



Arriaga, María Cristina

Oviedo, Raúl Ricardo

Racca, Adriana

Camandona, María Rosa

Stanley, Matías

Menna, Verónica

Labastié, Carla.

Instituto de Investigaciones y Asistencia Técnica en Administración

VISION DE LOS PROFESORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA ACERCA DE LOS VALORES EN ELLA TRANSMITIDOS Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA.

INTRODUCCIÓN

Para Torres Pernalet y Trapaga (2010: 32) "La responsabilidad social de la universidad pasa por construir acervo ético junto a la entrega a la sociedad de ciudadanos y ciudadanas con capacidades para resolver eficaz y eficientemente los problemas de su sociedad, dentro del total respeto de los derechos y los valores humanos."

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación titulado "LOS VALORES EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA. EL ROL DE LA UNIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES SOCIALMENTE RESPONSABLES", orientado a abordar la problemática de la Responsabilidad Social desde dos enfoques articulados:

- Los valores a incorporar en su formación para la constitución de profesionales socialmente responsables.
- La responsabilidad social de la Universidad en la transmisión de esos valores.

Esto es:

- Por un lado, se busca identificar cuáles son los valores adquiridos o reforzados por los profesionales en su formación universitaria, necesarios para el ejercicio socialmente responsable de la profesión.
- Por otro, se estudia el rol de la Universidad en tal transmisión, como parte de su propia responsabilidad social como institución.

Esta problemática es abordada desde diferentes ángulos por un equipo interdisciplinario perteneciente al IIATA, Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración, dependiente de la Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

En este trabajo se realizó un estudio exploratorio tomando como unidad de análisis a los profesores de las carreras de Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía de tal unidad académica.

MARCO TEÓRICO



Para Kliksberg (2013), "los ciudadanos perciben que parte importante del desajuste entre los tan positivos progresos de la ciencia y la tecnología y la vida cotidiana, tiene que ver con los 'vacíos éticos' (...) La RSE es 'ganar ganar'. Gana la empresa, gana la comunidad, gana el desarrollo sustentable. (...) En países como Noruega que son líderes mundiales en RSE, los logros tienen que ver con regulación, pero también con la educación, con una cultura pro valores éticos, y con una sociedad que ha fijado elevados estándares éticos a sus empresas y empresarios".

En América Latina se ha creado la Red Iberoamericana de Universidades por la RSE que nuclea a 250 universidades de 23 países. También existe una Red Latinoamericana para el Emprendedurismo Social de la que participan 100 universidades de 15 países.

En una entrevista realizada a Bernardo Kliksberg¹, a la hora de detallar cómo deben aplicarse políticas de RSE que inciden directamente en el bienestar de la sociedad, este "marcó los 5 pasos fundamentales:

1. Tratar bien al propio personal: 'Además de sueldos adecuados, desarrollo, capacitación, no discriminación de las mujeres, las empresas no tienen que ser enemigas de las familias y le deben permitir al trabajador que pueda desarrollar y tener una vida en familia', remarcó Kliksberg.
2. Buen trato a los consumidores, produciendo productos responsables y de buena calidad. 'Las empresas de cigarrillos matan gente todos los días', ejemplificó.
3. Cuidar al medioambiente. 'Las empresas contaminantes lanzan campañas para negar que existe el calentamiento global y para que la opinión pública caiga en la trampa', alertó el economista.
4. Rendir cuentas: Para Kliksberg, las empresas deben rendir cuentas claras y publicar un balance social.
5. Por último, dijo que las empresas deben ayudar a las políticas públicas frente a los grandes problemas sociales. 'En nuestro país el gran problema es la exclusión juvenil. Uno de cada cinco chicos no va al colegio generando una población vulnerable al delito. Más educación es más seguridad ciudadana'".

Consultado en la misma entrevista acerca de si el sistema educativo avala el concepto de gerencia social que él propone responde: "En toda América Latina y en el mundo hay muchos lugares en donde se han esmerado en enseñar informática y está bien porque es un instrumento muy poderoso, pero no se han esmerado mucho en preparar en valores éticos. Una prueba aplastante son los EEUU, donde los gerentes de los principales grupos financieros que casi hacen quebrar a toda la economía norteamericana en 2008/2009 eran todos masters de las mejores universidades del planeta, pero allí no habían recibido ninguna formación en materia ética, y eso no es una cosa abstracta. La ética del desarrollo es una cosa muy concreta: exponer a quienes se están educando en un master a situaciones reales."

"Desde un punto de vista filosófico, es obvio que el fin último de la economía es la gente y no al revés, siendo ella en definitiva, un medio para la realización y desarrollo de la vida humana. El verdadero desarrollo de los pueblos no se debe apreciar como la mera capacidad de producción material de bienes de consumo, sino como el desarrollo de los seres humanos para auto-realizarse integralmente con valores espirituales, intelectuales, sociales, vitales, afectivos, estéticos y éticos. Si pensamos así, el subdesarrollo estaría desparramado en todo el mundo, y hasta se podría afirmar que es más palmario en las sociedades en las que

¹ "Bernardo Kliksberg dividió a los empresarios en tres clases". Entrevista a Bernardo Kliksberg para On 24.



se expanden las enfermedades de la sociedad actual; la codicia, la avidez por los apetitos materiales superfluos, manifestados en el consumismo exacerbado y la voracidad competitiva. Sistemas económicos alternativos libran batallas en una guerra que no pueden ganar, a menos que encuentren algún fruto surgido de una visión más humana e intelectual. Los valores humanísticos universalistas, se deben convertir en la auténtica infraestructura de la sociedad.” (SCHUSCHNY, 2007: 196)

La esencia de RSE está en los aspectos de cultura organizacional y lleva implícito los valores de quienes dirigen las organizaciones y del personal a todos los niveles. “Conseguir una economía saludable y un medio ambiente limpio son objetivos complementarios, no contrapuestos” (VILLANOVA, 1994: 24)

Para Villanova (1994) La conservación del sistema natural se quiere hacer a expensas de las posibilidades de superar el hambre, la pobreza y el desarrollo humano. Si bien este tipo de desarrollo puede que sea sostenible ecológicamente, no lo es social, económica, ética y políticamente. Lo sostenible debe ser la sociedad, lo ecológico, no el desarrollo. Para ejemplificar plantea que si eliminamos de golpe el uso de agrotóxicos en el sudeste asiático morirían 200 millones de personas. Es por eso que los países en desarrollo necesitan superar, urgentemente, las situaciones de pobreza que prevalecen en la gran mayoría de la población. El crecimiento económico de todas las partes del planeta es un requisito esencial para lograr el desarrollo sostenible. Habría que pensar, en un cambio lento, pero progresivo, de los bancos tradicionales hacia inversiones que sean respetuosas con el entorno. Un ejemplo en el Tercer Mundo es “el Banco Grameen de Bangladesh, fundado en 1976 por el catedrático de economía Mohammed Yunus, con el objetivo específico de demostrar que se podían ofrecer servicios bancarios a los pobres. Los minúsculos créditos, que muchas veces solo son de unos cincuenta dólares, aportan a sus clientes unos buenos beneficios en cuanto a incremento proporcional de sus ingresos y ahorros. La banca tradicional ha reaccionado creando líneas de crédito para ayudar a proyectos ambientales, reconversión de empresas y asesoramiento.” (VILLANOVA, 1994: 88)

Es necesario construir un sistema global de economía solidaria, una economía que no sienta sus bases en la codicia del enriquecimiento a costa de los demás, sino que vincule nuestra búsqueda de auto-realización con el bienestar del prójimo. Es preciso mostrar con experiencias exitosas, que la economía solidaria es una mejor alternativa a la salvaje lucha por la supervivencia que propone el mercado deshumanizado. Es necesario utilizar los espacios democráticos y participativos para legitimar nuestros intereses individuales. Esta estrategia sólo puede consolidarse mediante un cambio profundo de las instituciones y, fundamentalmente, de las personas. (SCHUSCHNY, 2007: 274)

Jorge Eikin (2012-2007) propone un enfoque de gerencia social que incluye principios y valores sociales reconocidos, compartidos y legitimados en un ambiente de colaboración y cooperación. Propone trabajar en varios frentes para construir proyectos compartidos basados en el bienestar social y la calidad de vida, construcción de redes de comunicación e interacción y relaciones de credibilidad y confiabilidad basadas en la equidad, el compromiso y la transparencia.

“La empresa debe construir un proyecto solidario hacia dentro y hacia afuera, por su responsabilidad en cuanto al desarrollo humano y la construcción de una sociedad más justa y equitativa. El crecimiento sustentable refiere a las estrategias de conjunto, a construir redes para integrar capacidades aisladas, a invertir en el capital social de la organización.” (ETKIN, 2007: 286).

“La idea de capital social se integra en la búsqueda de un modelo responsable y solidario de organización, con una visión de largo plazo y de compromiso con la necesidades del contexto.” (ETKIN, 2007: 267)



“En el marco de las organizaciones justas y honestas, las decisiones siguen siendo racionales en lo económico. Lo ético no es un razonamiento utópico. Lo importante es que la decisión directiva no se agota en el cálculo financiero; los cursos de acción también se evalúan y no deja de tomarse en cuenta su equidad, su respeto por la ecología y la condición humana. Bajo esas condiciones es razonable pensar en el compromiso de los individuos y que ellos serán creativos en forma voluntaria. Es lógico que van a buscar los medios de innovar en un contexto incierto, cambiante y competitivo, pensando en sus fines e intereses, pero también en el marco de principios sociales compartidos.” (ETKIN, 2012: 192)

Etkin (2012) muestra en un gráfico la relación entre los fundamentos éticos de los sistemas virtuosos y sus aplicaciones en la gestión responsable.

Para Edward De Bono (2010), uno de los grandes errores de nuestra educación es asumir que el pensamiento creativo está limitado a las artes y que no forma parte de las ciencias rígidas. En la práctica, muy pocas personas saben o aceptan que la creatividad es una necesidad lógica. Existe una necesidad de creatividad en todos los pensamientos que incluyan percepciones y conceptos, y hay muy pocos pensamientos que no incluyan estos dos criterios. Hay quienes reconocen la importancia de la creatividad, pero que todavía piensan que no se puede o que no es necesario hacer nada al respecto. Creen que las ideas surgirán de forma aleatoria y que algunas personas son creativas, mientras que otras no lo son. Esta es una actitud pasiva que ya no es válida. Es mucho lo que podemos hacer para desarrollar actitudes y métodos creativos de pensamiento. La creatividad es la forma más barata y mejor de obtener un valor agregado de los bienes existentes. En la medida en que no somos capaces de utilizar la creatividad, no podremos sacar partido de gran parte del potencial disponible en nuestro conocimiento, nuestra experiencia y nuestras ventajas competitivas.

Para Yunus, M. (2012), los seres humanos no han nacido para sufrir la miseria del hambre y de la pobreza. Esta es una imposición artificial y externa sobre una persona y, dado que es externa, puede removerse. Para él los pobres son gente bonsái, la sociedad nunca les proporcionó una base que les permitiera crecer. Todo lo que se necesita para sacar a los pobres de la pobreza es crear un entorno que les permita desarrollarse. Cuando los pobres puedan liberar su energía y creatividad, la pobreza desaparecerá.

“La primera responsabilidad que debe aceptar todo líder empresarial es asegurarse de que su negocio no pone en peligro la vida de ninguna persona en este planeta. (...) me gustaría ver a todos los líderes empresariales prometiendo personalmente que no convertirán a nuestro mundo en un lugar más riesgoso de lo que sería sin su empresa. (...) El segundo principio de responsabilidad va un poco más allá. Dice que la empresa contribuirá a hacer más seguro el planeta de lo que sería sin ella. (...) Y el tercer principio de responsabilidad es que la empresa debe ser manejada dentro del marco de referencia de las responsabilidades sociales y políticas establecidas por el Estado y las autoridades mundiales” (YUNUS, 2012: 10)

“La empresa social es una idea nueva, pero los impulsos que hay detrás de su creación los conoce todo el mundo. Creatividad, espíritu empresarial, y el deseo de hacer del mundo un lugar mejor – estos son sentimientos que comparten millones de personas. Y esos sentimientos son todo lo que usted necesita para empezar una empresa social. (...) Como cualquier otro empresario, el creador de una empresa social es ambicioso, enérgico y creativo – un soñador de grandes sueños -, pero en el campo de las empresas sociales, el impulso subyacente del empresario es diferente (...) Pero cuando usted inicia una empresa social, no empieza buscando un caso empresarial que podría generar utilidades máximas. En vez de eso, usted elige un problema social que quiere resolver y luego busca la solución empresarial para él” (YUNUS, 2012: 61)

“Para progresar, la sociedad humana tiene que avanzar, evolucionar y crear, paso a paso,



una nueva cultura. Nosotros desafiamos la cultura muerta con otra cultura viva, dinámica y autorrenovable (...) No solo estamos cambiando las cosas en el mundo empresarial sino que también estamos cambiando a la gente dentro de ese mundo" (YUNUS, 2012: 70-88)

Para Andrés Schuschny (2007) se hace necesaria una nueva enseñanza que fomente el diálogo, la indagación, la creatividad y el pensamiento crítico. Debieran promoverse los errores para adquirir experiencia y habilidades al superarlos. Los valores debieran surgir de esas experiencias. Aprender es un estado de la existencia que nos permite asumir una posición humilde en el mundo que nos toca vivir.

