considerada como una visión pluralista de la prevención y del cuidado de las consecuencias derivadas de nuestras actuaciones a nivel individual, desde las organizaciones y, en general, desde el sistema social.

Referencias

- Almagro, J. J., Garmendia, J. A. y de la Torre Prados, I. (coord.) (2009). *Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE*. Pearson Prentice Hall.
- Carrión Sánchez, M. y Porto Pedrosa, L. (2023). Educar la inteligencia sensible en tiempos de inteligencia artificial. *Cuestiones Pedagógicas*, 1(32), 69-82.
- Comisión Europea (2021). *Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen normas armonizadas en materia de IA (Ley de IA) y se modifican determinados actos legislativos de la Unión*. COM (2021) 206 final. 2021/0106 (COD). Bruselas, Bélgica. <https://bit.ly/3QL7ia4>
- Cortina Orts, A. (2000). *Ética mínima. Introducción a la Filosofía Práctica*. Tecnos.
- CRUE Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (2011). *La Responsabilidad Social de la Universidad y el Desarrollo Sostenible*. Secretaría General Técnica. Ministerio de Educación. <https://bit.ly/3UjtoCA>
- Daft, R. (2001). *Organization Theory and Design* (7ª ed.). South-Western.
- Davara Fernández de Marcos, L. (2024). *El libro definitivo sobre las Redes Sociales. Claves para padres y educadores* (2ª ed.). Cuadernos de Pedagogía.
- De la Torre-Lascano, C. M. (2019). Responsabilidad Social Universitaria, ética empresarial y su aplicación en los procesos de formación en las Instituciones de Educación Superior. *Clío América*, 13(26), 370-379.
- De la Torre Prados, I. (2009). Fundamentos de la Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, 1, 28-42.
- De la Torre Prados, I. (2018). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Informes No Financieros. *Economistas*, 58, 76-85.
- Denison, D. R. y Mishra, A. K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization Science*, 6(2), 201-223. <https://doi.org/10.1287/orsc.6.2.204>
- Fundación Edelman (2023). *Edelman Trust Barometer. Informe España*. <https://bit.ly/3wlyuWS>
- Fundación Telefónica (2023). *Informe Sociedad Digital en España 2023*. Fundación Telefónica. <https://bit.ly/3JMh5tK>

- García Nieto, M. T. y Gil Rodríguez, J. M. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa en los estudios universitarios de comunicación. *Doxa Comunicación*, 27, 387-418.
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53, 51-71.
- Harvey, L. y Green, D. (1993). Defining Quality. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 18(1), 9-34. <https://doi.org/10.1080/0260293930180102>
- Jonas, H. (2008). *El principio de responsabilidad*. Herder.
- L'Ecuyer, C. (2015). *Educación en la realidad*. Plataforma Actual.
- Martínez Domínguez, L. M. y Porto Pedrosa, L. (2018). Creación del Observatorio de Responsabilidad Social Educativa en América Latina. *Revista Iberoamericana De Educación Superior*, 9(26), 212-230. <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2018.26.304>
- Martínez Domínguez, L. M. y Porto Pedrosa, L. (2021). Cómo gobernar la institución educativa con Responsabilidad Social Educativa desde un enfoque de sostenibilidad. En T. Sola et al (coord.). *Estudios sobre innovación e investigación educativa*, Dykinson (pp. 1023-1034).
- Martínez Domínguez, L. M., Plaza de la Hoz, P., Porto Pedrosa, L. y de la Rubia Rivas, I. (2023) (coord.). *RSEDU: Responsabilidad Social Educativa*. Almuzara.
- Ortiz Muñoz, F. J. (2024). La inteligencia artificial como elemento disruptivo para consolidar el cambio del paradigma educativo. *Revista Derecom*, 36, 65-85.
- Pastor Escuredo, D. (2020). La ética de lo complejo en la era digital. *The Conversation*. <https://theconversation.com/es>
- Porto Pedrosa, L. (2022). Responsabilidad social educativa y libertad en la educación. En P. Santos (dir.). *Libertad y responsabilidad educativas: claves para renovar el diálogo social*. Tirant lo Blanch (pp. 249-262).
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (3ª ed.). Jossey-Bass.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Trompenaars, F y Hampden-Turner, C. (1993) *Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business*. Nicholas Brealey Publishing.

UNESCO (2023). *Resumen del Informe de seguimiento de la educación en el mundo 2023: Tecnología en la educación: ¿Una herramienta en los términos de quién?* UNESCO.

Vallejo Peña, A. (2022). *La cultura organizacional en España*. Tecnos

Weber, M. (1991). *El político y el científico*. Alianza.