La educación superior tiene una importancia primordial ya que la mayoría de los dirigentes y líderes se forman en las universidades. Debe propenderse a que la formación universitaria sea el pasaporte para servir al prójimo. "A menos que las personas más educadas se reconozcan a sí mismas como verdaderos servidores, no podrán resolverse los problemas que aquejan al mundo. "(SCHUSCHNY, 2007: 234)

"Los sueños surgen de lo imposible. No alcanzamos lo imposible empleando mentes entrenadas para lidiar con la información concreta de que disponemos. Esas mentes están dotadas de luces rojas que nos alertan contra los obstáculos que podemos encontrar: Debemos poner nuestra mente a operar de un modo diferente cuando pensemos acerca de nuestro futuro. Debemos atrevernos a dar saltos audaces para hacer posible lo imposible. Tan pronto un imposible se convierte en posible, estremece la estructura y produce un efecto dominó, que prepara el terreno para hacer posibles más imposibles." (YUNUS, 2012: 212)

Para Navarro García (2012) La empresa ha visto cómo se ampliaban las demandas y expectativas sociales depositadas en ella. Desde la calidad y seguridad de sus productos hasta la conservación y mejora del medioambiente pasando por la participación en el desarrollo económico y social de los países en los que opera, por poner algunos ejemplos, forman parte ya de lo que los ciudadanos, la opinión pública espera de una empresa.. Es decir, estas expectativas son parte de su responsabilidad.(...) La importancia actual de la RSE responde al cambio que se está produciendo en la visión de la empresa cuando el beneficio económico no es separable del beneficio social y ecológico. Ahora bien, lo novedoso es ver en esta integración una de las claves para la competitividad de las empresas

"La importancia actual de la RSE responde al cambio que se está produciendo en la visión de la empresa cuando el beneficio económico no es separable del beneficio social y ecológico. Ahora bien, lo novedoso es ver en esta integración una de las claves para la competitividad de las empresas (...) Precisamente, esa relación directa que existe entre políticas coherentes de RSE e internalización y competitividad económica de la empresa debería suponer un involucramiento e interés por parte de actores económicos públicos y privados. (...) Sin embargo, todo quedaría en un mero ejercicio de marketing publicitario si no fuéramos capaces de definir, en primer lugar en qué consiste esta responsabilidad, y en segundo lugar cómo podemos medirla y evaluarla. No basta con afirmar que debemos ser responsables; es necesario concretar esa responsabilidad pues es la reputación de la empresa lo que está en juego, y con ella, la confianza y el respaldo de los diferentes grupos de intereses que la componen. Es precisamente ahora, en estos tiempos de severa crisis internacional, cuando se comprueba dolorosamente el enorme impacto que tiene algo tan intangible como la crisis de confianza o crisis de valores. ¿No es la crisis de confianza la que ha espolcado y está exacerbando la crisis financiera internacional?. Nunca se repetirá lo suficiente que sin confianza las empresas pierden su legitimidad social o licencia para operar, un activo crucial no solo para su supervivencia sino para la expansión sostenible" (NAVARRO GARCÍA, 2012: 53-54)

OBJETIVOS



- Identificar el nivel de importancia que los docentes y directivos asignan a la Responsabilidad Social Empresaria, así como sus percepciones de los niveles de importancia asignados por la sociedad en su conjunto.
- Identificar la relevancia atribuida a la Responsabilidad Social Empresaria en la currícula y su nivel de transversalidad.
- Relevar el nivel de responsabilidad atribuido por los docentes y directivos a la Universidad y sus distintos actores en la formación de profesionales socialmente responsables, así como la evaluación que los mismos hacen del desempeño actual.
- Identificar y jerarquizar los valores considerados por los docentes y directivos como más relevantes en el ejercicio de la profesión y su evaluación de cómo los mismos son transmitidos o reforzados en la carrera estudiada.
- Identificar y describir las estrategias de transmisión de valores actualmente utilizadas.

METODOLOGÍA

Se trata de un estudio exploratorio, de corte transversal, con una triangulación metodológica entre metodología cuantitativa (encuestas a docentes) y cualitativa (entrevistas en profundidad a docentes y directivos).

Para las encuestas, se trabajó con cuestionarios auto administrados, compuestos principalmente por preguntas cerradas de opción múltiple, con predominio de escalas de valoración. Los cuestionarios fueron enviados por mail a fines de junio y se reiteraron en el mes de julio a quienes no habían respondido. El cuestionario utilizado en las encuestas se adjunta en Anexo I.

Se insistió hasta cinco veces con aquellos profesores que no respondieron y se trabajó con las respuestas recibidas hasta mediados de agosto. No se aplicó muestreo porque dado el tamaño de la población y la tasa esperada de respuesta, se consideró que era importante enviar a todos los profesores. Se obtuvieron 94 respuestas de los profesores. Quienes respondieron eran profesores del ciclo básico común y de las tres carreras estudiadas. Si hubiese sido una muestra seleccionada al azar, se tendría una confianza del 95% y un error del 9%. Como en todas las encuestas, en las que son seres humanos los que responden, puede haber un sesgo debido a que son las respuestas de quienes aceptaron responder.

No se envió la encuesta a los profesores que daban exclusivamente Matemáticas por ser un tema muy abstracto el de la materia que dictan. Hubo algún abogado que se excusó por tener una dedicación simple y desconocer las actividades desarrolladas en la Facultad acerca de la RSE. Las personas que consideraban que su respuesta no iba a aportar a la investigación se auto excluyeron. Algunos de ellos enviaron mails explicando los motivos por los cuales no respondieron.

Los datos obtenidos fueron procesados con SPSS y la información fue analizada en forma global. Algunos de los resultados se compararon con los obtenidos en una primera etapa con los estudiantes.

En cuanto a las entrevistas en profundidad, se hicieron 11. Las guías de las entrevista a docentes y directivos se adjuntan en Anexos II y III respectivamente.

El trabajo se encuadra en un proyecto más amplio que parte de la idea de que a través de los valores individuales pueden modificarse ciertas estructuras sociales desde abajo hacia arriba. Se piensa que los profesionales en Ciencias Económicas son los más íntimamente



ligados a la problemática de la RSE ya que son formados específicamente para el asesoramiento estratégico de todo tipo de organizaciones y están en condiciones de dirigir las mismas.

El problema fue abordado desde la raíz misma al estudiarse la responsabilidad social subjetiva de sus protagonistas, los estudiantes. Se supone que muchos de los graduados en Ciencias Económicas, desde distintas posiciones en las organizaciones, podrán sembrar las semillas de la acción socialmente responsable.

En este nuevo trabajo se hace un análisis desde la perspectiva de los profesores que dictan materias en las carreras de Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía. Se hicieron también entrevistas en profundidad tanto a directivos como a profesores.

RESULTADOS

A la hora de evaluar la importancia que los profesores atribuyen, desde lo personal, al hecho de que una empresa sea socialmente responsable – utilizando una escala de 1 a 5 – las respuestas se concentran claramente en los puntajes más altos: un 61,7% le da una importancia de 5, seguido por 27,7% con 4. La media es de 4,47 puntos y la mediana y el modo coinciden en 5.

Estadísticos

Importancia que da el encuestado a la RSE

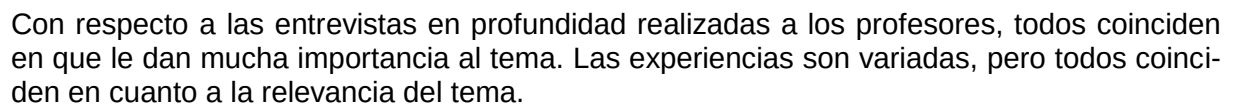
Media	4,47
Mediana	5,00
Moda	5
Desviación típica.	,813

Gráfico 1



Si se observan los box plots por sexo, se ve que, si bien en el sexo masculino hay tres casos aislados que dan puntuaciones de 1 y 2, son muy similares sus respuestas a las del sexo femenino.

Box plots importancia que dan los profesores a la RSE por sexo



“Es muy importante porque tiene que ver con la responsabilidad que tiene cualquier empresa por el impacto que tiene su actividad en la comunidad”.

Reconocen también que es un tema de mucha actualidad, pero sin considerarlo una moda.

“La RSE ahora está muy de moda [pero] es algo que excede a la moda y que las empresas debieran haber aplicado siempre”.

“Buscar el triángulo de equilibrio entre la parte económica, social y ambiental era algo a futuro para todos los empresarios”.

“Como es algo nuevo, no se puede dejar de estar atento a los cambios dentro de lo que es la formación académica y profesional”.

“Diez años atrás esto era como hablar de llegar a Marte y hoy empieza a ser un tema de interés y de preocupación. Las universidades lo están considerando; no sé con qué grado de profundidad todavía”.

Con respecto a los directivos de la facultad entrevistados, los mismos consideran que:

“Es un elemento clave en la formación de los futuros empresarios y de los futuros gerentes”.

“Es un aspecto que va adquiriendo cada vez una mayor relevancia fundamentalmente por una toma de consciencia del mundo empresarial. Esa función empresarial tiene que cumplir una misión diferente al exclusivo fin de lucro que pueden tener las empresas en el sistema capitalista y por lo tanto tener un mayor compromiso con aspectos que están por fuera de la función empresarial”.

En cuanto a la importancia que los profesores perciben que se le da en la sociedad a la



RSE a partir de las encuestas realizadas, se encuentran dos modos, que están en 2 y en 3 con un porcentaje de respuestas de 38,3% cada uno. La mediana es de 3 y la puntuación media es notablemente inferior (2,67 puntos). Esta diferencia entre la percepción personal y la que atribuyen a la sociedad en general, se ha dado también en las encuestas realizadas a alumnos.

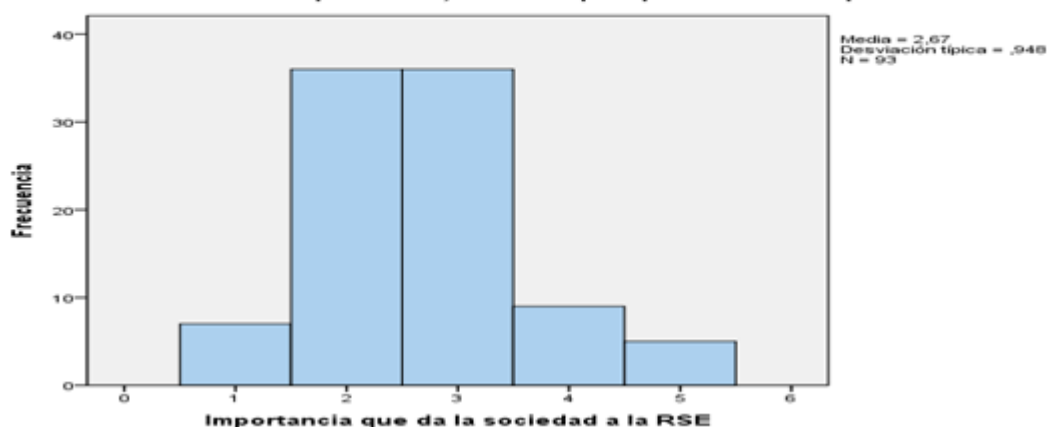
Estadísticos

Importancia que da la sociedad a la RSE

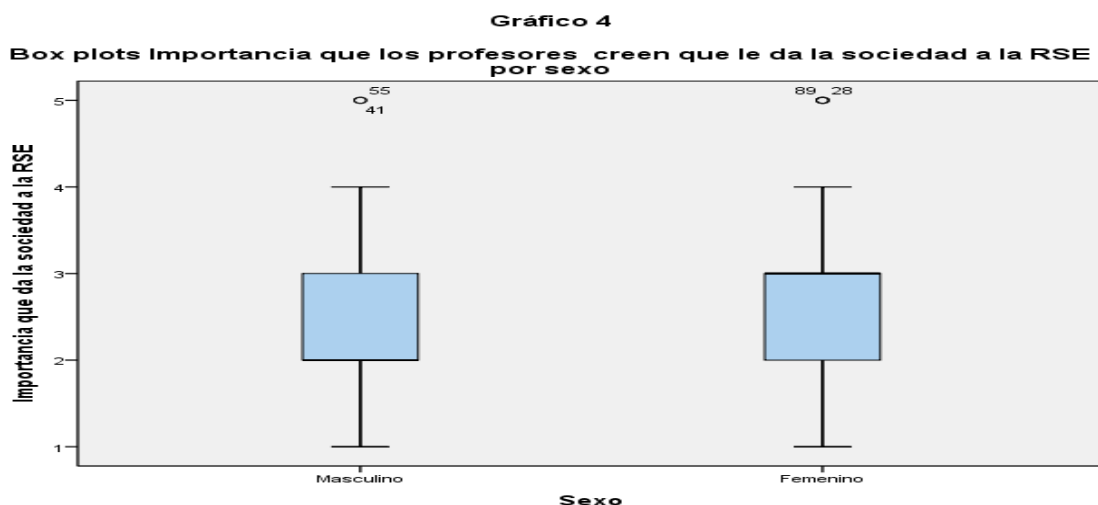
Media	2,67
Mediana	3,00
Moda	2-3
Desviación típica.	,948
Varianza	,899
Mínimo	1
Máximo	5

Gráfico 3

Histograma Importancia que da la sociedad al hecho de que una empresa sea socialmente responsable, desde la perspectiva de los profesores



Si se analizan los box plots se observa que si bien a primera vista los gráficos son similares, la mediana de las profesoras está en 3 y la de los profesores en 2.



Por último, en cuanto a la importancia que perciben se le da en la carrera, las respuestas se concentran en los 3 puntos (con 40,4% de las respuestas), coincidiendo la mediana y el modo en ese valor, con una media de 2,91 puntos, indicando que se le da una importancia mayor a la que la sociedad en conjunto le otorga (2,67), pero considerablemente inferior a la que los profesores le dan (4,47).

Estadísticos

Importancia en las carreras de la RSE

Media	2,91
Mediana	3,00
Moda	3
Desviación típica.	,991
Varianza	,982
Mínimo	1
Máximo	5

Si bien los valores no son los mismos, los alumnos también tienen una marcada diferencia entre la percepción individual y la que atribuyen a la sociedad y a la que se le da en la carrera. La importancia que le dan ellos a la RSE tiene un promedio de 4,56 muy similar a la de los profesores. Para ellos la importancia promedio en la carrera es 3,64 y la que le da la sociedad 3,51 en promedio.

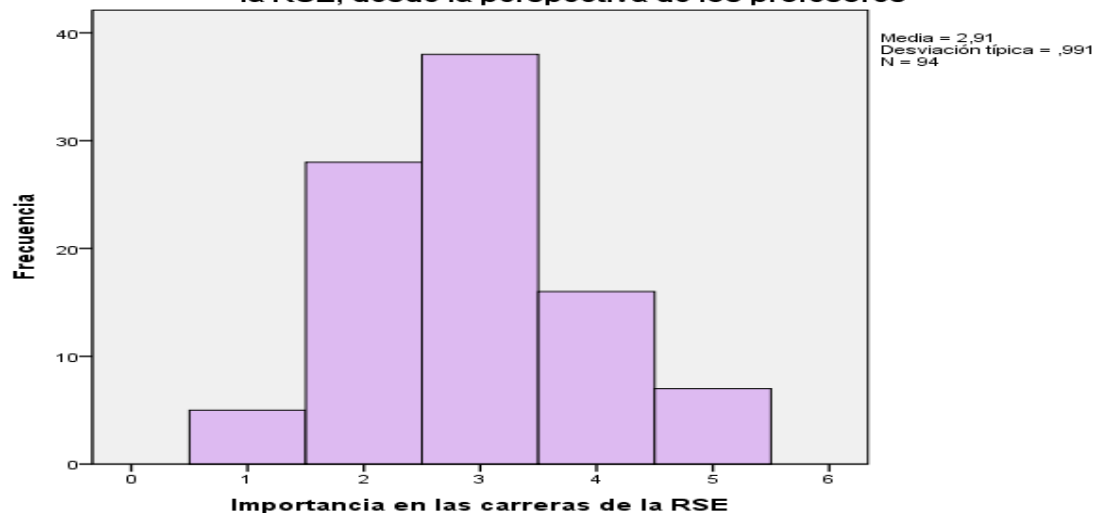
Es con respecto a la importancia que se da en la carrera a la RSE donde es significativa la diferencia entre la percepción promedio de los profesores (2,91) y la de los alumnos (3,64)

De las entrevistas a profesores surge que algunos piensan que la mayoría de las empresas dan valor a la RSE en la medida en que les deja rédito, no porque esté como valor instalado en la empresa. Por lo menos dicen es lo que sucede en muchas de las grandes empresas.



Gráfico 5

Histograma Importancia que se le da en las carreras de Ciencias Económicas a la RSE, desde la perspectiva de los profesores



Informe

Importancia en las carreras de la RSE

Sexo	Media	N	Desv. típica	Mediana
Masculino	2,71	45	,920	3,00
Femenino	3,10	49	1,026	3,00
Total	2,91	94	,991	3,00

El promedio de las percepciones de los profesores es 2,71 y la de las profesoras de 3,10. Si bien las medianas coinciden, en las profesoras el Primer cuartil está en 3 y el Tercero en 4. En los profesores en cambio el primer cuartil es 2 y el tercero 3.

Gráfico 6

Box plots importancia que los profesores creen que se da en las carreras de Ciencias Económicas a la RSE

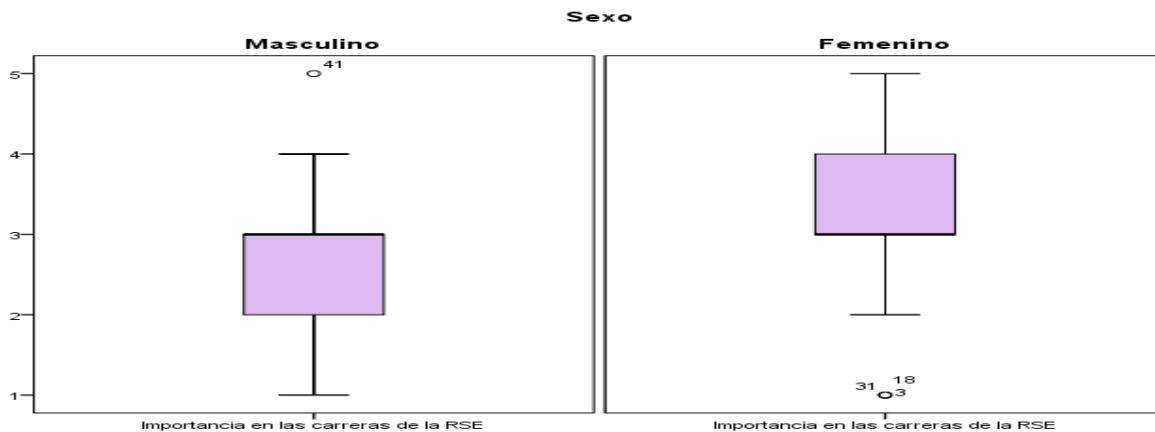




Tabla de ANOVA

			Suma de cuadrados	gl	Media cua- drática	F	Sig.
Importancia en las carreras de la RSE *	Inter- grupos	(Combina- das)	3,585	1	3,585	3,759	,056
Sexo	Intra-grupos		87,734	92	,954		
Total			91,319	93			

En las entrevistas en profundidad a profesores y directivos se indagó acerca del rol que juega la responsabilidad social de los profesionales en Ciencias Económicas en la difusión y ejercicio de la RSE.

En general hay consenso acerca de la importancia del tema y especialmente acerca de que debiera ser importante. Entre las respuestas obtenidas se destacan:

“Es un rol central el que tienen que jugar los profesionales en Ciencias Económicas. Porque son profesionales que están ejerciendo la dirección o están asesorando o en contacto con los niveles directivos que son los que llevan adelante esa responsabilidad. Son un agente principal en la difusión de esos aspectos”.

“La RSE es algo básico en la formación de alguien que va a ejercer funciones de liderazgo en una empresa o va a tener su propio emprendimiento o va a ejercer consultoría si va a ejercer la profesión desde su lugar”.

“Todos los valores y todos aspectos éticos que uno pueda transmitirles, ayudará a los profesionales en el futuro a tomar decisiones frente a dilemas éticos que se presentan todo el tiempo y que tiene que ver con la cultura y con lo que es la sociedad en general”.

“Es clave porque el contador, el licenciado en administración y el licenciado en economía no solo debe, es el que se entiende del tema. Primero se tiene que concientizar ese profesional y luego empezar a transmitir y aconsejar”.

“Creo que los profesionales en Ciencias Económicas juegan un rol crítico en hacer algo así como una sensibilización a sus clientes sobre las temáticas de RSE”.

“El rol que tiene el profesional en Ciencias Económicas es el de ser como un sensibilizador para instalar la temática y la problemática dentro de la empresa. Después hay temas que exceden a un profesional en ciencias económicas. Todo el impacto ambiental requiere de expertos en temas ambientales. El impacto social es multidisciplinario. Después hay un elemento fuerte que vuelve a aglutinar y por el cual otra vez el profesional en Ciencias Económicas vuelve a ser un eje: todos los programas de RSE terminan comunicándose a través de un balance social, una memoria de sostenibilidad y un cuadro de valor agregado. Ahí, los contadores tienen las herramientas para hacerlo, para construir los indicadores, para ver las evoluciones”.

“El profesional en Ciencias Económicas es un buen elemento como sensibilizador, un idóneo para la construcción de indicadores de medición, sobre todo los de tipo cuantitativo y un hacedor del balance social que es el que después informa los temas. Debería tener esos 3 o 4 aspectos fuertes respecto de sus clientes. Es muy nuevo para muchos y no sabe si todos lo tienen”.

“Es una participación importante. Desde su punto de vista, en la empresa dentro de la cual participamos a través de nuestro asesoramiento y contacto, además del objetivo lógico que



pueden tener los socios individualmente considerados hacia la maximización de su beneficio indudablemente hay una inserción en el campo social. Juega un rol muy importante la RSE el profesional”.

“El profesional en Ciencias Económicas en su gran mayoría actúa en organizaciones de todo tipo: empresariales, públicas, sin fines de lucro. Sin lugar a dudas el tener una buena formación en cuanto a la RSE cuando son estudiantes hace que cuando sean profesionales la RSE de alguna manera esté instalada en su práctica diaria o en su gestión. Eso debería ser importante”.

“El profesional le puede dar un giro a la visión de la empresa. Si no se cambia el ángulo de visión de la empresa no se va a cambiar el ángulo de la RSE de la empresa. Va una de la mano con la otra”.

“Se forma al profesional dentro de la Universidad para que luego cuando salga a la calle fomente la RSE”.

También hay quien opina que “hoy no juega ningún rol. Probablemente debería. En la actualidad la realidad es que los profesionales en Ciencias Económicas no están ocupándose de eso. Quizás las que se ocupan son las áreas de comunicación de las empresas. No estamos formados para eso. Me parece que los chicos que cursan hoy tampoco. Es un tema que se ve tangencialmente, muy de costado”.

O quien opina que “es un rol que va a cambiar. Va a ser un nuevo paradigma y más para el profesional en Ciencias Económicas. Somos muy estructurados, manejamos unas técnicas que a veces son correctas y a veces nos equivocamos. La RSE nos hace salir de ese antiguo paradigma para nacer en un nuevo paradigma. Es una nueva etapa”.

Está también quien dice que “No sabe si los profesionales en Ciencias Económicas específicamente tienen como prioridad la difusión de la RSE. Ahora está muy de moda y está de moda que sean ellos los que las proponen. A él le parece que excede bastante a los profesionales en Ciencias Económicas. Le parece que es más una función propia de las empresas y no de los profesionales. No es exclusivo de los profesionales en Ciencias Económicas. Es de todos los profesionales si se quiere”.

También se preguntó acerca de la importancia que se da al concepto de Responsabilidad Social Empresaria en la formación de profesionales en Ciencias Económicas.

Si bien algunos conocen el tema más en profundidad que otros, hubo consenso en que debiera dársele importancia. Algunas de las respuestas dadas por directivos y docentes son:

“Ha ido creciendo esta temática. Nuestra facultad en particular tiene diversas acciones en las que se apoya la formación de los profesionales con responsabilidad social. Está el programa Amartya Sen que tiene unas cuantas ediciones llevadas adelante. Y hay distintas asignaturas en las que se aborda la temática, especialmente en la Licenciatura en Administración”.

“Creo que se está empezando a insertar cada vez más este tema de un tiempo a esta parte y cada vez se va generalizando más. En la carrera de Licenciatura en Administración hay una materia electiva que es Empresa y Sociedad que está totalmente orientada a esta función. Después se está viendo en las distintas materias. Ellos en Producción lanzan un cuadernillo de dilemas éticos donde está todo apuntado a aplicar la ética y la RSE a la producción. Y así gradualmente se está tendiendo a que en las materias se vayan insertando estos principios”.



"Se ha avanzado muchísimo en ese sentido. Ya hay programa de RSE en la Facultad. Ellos están con un programa de incubadora de empresas y hablan de un proyecto sustentable. Hablan de la tecnología que van a aplicar, cómo se van a considerar los *stakeholders*".

"En el Instituto de Administración del Consejo Profesional de Ciencias Económicas hablaron de los balances. Vieron varios balances sociales de diversos consejos profesionales de Ciencias Económicas. El de Rosario lo va a realizar ahora".

"En casi todas las facultades de Ciencias Económicas, están emergiendo en algunos casos cátedras optativas o electivas donde fundamentalmente trabajan sobre las normas para la presentación de los balances sociales. Lo que también está pasando en la de Rosario. Todo esto es incipiente. La católica de Salta lo tiene, la nuestra, la UBA lo tiene. Es algo nuevo que se está empezando a dar".

"Lo que no creo que esté instalado y quizás debiera instalarse son algunos conceptos de responsabilidad social en las materias funcionales. Una cosa es hacer el balance social y otra cosa son las actividades que se hacen de responsabilidad social. Cuando hago Marketing debo tener en cuenta aspectos tales como: transparencia en la comunicación de los productos, confiabilidad en los productos, respeto en el etiquetado. Cuando hago Producción debo tener en cuenta aspectos de impacto ambiental. Cuando hago Marketing o Recursos Humanos debo tener en cuenta el impacto social. Todo eso debiera estar inserto en cada una de las materias funcionales".

"El balance social aparece como el elemento integrador con el cual se informa a los demás acerca de lo que se hace en las organizaciones sobre responsabilidad social".

"Es un concepto nuevo y como concepto nuevo se está haciendo. Desde las tutorías se incorporan textos para que los alumnos empiecen a insertarse en lo que es la formación, que entiendan lo que es ser socialmente responsable. En primer año tienen una materia que es Introducción a la Teoría Contable que también trata el tema. Las otras materias tratan el tema transversalmente."

"Creo que debiera tener un capítulo en la carrera, sobre todo en los últimos años. Por lo menos que los alumnos tengan una visión de la empresa como una unidad que está inserta en la sociedad y no como algo que sale de la sociedad para sacarle el jugo. La empresa trabaja haciendo un intercambio con la sociedad. Vista como una unidad que solo busca ganancia es muy difícil instalar el concepto".

"Los pocos casos que ha conocido de gente que está en el tema tiene más que ver con personas que están en el área de comunicación social que en la de ciencias económicas. En líneas más generales carreras mucho más humanísticas que las nuestras sin duda. De hecho la personas concretamente que ha conocido de entidades financieras o de servicios o de canales de televisión que ha tenido oportunidad de conocer, tenían toda formación humanística".

"Es probable que falte una formación más humanística. Es probable que sea un punto para pensarlo al menos. Agrandar porque sí una carrera, no. Lo mismo que hay, visto con un toque más humanístico en algunas materias que tienen que ver con la dirección de las empresas. Dar un toque más humanístico. De hecho que se puede hacer. En el último año de la carrera o en cuarto y quinto".

"Con respecto a la carrera de Contador desconoce. En cuanto a la Licenciatura en Administración no tiene información, solamente conoce lo que hicieron con Amartya Sen. Lo incluyeron en el trabajo de campo. Después no hubo continuidad por parte de la gente de Amartya Sen. A él le interesaría. No sabe si la materia de él es la más apropiada".



"En los programas de las carreras no hay ninguna materia obligatoria que directamente tome la RSE. En alguna asignatura en forma indirecta se trata el tema. Pueden verla en algún seminario de posgrado o en alguna materia electiva. Ellos lo tratan".

Se preguntó a los directivos sobre quiénes recae específicamente la responsabilidad por la transmisión de valores. Algunas de las respuestas obtenidas fueron:

"Le parece que es un trabajo en conjunto. Obviamente uno piensa en los docentes con la principal responsabilidad, pero toda la institución, todo el marco institucional debe acompañar eso".

"Básicamente en los docentes y en la institución en sí misma, Como institución debe rever los programas, la currícula, los planes, las actividades extracurriculares que se ofrecen Es bastante amplia. El docente es el que está frente al alumno. Es la línea de fuego. Para que esto ocurra toda la institución debe orientarse en este sentido".

A los directivos se les preguntó el lugar que ocupa en el plan de la carrera que dirige la RSE

También se preguntó si es tratado como contenido específico, propio de materias puntuales, o como un aspecto que atraviesa todos los contenidos de la carrera.

Las respuestas obtenidas fueron:

"Obviamente atraviesa transversalmente las distintas carreras. Generalmente se toca la temática. Por ejemplo en la carrera de Contador Público se trata en las prácticas profesionales, donde se tocan aspectos de Ética y de Responsabilidad Universitaria y Responsabilidad Social".

"El programa Amartya Sen está abierto a todos los alumnos de la facultad. Es transversal".

"También se han creado materias electivas. En la carrera de contador está la materia Balance Social y para la Licenciatura en Administración se creó la materia Empresa y Sociedad. Están abiertas a los alumnos de las distintas carreras".

"Hay una materia electiva que se creó hace dos años donde puntualmente se ve en forma específica lo que es la RSE y donde se hacen trabajos de campo sobre ese tema".

"Luego se está empezando a incorporar transversalmente temas específicos de Ética en otras materias. En algunas ya estaban, en el plan anterior se habían incorporado temas de Ética y en otras se están incorporando en el nuevo plan".

"La idea es que el tema se trate en forma transversal y en alguna materia específica puntual, para dar los lineamientos generales".

Se preguntó también a los directivos si consideran que los docentes a su cargo transmiten o refuerzan valores y en el caso de hacerlo si es algo intencional y planificado.

Coinciden en que los transmiten, pero que no hay un plan integral. Las respuestas fueron:

"En general hay una consciencia y una planificación en este aspecto. En términos generales se debate en el seno de cada una de las cátedras cuando se formulan los programas. Es una temática siempre presente".

"Con los que ha hablado bien, en general les interesa, casi todos se están capacitando sobre el tema. Después quedan algunas áreas que no la ven tan directamente relacionada y sobre las que hay que trabajar".

"Creo que cada uno en la medida de sus propios criterios busca transmitir. En cuanto a planificación, hay de todo, algunos lo planifican y otros lo hacen en forma espontánea que surge del propio dictado de la materia".



"No han hecho un plan integral de incorporar estos temas en la carrera y evaluarlos. Se está pensando para el cambio de plan y sí, incorporar a los titulares. Se está tratando en la Comisión Asesora de la carrera. Por ahora depende de la buena voluntad de los profesores titulares y de los profesores que se enganchan en esos temas".

Con respecto a las estrategias utilizadas para la transmisión de valores, las respuestas de los directivos fueron:

"Más allá de los programas centrales mencionados, que la facultad está llevando a cabo y que se están incrementando y abarcan cada vez más docentes y alumnos, para el resto, las estrategias se dan en el marco de cada cátedra".

"Están viendo de hacer las pasantías en algunos casos con prácticas sociales. Eso lo que han avanzado en reuniones con gente de Universidad, de ver que las pasantías se hagan en cooperativas, mutuales, ese tipo de empresas. Por ahora es opcional. Hay alguno que lo hace, pero la idea es implementarlo desde lo institucional".

Se consultó a los docentes y directivos si en su materia en particular la RSE es tratada como contenido específico o solo tangencialmente.

Aquí no hubo consenso. Las respuestas fueron variadas. Algunos le dan un abordaje tangencial, destacando algunos aspectos asociados a distintos temas de la materia particular o en apenas "un par de hojitas", mientras que otros le dan mayor entidad, asignándole su propio espacio, dedicándole al menos una clase

Así también, mientras varios coinciden en plantearlo como cuestión ético-moral, más de uno lo plantea como una tendencia:

"Se lo presenta como una cuestión ética o moral porque es algo que va a afectar su ejercicio profesional y su rol dentro de las organizaciones. Más allá de que es una cuestión ético moral, luego se va a tener que incorporar a la estrategia empresarial y va a afectar a las otras funciones. Cree que el principio rector tiene que ser el ético moral No tomarlo como una moda o como una tendencia, sino como un valor que se transmite".

"Desde la tutoría se le dan los distintos enfoques, para que el chico empiece a identificarlos ¿Por qué se hace RSE? ¿Por qué se están empezando a implementar los balances sociales? ¿Por una cuestión de necesidad, una cuestión de tendencia o como una cuestión de saber venderse? Está mostrando cómo está la empresa situada en conceptos que no son económico financieros, que es como se formaba al viejo profesional".

En uno de los casos, no sabe si la materia de ellos es el lugar apropiado para desarrollarlo, pero sí en el trabajo de campo. "Ahí hacen un relevamiento de un sistema administrativo y luego hacen un relevamiento general de la empresa y ahí puede aplicarse".

"No debe ser un burbuja del Marketing. Si una empresa se interesa por la RSE puede presentarlo en sociedad para que lo valoren los empleados, los familiares, pero no hacer una actividad de RSE porque le va a generar una utilidad o como una razón de Marketing. Ahí entra a jugar la ética y las preferencias. Día a día se avanza para hacer algo con conciencia. Que sirva para la sociedad".

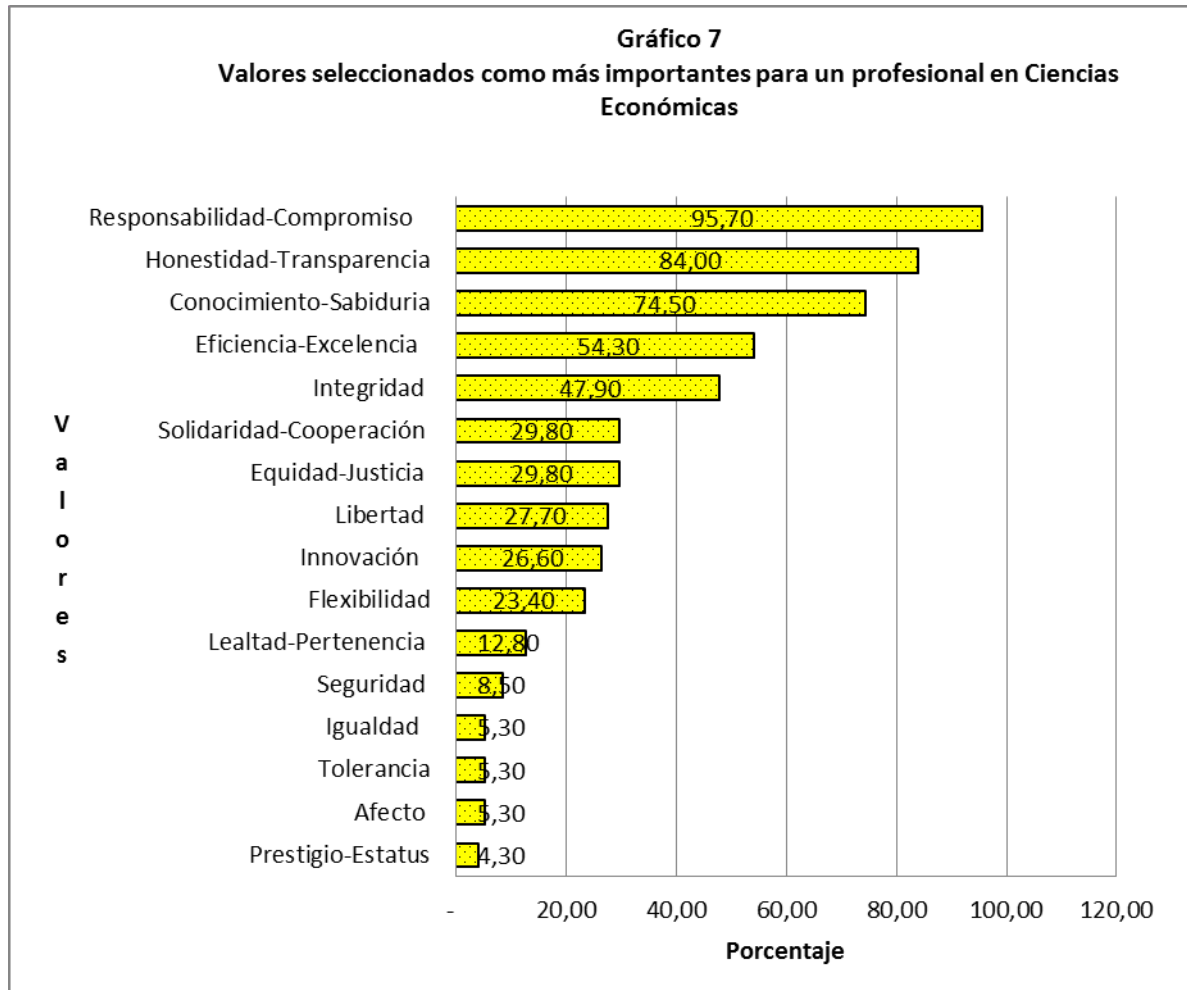
"Se puede presentar de todas formas como tendencia, como cuestión ético-moral, etc. El tema es qué es lo que crea desde los directores y desde los profesionales que actúan".

Pensando en los valores más importantes para un profesional en Ciencias Económicas, los más elegidos fueron: Responsabilidad/Compromiso y Honestidad/Transparencia. Le siguen Conocimiento/Sabiduría y Eficiencia/Excelencia.

Estética y Tradición no fueron seleccionados. Otros valores poco seleccionados por los pro-



Los valores seleccionados como más importantes para un profesional en Ciencias Económicas fueron: Prestigio/Status, Afecto, Tolerancia e Igualdad.



Estadísticos descriptivos de la percepción de los profesores acerca de la medida en que se transmite o refuerzan los siguientes valores

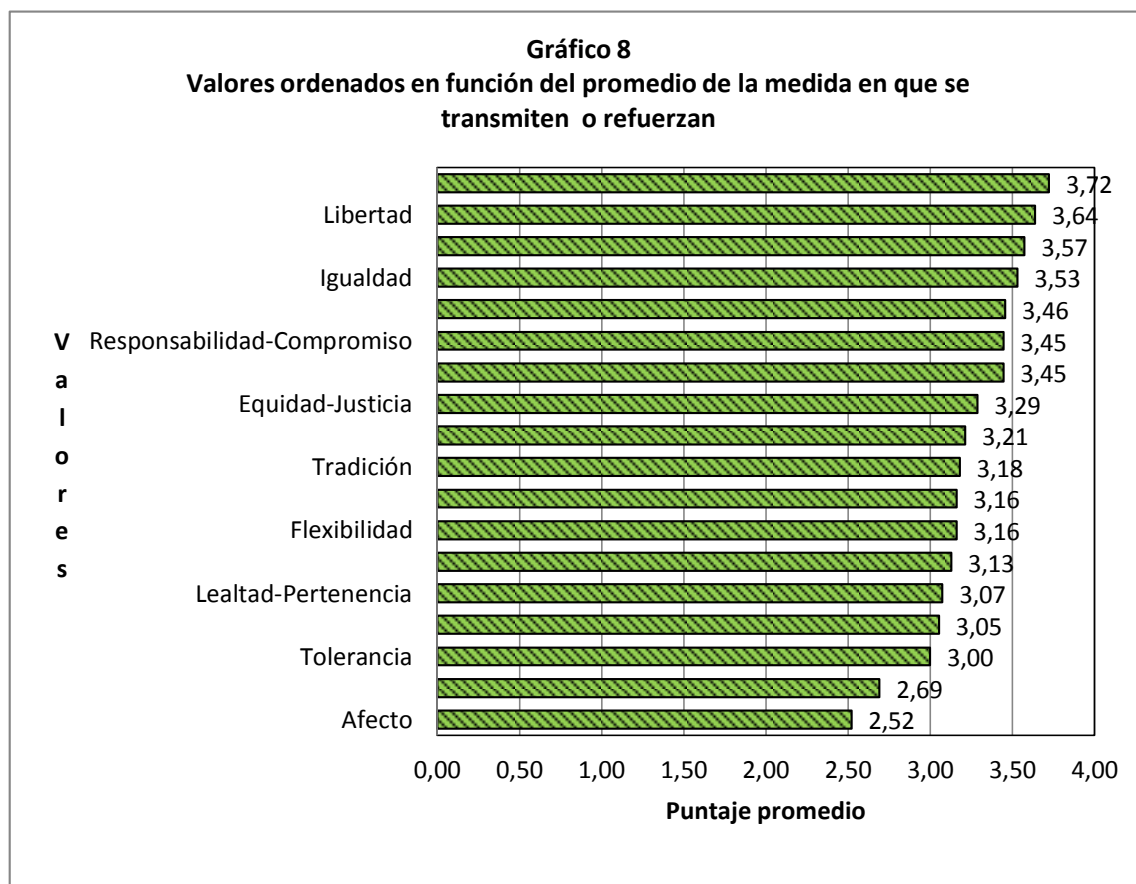


	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Conocimiento-Sabiduría	94	1	5	3,72	,988
Libertad	94	1	5	3,64	1,035
Eficiencia-Excelencia	93	1	5	3,61	,967
Igualdad	94	1	5	3,53	1,002
Honestidad-Transparencia	94	1	5	3,46	,969
Prestigio-Estatus	94	1	5	3,45	,969
Responsabilidad-Compromiso	94	1	5	3,45	1,074
Equidad-Justicia	94	1	5	3,29	1,064
Integridad	94	1	5	3,21	1,066
Tradición	93	1	5	3,22	,942
Innovación	94	1	5	3,16	1,009
Flexibilidad	93	1	5	3,19	1,003
Seguridad	93	1	5	3,16	,936
Lealtad-Pertenencia	94	1	5	3,07	,964
Solidaridad-Cooperación	94	1	5	3,05	1,009
Tolerancia	94	1	5	3,00	,995
Estética	94	1	5	2,69	1,048
Afecto	94	1	5	2,52	,970

Con respecto a los valores que se transmiten o refuerzan, los mejor puntuados son Conocimiento/Sabiduría, Libertad, Eficiencia/Excelencia, Igualdad, Honestidad/ Transparencia, Responsabilidad y Compromiso y Prestigio/Status. Aquí cobran importancia la Libertad y la Igualdad que no figuran entre los valores más importantes para un profesional en Ciencias Económicas.

Si se compara con las respuestas dadas por los alumnos, los profesores valoran más que los alumnos la Integridad y la Innovación y valoran menos Lealtad, Flexibilidad y Seguridad

Si se comparan por sexo las respuestas de los profesores, no hay diferencias estadísticamente significativas al nivel de 0,05 en ninguno de los valores.



En las entrevistas en profundidad dirigidas a directivos y docentes se preguntó en qué medida consideraban que puede la formación universitaria incidir en los valores de sujetos adultos que llegan a la misma con un sistema de valores ya conformado y cómo lograrlo.

Hubo consenso acerca de que siempre puede hacerse algo y en general están de acuerdo con que eso se haga con un programa dirigido por la Facultad.

“Si bien llegan con ciertos valores cuando uno piensa en un alumno universitario, que en promedio empiezan con 17, 18, 19 años. Por supuesto que ya vienen con una determinada formación en valores desde su familia y del tránsito escolar, pero es mucho lo que en esta etapa de la juventud aprenden y pueden incorporar y modificar en el caso de malas prácticas”.

“Si bien van a venir con algunos valores, lo real es que son todavía chicos y no tienen pensada o no tienen demasiado desarrollada lo que es la ética profesional. Tendrán los valores familiares los valores de la crianza y demás. Uno deberá anclarse en esos valores para fomentar los otros. Hay mucho por hacer. No es que llega alguien totalmente formado”.

“Se puede trabajar mucho. No va a reconvertir totalmente los valores. Se pueden inculcar los nuevos valores. Se puede permeabilizar. Por supuesto que es mucho más fácil si la persona los trae desde su niñez. Se puede hacer un aporte importante. Estos valores no tienen que ver con traicionar los valores que tenía. Tiene que ver con sumar. Distinto es cuando uno tiene que cambiar una ideología”.

“¿Quién te va a contestar que no quiere ser socialmente responsable? Nadie. Uno lo que debe decirles es, que para ser socialmente responsable se debe actuar en este sentido. Se



puede agregar. Hay que hacer sensibilización, Se debe tener presente en todas y cada una las cátedras”.

“Debe tenerse en cuenta en el accionar de esta facultad. Si los docentes tiran los papeles en el piso no pueden pedirles a los alumnos que no los tiren. Es un tema cultural”.

“La facultad debe tener un grupo de trabajo y un programa de responsabilidad. Como mínimo un programa en el que se trabajen estos conceptos, materias y además la facultad debería tener un programa de RSE propio y que lo difunda y lo muestre. Así la gente lo va internalizando. Por ahí las cosas las hace, pero no las tiene integradas en un programa de RSE ni las comunica como tal. Hay que hacer docencia en esto. Hay que comunicarlo y demostrarlo”.

“Depende, porque si estás hablando de un sujeto que es ingresante, le cambia la estructura al pasar del secundario al ámbito universitario. Luego se va formando en la profesión. Cada facultad va generando un perfil en lo que es la incumbencia profesional. A manera de ejemplo. Tiene un amigo que es abogado. Contó que en la Facultad de Derecho desde el primer día de clases los profesores les dicen ‘Uds. son abogados. Si no se lo creen nadie los va a respetar’. Hay que ir acompañando y reforzando los valores. Los que ya se traen y los que se puede y se deben ir agregando”.

“Siempre algo se puede hacer. De lo contrario sería un sistema determinístico donde no hay nada que hacer. En cualquier nivel, aun con profesionales ya formados, las empresas pueden hacer un pequeño cambio”.

“¿Por qué no? La universidad va a poder transformar a una persona que está en proceso de desarrollo. Más difícil cuanto más formado está el individuo. Si tuviéramos que comenzar en la escuela primaria sería más sencillo. Empecemos por donde se pueda empezar”.

“Creo que las materias de los últimos años, cuarto y quinto que están ligadas a la administración y a la dirección deberían tener un sentido más social en algunos aspectos”.

“La formación debería empezar por los estamentos gubernamentales. Hay que tener valores. Como parte de eso está la universidad, pero como parte de eso. No me imagino a la universidad aislada hablando de RSE en un país lleno de corruptos. Formar conciencia. La facultad modifica un poco la escala de valores y los conceptos del estudiante desde que entra hasta que está formado. Tiene que ver con la escala de valores con los que egresa el profesional. Tratar que no sea una mera política de Marketing o un lema publicitario para que realmente se concrete en acciones que benefician a la comunidad”.

“Desde ya que incide. Como todo incide. Alguien que Ingresa a los 19 años, si bien es un adulto mayor todavía en su formación y en su concepción ética, moral e ideológica está formándose. En ese sentido la formación que da la universidad es importante”.

“La universidad tiene mucho que ver. El profesional se forma acá con los conceptos que nosotros les brindamos desde la Universidad. Y ellos van a difundir cuando empiecen su labor profesional. El profesional sale de acá”.

“En realidad la formación se da después de la universidad. La formación se termina de dar en el ámbito laboral. Un futuro profesional a los 21, 22 años está trabajando a tiempo completo. La formación se termina de dar en el ámbito laboral”.

Se preguntó si consideran que hay un núcleo de valores fundamentales que debieran transmitirse o reforzarse desde la Universidad y cuáles son estos valores.

Se destacan las siguientes respuestas:

“Obviamente me parece que hay un aspecto de la ética profesional relativa específicamente a cada profesión que desde las facultades se debería transmitir. También tratar la respon-



sabilidad social en todos los aspectos de los sistemas. En nuestra facultad que se refiere a la actividad comercial y económica, los profesionales tienen que jugar un rol importantísimo y tiene que surgir de la facultad esa formación que tengan”.

“Creo que formamos gente; por empezar creo que se instala el valor al trabajo y al esfuerzo. La persona que estudia en la facultad hace un esfuerzo importante. El primer valor que transmite la universidad pública es que sin esfuerzo no se va a recibir. Esto en un mundo como en el que vivimos hoy, no es poco”.

“La responsabilidad, la honestidad, la transparencia, la solidaridad, la inclusión, la atención a las poblaciones más vulnerables. Son valores a reforzar”.

“Los valores son amplios. En la universidad: Perseverancia, Compromiso, Responsabilidad. Luego está lo solidario, la integración. Hay valores propios. Hay valores instrumentales”.

“Sí, hay valores fundamentales que debieran transmitirse. La libertad de formar un pensamiento crítico, la capacidad de discernimiento y entender el paradigma de la información”.

“El valor central que habría que transmitir es que todo acto tiene sus consecuencias. Las decisiones que toman las empresas sobre los mercados tienen un impacto muy alto. Por ejemplo cuando con el objeto de ganar no se repara en daños, estamos hablando de ese concepto o cuando por obtener beneficios para la empresa de cualquier naturaleza se daña a la sociedad. Podemos hablar de contaminación, engaño en comercialización de cosas, o de efecto no deseado. Todo esto es parte de lo que te digo. Todo acto tiene un efecto e impacta sobre la sociedad. Eso es responsabilidad de la gente que los produce. En ese sentido la Universidad es responsable de lo que forma y esa es su área de competencia. El aspecto formativo. No solo contenidos, valores también”.

“Debería hacerse hincapié en que las acciones sean concretas. Si la empresa produce determinado tipo de bienes, que no contamine, que no perjudique las actividades de la sociedad que tenga algún tipo de protección del ámbito natural”.

“La transparencia que exige necesariamente la actividad profesional está relacionada con valores tales como la verdad”.

“Creo que la universidad transmite valores. Algunos quedan claros, otros no tanto. Habría que pensar si transmitir valores en esa temática”.

“El apego a las leyes, el apego al hecho de que no estamos solos viviendo. Hay una cuestión vinculada al aspecto solidario. Uno vive en una sociedad. Lo que uno hace afecta al otro. Hay que tener en cuenta al otro, no solamente el propio interés”.

Con respecto a la medida en que los profesores consideran a la Universidad responsable en la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables, el promedio es de 4,35 con un modo y mediana de 5 medido en una escala entre 1 y 5. Esto no difiere significativamente de la medida en que los alumnos consideran a la universidad responsable en la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables (4,17 en promedio).

Estadísticos

Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores



Media	4,35
Mediana	5,00
Moda	5
Desviación típica.	,799
Varianza	,639
Mínimo	2
Máximo	5

De las entrevistas en profundidad a profesores y directivos acerca de la responsabilidad de la universidad por la conciencia social de los profesionales en ella formados, en general coinciden en que es responsable, pero no toda la responsabilidad deber caer sobre ella.

Entre las respuestas obtenidas se destacan:

“Es muy responsable. En la formación hay que asumir responsabilidad y compromiso. Se debe formar un profesional con conceptualizaciones, con innovación”.

“Entra a jugar la ética, muy profundamente. Tenemos que trabajar en formar profesionales éticos. Hay que brindar a los profesionales todas las herramientas”.

“Debemos formar profesionales gente activa, ciudadanos comprometidos con la sociedad”.

“Somos todos socios del aprendizaje. Los distintos estamentos, la parte de investigación que es importante, tenemos que estar trabajando en apuntalar a ese futuro profesional”.

“No es el único responsable. Esto debe trabajarse desde más abajo. La universidad es la que tiene que darle un cierre a esto”.

“No hay que cargarle toda la responsabilidad a la universidad de formar a un ciudadano socialmente responsable. Esto debe tratarse desde el inicio con diversos textos en la escuela primaria y en los niveles medios y la universidad le puede dar el encuadre final”.

“Es responsable por el hecho de que forma profesionales que son los que se van a desenvolver en el mercado laboral”.

“El que egresa de la Facultad debe conocer los valores de ética y moral. Y entender la importancia de la información”.

“Cualquier entidad que conforma una sociedad es responsable. Cualquier entidad pública lo es, cualquier estamento del gobierno. La Universidad como formadora de gente que piensa tiene una parte de responsabilidad. Tiene que ver con esto. Podría hacerlo. No es el único agente que debe actuar en esto”.

“Tiene el mayor peso. El profesional lo debe incorporar dentro de los conocimientos que se lleva de la universidad y luego debe tender a difundirlo dentro de la empresa. Debe ser un área de competencia”.

“Así como es responsable y tiene una función muy importante en la formación técnica, también en esto que tiene que ver con la formación social y de sustentabilidad de las acciones tiene que ser importante”.

“Es tan importante como el rol que tiene la Universidad como centro de formación académico. No solamente en RSE, sino en todo”.

“Creo que la responsabilidad pasa primero por uno mismo. Primero tiene que tener ganas de conocer algo nuevo y de saber lo que es. Tiene que hacer un poquito de ruido lo que es RSE. Tiene que haber gente que fomente estos valores”.



En cuanto a la opinión de los directivos respecto de ese tema se reproducen algunos conceptos:

"Tiene una alta responsabilidad en todo lo que involucre la formación académica y la formación profesional. La Universidad da un título habilitante y en ese sentido también tiene que garantizar la responsabilidad en los aspectos sociales".

"Tiene un porcentaje elevado de responsabilidad en la formación. Cuando hablamos de formación no hablamos solamente de capacitación. Formar es darle a la persona un bagaje de valores y de elementos que lo ayuden a actuar lo más correctamente posible".

Consultados acerca de sobre quién recae la responsabilidad en la formación de profesionales socialmente responsables, los profesores expresan:

"Le corresponde a la sociedad en su conjunto".

"Hay una formación que es indudable en los primeros años de vida y la da la familia. Después los maestros del primarios, secundarios universitarios y de posgrados".

"Todos debemos contribuir a que esté formado, esté consolidado Todos podemos aportar algo. Los gobiernos, los funcionarios como dirigentes no pueden dirigir algo si no lo aplican".

"Si estas cosas no tienen una convicción y una raíz en la dirección superior del organismo que se trate, es difícil que esto baje".

"Cualquier programa de RSE para que sea efectivo tiene que tener un apoyo institucional. En el caso de la universidad, rectorado, decanato, direcciones de escuela, profesores. No existe el quijote suelto que pueda llevar esto adelante".

"Las organizaciones profesionales, los organismos públicos. Hay cosas de estas dando vuelta".

"En todos, ya sea en los docentes, en los alumnos. El profesor tiene que acompañar. La institución tiene que poner las bases. El alumno tiene que captar y saber discernir. Todo pasa por una cuestión vocacional dentro de lo que son los procesos de enseñanza aprendizaje, donde el docente sea el que interactúe con el alumno".

"Creo que la transmisión de los valores debería empezar en los estamentos gubernamentales. Como sabemos no es sencillo. Hay que tener valores para poder transmitir. Si no se tienen valores y no se demuestran es complicado transmitir a la sociedad algo como la Responsabilidad Social. La lógica del orden indicaría que debiera comenzar por el ejecutivo nacional y empezar a bajar. Como parte de todo eso está la universidad, pero como parte de todo eso".

"No imagino a la universidad aislada hablando de RSE en un país lleno de corruptos. Es una gota en el mar".

En cuanto a los directivos entrevistados, sus respuestas fueron:

"Le parece que es un trabajo en conjunto. Obviamente uno piensa en los docentes con la principal responsabilidad, pero toda la institución, todo el marco institucional debe acompañar eso".

"Básicamente en los docentes y en la institución en sí misma, Como institución debe rever los programas, la currícula, los planes, las actividades extracurriculares que se ofrecen Es bastante amplia".

"El docente es el que está frente al alumno. Es la línea de fuego".

"Para que esto ocurra toda la institución debe orientarse en este sentido".



“Es una buena manera de decir a los empresarios que hay que ajustarse a estas nuevas tendencias. Hay que aceptar estas nuevas tendencias. Los profesionales en Ciencias Económicas no estamos de acuerdo con otra postura que no sea esa”.

“Creo que en los consejos profesionales el tema de la difusión es muy importante. Así como en los últimos años los Consejos se han ocupado de difundir la importancia de que los profesionales matriculados se ocupen de los temas que tienen que ver con la profesión., creo que también sería bueno difundir que los profesionales también están en este tema y pueden ocuparse de esto. Tiene mucho eco lo que dicen los consejos profesionales. En todas las profesiones, Son órganos de consulta de la sociedad”.

En cuanto al desempeño actual de la universidad en la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables, la puntuación promedio, disminuye a 3 al igual que la mediana y el modo.

Esta diferencia es mayor que la que hay desde la percepción de los alumnos, quienes en promedio califican con 3,71 el desempeño de la Universidad.

Esto indica que hay mucho por hacer en ese sentido por parte de la Universidad.

Estadísticos

Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores

Media	3,04
Mediana	3,00
Moda	3
Desviación típica.	,841
Varianza	,708
Mínimo	1
Máximo	5

Si se analizan las respuestas por sexo, no hay diferencia significativa entre profesores y profesoras en la medida en que consideran a la Universidad responsable en la transmisión de valores y la formación de profesionales responsables.

Informe

Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	4,27	45	,863	4,00
Femenino	4,43	49	,736	5,00



Informe

Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	4,27	45	,863	4,00
Femenino	4,43	49	,736	5,00
Total	4,35	94	,799	5,00

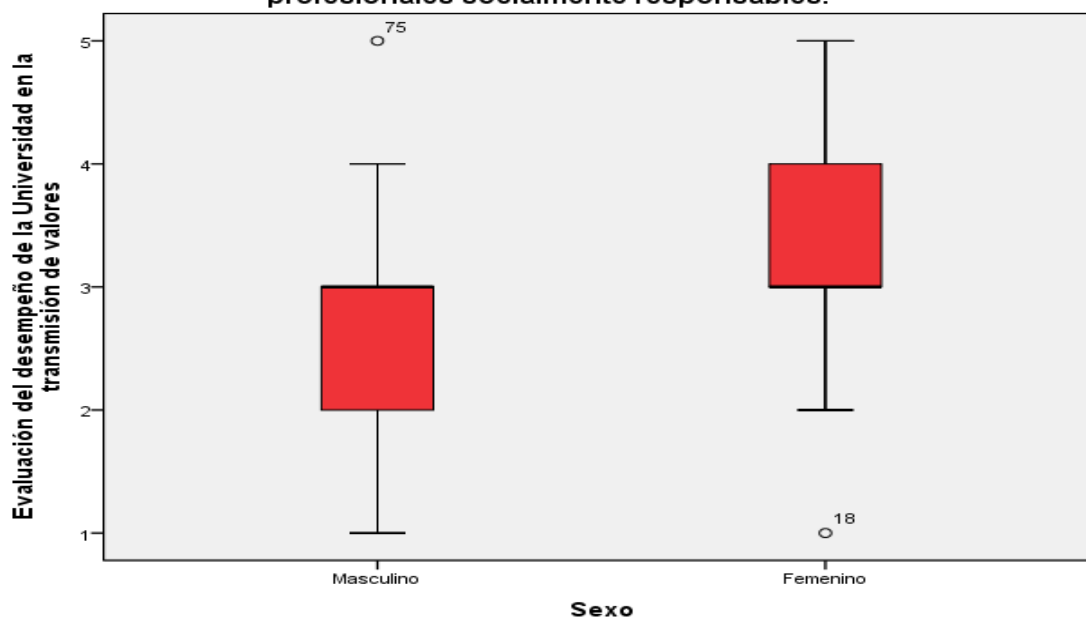
Tabla de ANOVA

			Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores * Sexo	Inter-grupos	(Combinadas)	,615	1	,615	,962	,329
	Intra-grupos		58,800	92	,639		
	Total		59,415	93			

Sí hay diferencia significativa al nivel de 0,05, en la percepción que tienen acerca del desempeño actual de la universidad en cuanto a la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables. Las mujeres le dan un promedio de 3,24 y los hombres de 2,82.

Gráfico 9

Box plots Evaluación del desempeño de la Universidad en la formación de profesionales socialmente responsables.





Informe

Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,82	45	,834	3,00
Femenino	3,24	49	,804	3,00
Total	3,04	94	,841	3,00

Tabla de ANOVA

			Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores * Sexo	Inter-grupos	(Combinadas)	4,191	1	4,191	6,255	,014
	Intra-grupos		61,639	92	,670		
	Total		65,830	93			

De las entrevistas en profundidad a docentes y directivos surgen muchos conceptos interesantes que pueden contribuir a mejorar el desempeño de la universidad en la transmisión de valores.

Consultados los directivos y profesores acerca de su práctica docente, si creen que transmiten o refuerzan valores y en el caso de hacerlo si lo logran, las respuestas fueron variadas. Son pocos los que niegan transmitir valores, En más de un caso plantean mencionarlos al abordar temas específicos. En general, reconocen que su propio accionar es en sí transmisor de valores.

“Desde ya. Uno al emitir una opinión, al dar información, al dar una perspectiva de un tema, al instalar un tema para que debatan o para hacer un práctico, desde ya está transmitiendo”.

“Se van a reforzar y retransmitir en función del grado de apertura por parte de los alumnos y del grado de participación y ganas que ponga el docente”.

Otro afirma que lo da en forma Intencional, bien planificada. Por el momento el único alcance que tiene es la docencia. No puede mostrar técnicamente cómo hacerlos, pero en sus ejemplos, cuando da un ejercicio, trata de transmitirlo y trata de derivarlo a los experiencias de ella como profesional.

“Es algo intencional. (...) Se están incluyendo algunos dilemas. Incluirlos, al menos la problematización de la ética, es el gran objetivo. Al menos que se lo cuestionen”.

“Es algo intencional incluir las reflexiones y tratar de sentar las bases, al menos de la problematización de la ética. Que se lo cuestionen. Dejar la semilla de cuestionar el statu quo”.

“Sin lugar a dudas se pueden transmitir. Los alumnos son la mayor riqueza con la que cuenta la Facultad. (...) Hay que sembrar semillas”.



"Se transmiten a través del cursado de las materias, del dictado de las clases, a través de la participación del estudiante universitario ya sea en el Centro de Estudiantes o en el Consejo Académico".

Consultados los directivos acerca de la medida en que evalúan que logran transferirse efectivamente valores, los mismos nos transmiten su impresión:

"Hay una importante transmisión. En ese sentido en los últimos tiempos se está profundizando especialmente porque hay más conocimiento acerca de cómo abordarlo".

Si bien siempre estuvieron presentes los temas de ética en los planes de estudio, en los últimos años con un abordaje más metódico, se está incrementando esa formación.

"Se transfieren. No sé si todos y todo el tiempo. En principio hay una transferencia. De hecho hace poco llegó la autoevaluación de la carrera. La mayoría de los graduados manifiestan haber recibido valores, en realidad en todas las carreras de la facultad hay una transmisión. Más que nada con el ejemplo y desde el modelo".

Con respecto a las estrategias utilizadas para la transmisión de valores, los directivos y docentes dicen:

"Más allá de los programas centrales mencionados que la facultad está llevando a cabo y que se están incrementando y abarcan cada vez más docentes y alumnos, para el resto, las estrategias se dan en el marco de cada cátedra".

"Lo que se menciona solo se plantea desde una mirada ética y un uso responsable de los recursos de todo tipo: sociales, culturales, ambientales."

"Hay autores que lo vinculan a la estrategia empresarial. Plantean que debiera estar integrado a la estrategia empresarial".

"En el decir y hacer lo mismo. No se puede pedir a los chicos que no se copien en un examen y los profesores se copien en un examen de posgrado".

"Parte de uno. Es la propia experiencia de uno. La transmisión de valores tiene que ver con la esencia de las personas".

"Una estrategia es la propia experiencia de vida de uno, la propia experiencia de trabajo. El conocimiento también es una manera de transmitir valores".

"El hecho de que el alumno entienda la importancia de pensar, también es otro valor. La transmisión del conocimiento que uno ha adquirido en las distintas empresas. Todo eso hace a la transmisión de valores".

"Nosotros lo que hicimos fue que los alumnos los volcaran a los monitores de los trabajos y los monitores de los trabajos a Amartya Sen".

"Sobre todo cuando uno habla en las clases prácticas es donde uno más se puede expresar y es donde uno humildemente más puede influenciar sobre el futuro accionar de los profesionales".

En cuanto a cómo evalúan los resultados obtenidos directivos y docentes, no hay una medición sistematizada. Las respuestas en general coinciden en que no es algo fácil de evaluar:

"En realidad eso se ve más en el ejercicio de la profesión, en las encuestas a gente graduada o en las empresas que han tomado a los alumnos. Esto está en el plano interno de cada uno. Es complicado".

"No se han planteado cómo evaluar los resultados. Han dejado planteadas las situaciones, pero no cómo evaluar los resultados".



"No se evalúa en los exámenes. Veo que los alumnos se interesan. Somos un grupo de profesores y no se evalúa. No se suele pedir en los exámenes".

"La Facultad es más lenta que una empresa. Una empresa hace click y cambia".

"Del contacto que se pueda tener con los alumnos a partir del propio curso y con posterioridad en otros encuentros".

"Creo que siempre algo queda a los alumnos. Lo que ocurre que como es algo así no orgánico, no sistematizado, no organizado; seguramente a algunos les queda, a algunos no o queda algo suelto. Si hubiera algo estructurado en cada módulo sería diferente. Cuando todos giremos sobre esos valores y esos conceptos, por supuesto que se lograría un mejor resultado".

"No tengo un método de evaluación numérico de esto, pero la respuesta de los alumnos en clase es favorable y no solo de los alumnos en clase sino también cuando terminan la carrera porque en general se vuelve a encontrar con ellos. Ahí también te das cuenta que es importante lo que estamos haciendo".

Algunas consideraciones adicionales, que aportan a buscar formas de mejorar el desempeño actual de la Facultad en este aspecto incluyen:

"Uno está explicando otros temas y no dedica todo a esto. Habría que hacer una integración mayor. Incorporar en todos los módulos el impacto ambiental y social. Esto es lo que le daría integralidad que realmente tendría fuerza y no que quede como una cosa aislada de cada profesor que a veces lo dice, a veces no. Que forme parte del programa de cada materia".

"Me parece que la transmisión de valores tiene muchos, pero hay 2 elementos fuertes: uno es la difusión, la capacitación y otro es el ejemplo. No hay otros elementos más que estos. Hay que ser consistente entre lo que uno dice y hace. Si llego tarde a clase o en la clase tiro un papel al piso es inconsistente. Hay que decir y explicar, pero hay que ser consistente con eso. Si me voy y dejo todas las luces prendidas no estoy obrando de acuerdo a los principios de la RSE".

"Hay que mantener un accionar y un actuar que sea consistente con lo que uno dice".

"Si queda, le queda al que más le interesa. Queda alguna idea dando vuelta, Hoy es un poquito más anárquico. Cree que habría que hacerlo orgánico. Cree que habría que hacerlo dentro de la cátedra en todos los módulos que desarrollan. Además tendrían que estar en línea con las otras cátedras. La Escuela debiera ser quien maneje el eje rector. Para que no hubiera superposiciones, fundamentalmente que no hubiera contraposiciones, Como es algo nuevo, no todos piensan lo mismo. Habría que poner en común qué entiende la facultad por RSE. A partir de ahí se puede empezar a transmitir e incorporar en las materias".

"Cada materia debiera trabajar su parte, la RSE vinculada con su área profesional. Producción tratar todo lo vinculado con el cuidado del ambiente, RRHH debiera aportar mucho más acerca de la RSE con respecto a los empleados, no discriminación, etc. Comercialización con el etiquetado responsable. Cada materia debiera abordar los ejes de vinculados, pero bajo algunos conceptos comunes y unificados y entendidos por todos por igual".

"Ojalá la facultad avance en esto. Si todo esto termina en un proyecto para mejorar los planes de estudio".

"A veces los tiempos no lo permiten. Es una realidad, o se cumple con el programa para dar todos los temas, o se sale del programa. Los profesores llegan con lo justo con los programas. El programa no lo contempla. La materia es clave, pero hay que entender que recién se están dando los conceptos contables fundamentales. No surge el tema de parte de los



docentes. En cuarto año está la materia electiva. Teniendo las contabilidades hechas pueden hacer Contabilidad Social y Ambiental. Lo mismo pasa con la Licenciatura en Administración que tienen la materia electiva Empresa y Sociedad“.

“Creo que ya está planteado implementar conceptos de RSE. Se debiera hacer de manera más estructurada y más planificada. Cada uno lo está haciendo como le parece. No está analizado en qué parte de la materia debiera introducirse. Se está haciendo, pero cada uno lo hace como le parece.”

“En el agro también hay mucho de RSE: cuestiones ambientales, de racionalidad del uso de la tierra, un montón de cosas”.

“Quizás es necesaria una decisión de la Escuela y de la Facultad de instar a que comencemos a introducir estos temas”.

“Debería ser un valor distintivo de toda la facultad. Debiera ser un valor de todas las facultades”.

“Creo que deben hacerse acciones punteras. Creo que debemos reunirnos y empezar a discutir acerca de cómo instalamos esto en los planes de estudio. Incorporarlos en algunas materias. Integrarlos con el contenido y empezar la discusión. Lograr un consenso entre las distintas cátedras. Ponerse de acuerdo para no dar definiciones contradictorias. En todas las cátedras, en todas las escuelas en la facultad”.

CONCLUSIONES

Con respecto a esta primera etapa del proyecto, podemos concluir que, hay coincidencia en algunos aspectos con las respuestas dadas por los alumnos.

En cuanto a los valores puntuales, se observa cierta coincidencia general entre los que los profesores consideran más importantes para un profesional en Ciencias Económicas y los mejor puntuados en cuanto a la transmisión o el reforzamiento que la Universidad realiza. Existe un núcleo de valores clave, que incluye: Responsabilidad-Compromiso, Honestidad-Transparencia, Conocimiento-Sabiduría y Eficiencia-Excelencia. A ellos se agrega Integridad al seleccionar los importantes para un profesional y Libertad e Igualdad y Prestigio-Status al evaluar los valores transmitidos o reforzados desde la formación universitaria.

Los profesores, al igual que los alumnos en el trabajo anterior, consideran a la Universidad como responsable en alto grado en la transmisión de valores y en la formación de profesionales socialmente responsables (promedio 4,35 en una escala de 1 a 5 por parte de los profesores y promedio de 4,17 en la misma escala por parte de los alumnos). En cuanto a la evaluación que hacen del desempeño actual de la Universidad al respecto, el promedio es menor que la importancia que consideran que debiera tener. La brecha entre ambos es mayor en los profesores que en los alumnos. En ese sentido hay una diferencia significativa entre la percepción promedio de los profesores (3,04) y la de los alumnos (3,71).

Si se analizan las respuestas de los profesores por sexos, la percepción de las profesoras es superior a la de los profesores.

De las entrevistas en profundidad surge que la RSE es algo que llegó y que se instaló para quedarse. No es una moda.

Debe haber una coherencia entre el discurso del docente y sus acciones. Debemos ser responsables de nuestras acciones y lo que ellas producen para crear con las mismas las condiciones de una vida más armónica y sustentable.

La responsabilidad por la formación de profesionales socialmente responsable es de toda la sociedad. La universidad es muy importante, pero debe comenzarse desde la familia, pa-



sando por la formación en los niveles primario y secundario. La universidad debe reforzar los valores, pero también es una responsabilidad que cabe al gobierno. Coinciden en que la formación no se da solamente con el discurso sino que son muy importantes las acciones de quienes pretenden formar acerca de RSE.

También proponen que dentro de la Facultad haya un trabajo integrado. Cada escuela debiera ser la que maneje el eje rector para que no haya superposiciones y fundamentalmente que no haya contraposiciones, Como es algo nuevo, no todos piensan lo mismo. Lamentablemente, todavía hay docentes que limitan el concepto de RSE al cumplimiento de normas y regulaciones. Habría que poner en común qué entiende la facultad por RSE. A partir de ahí se puede empezar a transmitir e incorporar en las materias.

Cada materia debiera abordar los ejes vinculados con la misma, pero bajo algunos conceptos comunes y unificados y entendidos por todos por igual.

Producción debiera tratar todo lo vinculado con el cuidado del ambiente, RRHH debiera aportar mucho más acerca de la RSE con respecto a los empleados, no discriminación, etc. Comercialización tratar temas como el etiquetado responsable.

Ese trabajo coherente e integrado, debiera poder ser evaluado para poder ir avanzando y mejorando en la formación de profesionales socialmente responsables.

Estos trabajos se continuarán en los próximos años con encuestas con cuestionarios semi-estructurados a empresarios y a grupos de ONGs, los que se complementarán con revisión documental.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE BONO, E. (2010) Más allá de la competencia. La creación de nuevos valores y objetivos de la empresa. Editorial Paidós. Argentina.

ETKIN, J. (2012) Brechas éticas en las organizaciones. Sistemas virtuosos y tramas perversas. Ed. CENGAGE Learning. Buenos Aires.

ETKIN, J. (2007) Capital social y valores en la organización sustentable. Ed. Granica. Buenos Aires.

KLIKSBERG, B. (2013) Ética para empresarios. Por qué las empresas y los países ganan con la Responsabilidad Social Empresarial. Ediciones Ética y Economía S.A. Buenos Aires.

NAVARRO GARCÍA, F. Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. Editorial ESIC. Madrid, España, 2012.

SCHUSCHNY, A. (2007) La red y el futuro de las organizaciones. Más conectados... ¿Más integra-dos? Ed. Kier. Argentina.

TORRES PERNALETE, G. y TRÀPAGA, M. (2010) Responsabilidad social de la Universidad. Retos y perspectivas. Ed. Paidós. Argentina.

VILLANOVA, S. (1994) Empresarios verdes para un planeta azul. La estrategia ambiental del siglo XXI. Ed. BLUME. Barcelona.

YUNUS, M. (2012) Empresas para todos. Hacia un nuevo modelo de capitalismo que atienda las necesidades más urgentes de la humanidad. Grupo Editorial Norma.

Páginas web

"Bernardo Kliksberg dividió a los empresarios en tres clases" Entrevista a Bernardo Kliksberg para On 24. <http://www.on24.com.ar/archivo/55277>. Página visitada en diciembre 2012

FUENTES

Los cuadros y gráficos son de elaboración propia, a partir de encuestas realizada en los meses de julio y agosto de 2013.

BIBLIOGRAFIA NO CITADA

ALCOBERRO R. (Coordinador) (2007) *Ética, Economía y Empresa. La dimensión moral de la Economía*. Editorial Gedisa S.A. España.

ALENE. Asociación Latinoamericana de Ética, Negocios y Economía. (2002) La Ética. En la gestión pública y privada: fortalezas y debilidades. Temas Grupo editorial SRL: Buenos Aires.

AZUGNA B. – *Diferenciarse con la Creación de Valor Social y Medioambiental*. En: ASCHER M. y otros (2011) – *Marketing: nuevos caminos*. 1ª edición. Gárgola Ediciones, Buenos Aires.

BAUMAN, Z. (2010) Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global. Ed. Paidós. Buenos Aires

BAZERMAN, M. H y TRENBRUNSEL, A.E. (2012) Puntos ciegos. ¿Por qué ejecutivos, polí-



ticos, aristócratas, deportistas y tantos otros son incapaces de actuar conforme a sus propios valores y estándares éticos? Ed. Empresa Activa. España.

BERNARDI, A. (2004) La organización armónica. Claves para un liderazgo eficaz. Nueva Librería S.R.L. Argentina.

BONOLLI CIPOLLETTI, H.; MÉNDEZ RUEDA, J.C.; BONOLI GRAZIANI, F. (2005) *Test de aperccepción de valores TAV. Fenomenología de la conciencia: valores y disvalores*. 1º ed. Biblos. Buenos Aires,

CARRERAS C. (2003) Aprender a formar. Educación y procesos formativos. Ed. Paidós. Barcelona.

CASTRO SOLANO, A. (compilador) (2010) *Fundamentos de Psicología Positiva*. 1ª edición. Ed. Paidós, Buenos Aires.

COOPERRIDER, D. & SRIVATSA, S (2007) "Indagación valorativa en la vida organizacional". Publicación IIATA N° 1 Rosario.

DAVIS, K. & NEWSATROM, J. W. (2003) "Comportamiento humano en el trabajo" Ed. Mc Graw Hill. México

DE BONO, E. (2004) Las seis medallas del valor. Editoria Empresa activa. Barcelona.

GILLI, J. J. (2011) Ética y empresa. Valores y responsabilidad social en la gestión. Ed. Granica. Buenos Aires.

KLIKSBERG, B. (2004) Más Ética, más desarrollo. Ed. Temas. Buenos Aires.

KOFMAN, F. (2008) La empresa consciente. Cómo construir valor a través de valores. Editorial Aguilar. Argentina..

MELAMED, A. (2010) *Empresas + humanas*. Ed. Planeta Buenos Aires. 2010.

PÉREZ VAN MORLEGAN, L. y AYALA, J. C. (2011) – *El Comportamiento de las Personas en las Organizaciones*. 1ª edición. Ed. Prentice Hall – Pearson Education, Buenos Aires.

ROFMAN, A. Compiladora (2006). Universidad y Desarrollo Local. Aprendizajes y desafíos. Ed. Prometeo. Buenos Aires.



ANEXO I

Cuestionario utilizado en la encuesta a profesores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

I.I.A.T.A.

Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración

El presente cuestionario forma parte del Proyecto de Investigación: '**Los Valores en la Formación Universitaria. El Rol de la Universidad en la Formación de Profesionales Socialmente Responsables**'.

Este proyecto se propone abordar la problemática de la Responsabilidad Social Empresaria desde dos enfoques articulados:

- Los valores a incorporar en su formación para la constitución de profesionales socialmente responsables.
- La responsabilidad social de la Universidad en la transmisión de esos valores.

Se agradece enormemente su colaboración, indispensable para la realización de este estudio.

La encuesta es ANÓNIMA. Su nombre y datos de contacto no figurarán en parte alguna del informe ni serán considerados en el procesamiento de los datos.

Para cada pregunta, coloque una X en el espacio sombreado correspondiente, junto a la opción de respuesta escogida.

Evite dejar preguntas sin responder. Si tiene dudas, elija la opción más aproximada.

Al terminar el cuestionario, guarde los cambios realizados y envíe el archivo al remitente.

Sexo	1	☐	Masculino	2	☐	Femenino
Carreras en las que dicta clases	1	☐	Ciclo Básico	3	☐	Lic. Administración
	2	☐	Contador Público	4	☐	Lic. Economía



1. ¿Qué **importancia** le da **usted** al hecho que una empresa sea socialmente responsable?

	1	2	3	4	5	
Nada importante						Muy importante

2. ¿Qué **importancia** cree usted que se le da en **las carreras** de Ciencias Económicas a la Responsabilidad Social Empresaria?

	1	2	3	4	5	
Nada importante						Muy importante

3. ¿Qué **importancia** cree usted que le da **la sociedad** al hecho que una empresa sea socialmente responsable?

	1	2	3	4	5	
Nada importante						Muy importante

4. ¿En qué medida considera a la Universidad **responsable** en la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables?

	1	2	3	4	5	
Nada responsable						Muy responsable

5. ¿Cómo evalúa el **desempeño actual** de su Universidad en la transmisión de valores y la formación de profesionales socialmente responsables?

	1	2	3	4	5	
Pésimo						Excelente

6. Indique en qué medida cree usted que se **transmiten o refuerzan** en las carreras de Ciencias Económicas cada uno de los siguientes **valores**.

Utilice una escala de 1 a 5, donde 1 significa 'No se transmite/refuerza en absoluto' y 5 'Se transmite/refuerza por completo'.

- a. Libertad
- b. Igualdad
- c. Equidad – Justicia
- d. Afecto
- e. Integridad
- f. Solidaridad – Cooperación

	1	2	3	4	5

1 2 3 4 5



- g. Lealtad – Pertenencia
- h. Innovación
- i. Tolerancia
- j. Prestigio – Estatus
- k. Flexibilidad
- l. Seguridad

- m. Tradición
- n. Conocimiento – Sabiduría
- o. Eficiencia – Excelencia
- p. Estética
- q. Honestidad - Transparencia
- r. Responsabilidad - Compromiso

1	2	3	4	5

7. Pensando en el **ejercicio de la profesión**, ¿cuáles cree usted son los cinco **valores más importantes** para un profesional en Ciencias Económicas?

Marque hasta 5 opciones.

- | | | | | | |
|---|--------------------------|---------------------------|----|--------------------------|------------------------------|
| 1 | ☐ | Libertad | 10 | ☐ | Prestigio - Estatus |
| 2 | ☐ | Igualdad | 11 | ☐ | Flexibilidad |
| 3 | ☐ | Equidad – Justicia | 12 | ☐ | Seguridad |
| 4 | ☐ | Afecto | 13 | ☐ | Tradición |
| 5 | ☐ | Integridad | 14 | ☐ | Conocimiento - Sabiduría |
| 6 | ☐ | Solidaridad – Cooperación | 15 | ☐ | Eficiencia - Excelencia |
| 7 | ☐ | Lealtad – Pertenencia | 16 | ☐ | Estética |
| 8 | ☐ | Innovación | 17 | ☐ | Honestidad - Transparencia |
| 9 | ☐ | Tolerancia | 18 | ☐ | Responsabilidad - Compromiso |

8. Agregue, si lo desea, algún **comentario**.

--



ANEXO II

GUÍA DE ENTREVISTA A DOCENTES

- En términos generales, ¿qué importancia le da usted a la Responsabilidad Social Empresaria? ¿Por qué?
¿Qué rol juega para usted la responsabilidad social de los profesionales en Ciencias Económicas en la difusión y ejercicio de la RSE?
- ¿Qué importancia se da al concepto de Responsabilidad Social Empresaria en la formación de profesionales en Ciencias Económicas?
En su materia en particular, ¿es tratado como contenido específico o solo tangencialmente?
¿Cómo es presentado (como 'tendencia', como 'estrategia', como 'cuestión ético-moral', como 'herramienta de marketing'...)?
- ¿Hasta qué punto es la Universidad responsable por la conciencia social de los profesionales en ella formados? ¿Por qué motivos?
¿Sobre quiénes recae específicamente la responsabilidad por la transmisión de valores?
¿En qué medida considera usted que puede la formación universitaria incidir en los valores de sujetos adultos que llegan a la misma con un sistema de valores ya conformado? ¿Cómo?
- ¿Considera que hay un núcleo de valores fundamentales que debieran transmitirse o reforzarse desde la Universidad? ¿Cuáles son estos valores?
¿En qué medida evalúa que logran transferirse efectivamente?
- En su práctica docente, ¿cree que transmite o refuerza valores? ¿Es algo intencional y planificado?
¿Cuáles son las estrategias utilizadas para la transmisión de valores?
¿Cómo evalúa los resultados obtenidos?



ANEXO III

GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTIVOS

- En términos generales, ¿qué importancia le da usted a la Responsabilidad Social Empresaria? ¿Por qué?
¿Qué rol juega para usted la responsabilidad social de los profesionales en Ciencias Económicas en la difusión y ejercicio de la RSE?
- ¿Qué importancia se da al concepto de Responsabilidad Social Empresaria en la formación de profesionales en Ciencias Económicas?
¿Qué lugar ocupa en el plan de la carrera que usted dirige?
¿Es tratado como contenido específico, propio de materias puntuales, o como un aspecto que atraviesa todos los contenidos de la carrera?
- ¿Hasta qué punto es la Universidad responsable por la conciencia social de los profesionales en ella formados? ¿Por qué motivos?
¿Sobre quiénes recae específicamente la responsabilidad por la transmisión de valores?
¿En qué medida considera usted que puede la formación universitaria incidir en los valores de sujetos adultos que llegan a la misma con un sistema de valores ya conformado? ¿Cómo?
- ¿Considera que hay un núcleo de valores fundamentales que debieran transmitirse o reforzarse desde la Universidad? ¿Cuáles son estos valores?
¿En qué medida evalúa que logran transferirse efectivamente?
- ¿Considera que los docentes a su cargo transmiten o refuerzan valores? ¿Es algo intencional y planificado?
¿Cuáles son las estrategias utilizadas para la transmisión de valores?
¿Cómo evalúa los resultados obtenidos?



ANEXO IV

Datos acerca de los encuestados y su percepción acerca de la RSE

Sexo de los encuestados		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	45	47,9
	Femenino	49	52,1
	Total	94	100,0

Estadísticos

Importancia que da el encuestado a la RSE

N	Válidos	94
	Perdidos	0
Media		4,47
Mediana		5,00
Moda		5
Desv. típ.		,813
Varianza		,660
Mínimo		1
Máximo		5

Importancia que da el encuestado a la RSE		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	1	1,1
	2	2	2,1
	3	7	7,4
	4	26	27,7
	5	58	61,7
	Total	94	100,0



Estadísticos

	Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores	Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores
N Válidos	94	94
Perdidos	0	0
Media	4,35	3,04
Mediana	5,00	3,00
Moda	5	3
Desv. típ.	,799	,841
Varianza	,639	,708
Mínimo	2	1
Máximo	5	5

Medida en que considera a la Universidad responsable en la transmisión de valores	Frecuencia	Porcentaje
2	2	2,1
3	13	13,8
4	29	30,9
5	50	53,2
Total	94	100,0

Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores	Frecuencia	Porcentaje
Válidos 1	3	3,2
2	18	19,1
3	49	52,1
4	20	21,3
5	4	4,3
Total	94	100,0



ANEXO V

Percepción de la medida en que se transmiten o refuerzan los valores en la carrera.

Estadísticos

	Libertad	Igualdad	Equidad- Justicia	Afecto	Integridad	Solidaridad- Cooperación
N Válidos	94	94	94	94	94	94
Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media	3,64	3,53	3,29	2,52	3,21	3,05
Mediana	4,00	4,00	3,00	2,00	3,00	3,00
Moda	4	3	3	2	3	3
Desv. típ.	1,035	1,002	1,064	,970	1,066	1,009
Varianza	1,072	1,004	1,132	,940	1,137	1,019
Mínimo	1	1	1	1	1	1
Máximo	5	5	5	5	5	5

Libertad	Frecuencia	Porcentaje
Válidos 1	2	2,1
2	11	11,7
3	28	29,8
4	31	33,0
5	22	23,4
Total	94	100,0

Informe

Libertad

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,62	45	,984	4,00
Femenino	3,65	49	1,091	4,00
Total	3,64	94	1,035	4,00



Igualdad		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	3	3,2
	2	9	9,6
	3	34	36,2
	4	31	33,0
	5	17	18,1
	Total	94	100,0

Informe

Igualdad

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,42	45	,988	4,00
Femenino	3,63	49	1,014	4,00
Total	3,53	94	1,002	4,00

Equidad-Justicia		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	5	5,3
	2	14	14,9
	3	38	40,4
	4	23	24,5
	5	14	14,9
	Total	94	100,0

Informe

Equidad-Justicia

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,31	45	1,019	3,00
Femenino	3,27	49	1,114	3,00
Total	3,29	94	1,064	3,00



Afecto		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	11	11,7
	2	41	43,6
	3	27	28,7
	4	12	12,8
	5	3	3,2
	Total	94	100,0

Informe

Afecto

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,51	45	1,014	2,00
Femenino	2,53	49	,938	2,00
Total	2,52	94	,970	2,00

Integridad		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	4	4,3
	2	20	21,3
	3	35	37,2
	4	22	23,4
	5	13	13,8
	Total	94	100,0

Informe

Integridad

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,33	45	1,087	3,00
Femenino	3,10	49	1,046	3,00
Total	3,21	94	1,066	3,00



Solidaridad-Cooperación		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	6	6,4
	2	20	21,3
	3	38	40,4
	4	23	24,5
	5	7	7,4
	Total	94	100,0

Informe

Solidaridad-Cooperación

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,96	45	1,043	3,00
Femenino	3,14	49	,979	3,00
Total	3,05	94	1,009	3,00

Estadísticos

		Lealtad-Pertenencia	Innovación	Tolerancia	Prestigio-Estatus	Flexibilidad	Seguridad
N	Válidos	94	94	94	94	93	93
	Perdidos	0	0	0	0	1	1
	Media	3,07	3,16	3,00	3,45	3,19	3,16
	Mediana	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00
	Moda	3	3	3	4	3	3
	Desv. típ.	,964	1,009	,995	,969	1,003	,936
	Varianza	,930	1,017	,989	,938	1,006	,876
	Mínimo	1	1	1	1	1	1
	Máximo	5	5	5	5	5	5



Lealtad-Pertenencia		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	3	3,2
	2	23	24,5
	3	40	42,6
	4	20	21,3
	5	8	8,5
	Total	94	100,0

Informe

Lealtad-Pertenencia

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,96	45	,928	3,00
Femenino	3,18	49	,993	3,00
Total	3,07	94	,964	3,00

Innovación		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	5	5,3
	2	17	18,1
	3	39	41,5
	4	24	25,5
	5	9	9,6
	Total	94	100,0

Informe

Innovación

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,11	45	1,005	3,00
Femenino	3,20	49	1,020	3,00
Total	3,16	94	1,009	3,00



Tolerancia		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	6	6,4
	2	22	23,4
	3	38	40,4
	4	22	23,4
	5	6	6,4
	Total	94	100,0

Informe

Tolerancia

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,96	45	1,021	3,00
Femenino	3,04	49	,978	3,00
Total	3,00	94	,995	3,00

Prestigio-Estatus		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	5	5,3
	2	7	7,4
	3	33	35,1
	4	39	41,5
	5	10	10,6
	Total	94	100,0

Informe

Prestigio-Estatus

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,47	45	1,057	4,00
Femenino	3,43	49	,890	3,00
Total	3,45	94	,969	4,00



Flexibilidad	Frecuencia	Porcentaje
1	6	6,4
2	14	14,9
3	36	38,3
4	30	31,9
5	7	7,4
NC	1	1,1
Total	94	100,0

Informe

Flexibilidad

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,09	45	,973	3,00
Femenino	3,29	48	1,031	3,00
Total	3,19	93	1,003	3,00

Seguridad	Frecuencia	Porcentaje
1	4	4,3
2	14	14,9
3	46	48,9
4	21	22,3
5	8	8,5
NC	1	1,1
Total	94	100,0

Informe

Seguridad

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,00	45	,929	3,00
Femenino	3,31	48	,926	3,00
Total	3,16	93	,936	3,00



Estadísticos

		Tradición	Conocimiento-Sabiduría	Eficiencia-Excelencia	Estética	Honestidad-Transparencia	Responsabilidad-Compromiso
N	Válidos	93	94	93	94	94	94
	Perdidos	1	0	1	0	0	0
Media		3,22	3,72	3,61	2,69	3,46	3,45
Mediana		3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00
Moda		3	4	4	3	3	4
Desv. típ.		,942	,988	,967	1,048	,969	1,074
Varianza		,888	,976	,935	1,097	,939	1,153
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5

Tradición	Frecuencia	Porcentaje
1	5	5,3
2	12	12,8
3	40	42,6
4	30	31,9
5	6	6,4
NC	1	1,1
Total	94	100,0

Informe

Tradición

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,16	45	,952	3,00
Femenino	3,27	48	,939	3,00
Total	3,22	93	,942	3,00



Conocimiento-Sabiduría		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	2	2,1
	2	8	8,5
	3	26	27,7
	4	36	38,3
	5	22	23,4
	Total	94	100,0

Informe

Conocimiento-Sabiduría

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,53	45	,968	4,00
Femenino	3,90	49	,984	4,00
Total	3,72	94	,988	4,00

Eficiencia-Excelencia		Frecuencia	Porcentaje
	1	2	2,1
	2	9	9,6
	3	29	30,9
	4	36	38,3
	5	17	18,1
	NC	1	1,1
Total		94	100,0

Informe

Eficiencia-Excelencia

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,56	45	,918	4,00
Femenino	3,67	48	1,018	4,00
Total	3,61	93	,967	4,00



Estética		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	14	14,9
	2	23	24,5
	3	40	42,6
	4	12	12,8
	5	5	5,3
	Total	94	100,0

Informe

Estética

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	2,60	45	1,095	3,00
Femenino	2,78	49	1,006	3,00
Total	2,69	94	1,048	3,00

Honestidad-Transparencia		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	2	2,1
	2	11	11,7
	3	38	40,4
	4	28	29,8
	5	15	16,0
	Total	94	100,0

Informe

Honestidad-Transparencia

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,47	45	,991	3,00
Femenino	3,45	49	,959	3,00
Total	3,46	94	,969	3,00



Responsabilidad-Compromiso		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1	5	5,3
	2	12	12,8
	3	28	29,8
	4	34	36,2
	5	15	16,0
	Total	94	100,0

Informe

Responsabilidad-Compromiso

Sexo	Media	N	Desv. típ.	Mediana
Masculino	3,36	45	,981	4,00
Femenino	3,53	49	1,157	4,00
Total	3,45	94	1,074	4,00