

Facultad de Ciencias Económicas y Estadística (UNR)

Escuela de Administración

**INSTITUTO DE INVESTIGACION Y ASISTENCIA TECNOLÓGICA
EN ADMINISTRACIÓN**

INFORMES DE INVESTIGACIÓN

Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística: Lic. Adriana Racca

Director de la Escuela de Administración: Mag. Christian Gentili

Directora del Instituto de Investigación y Asistencia Tecnológica en Administración:
CP Adriana C. Amigo

Directora de la Revista: CP Adriana C. Amigo

ISSN 2525-1023

*Publicación del
Instituto de Investigación y Asistencia Tecnológica en Administración.
Escuela de Administración
Facultad de Ciencias Económicas y Estadística
Universidad Nacional d Rosario
Bv. Oroño 1261 – 2000 Rosario- Argentina
Tel-Fax 0341-4802792 al 97. Interno:
e-mail: ijata@fcecon.unr.edu.ar*

OCTUBRE 2016

SUMARIO

COMO GENERAR UNA IMAGEN DE MARCA POSITIVA DESDE LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO.	9
<i>Amigo, Adriana; Blanqué, Silvina; Latorre, Gabriela; Yanda, Mabel.</i>	
LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD.	17
<i>Amigo, Adriana; Bondar, Carlos; Arcieri, Hernán.</i>	
EL IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN LOS RECURSOS HUMANOS.	33
<i>Amigo, Adriana; Millán, Antonio.</i>	
BASES INTERNAS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES. IMPACTO DEL ÁREA COMERCIAL EN DICHAS BASES, EN PYMES DE LAS CIUDADES DE ROSARIO, RESISTENCIA Y CORRIENTES.	45
<i>Amigo, Adriana; Odriozola, Guillermo; Arcieri, Hernán; Latorre, María Gabriela.</i>	
IMAGEN DE MARCA: SU IMPACTO EN LOS SIMBOLISMOS DEL FETICHE.	69
<i>Amigo, Adriana.</i>	
ANALISIS, DESDE LOS DISTINTOS ACTORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA, DEL ROL DE LA UNIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES SOCIALMENTE RESPONSABLES.	91-104
<i>Arriaga, María Cristina; Oviedo, Raúl; Racca, Adriana; Camandona, María Rosa; Labastíe, Carla.</i>	
AJUSTE ENTRE CULTURA Y GESTIÓN ORGANIZACIONAL. EL CASO DE UNA MUTUAL EXITOSA.	105
<i>Kobila, María Teresa; Morbelli, Claudia; Parolín, Marisa; Chiaramoni, Natalia.</i>	
GÉNESIS E IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. EL CASO KRETZ S.A.	127
<i>Ledesma, Alicia; Cavallo, Marcela.</i>	
ANTECEDENTES Y PROPUESTA DE ANÁLISIS INTELIGENTE DE INFORMES FINANCIEROS.	151
<i>Marchese, Alicia; Díaz, Daniel; Campanaro, Rosa; Díaz Toledo, Selva; Rivero, Juliana; Carrizo, Facundo; Ferraro, Ariel.</i>	

CAMBIO CULTURAL Y APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL EN
EMPRESAS RECUPERADAS ROSARINAS. 155

*Rodríguez Garay, Rubén; Kobila, María Teresa; Morbelli, Claudia; Parolín, Marisa;
Chiaramoni, Natalia.*

LA FUERZA DEL LIDERAZGO EN UNA EMPRESA RECUPERADA. 181

*Rodríguez Garay, Rubén; Parolín, Marisa; Kobila, María Teresa; Morbelli, Claudia;
Chiaramoni, Natalia; Ruiz, Florencia; Zavanella, Gino*

ANÁLISIS, DESDE LOS DISTINTOS ACTORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA, DEL ROL DE LA UNIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES SOCIALMENTE RESPONSABLES

Arriaga, María Cristina
Oviedo, Raúl Ricardo
Racca, Adriana
Camandona, María Rosa
Labastié, Carla

1. INTRODUCCIÓN.

Este trabajo se encuadra en un proyecto de investigación acerca del rol de la Universidad en la formación de profesionales socialmente responsables.

Partimos de la definición de Torres Pernalet y Trápaga Ortega (2010)¹, para quienes la responsabilidad social de la universidad (RSU) pasa por entregar a la sociedad ciudadanos con capacidades para resolver eficaz y eficientemente los problemas de la misma, dentro del total respeto por los derechos y los valores humanos.

Se considera que los profesionales en Ciencias Económicas son los más íntimamente ligados a la problemática de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Desde su posición en distintos niveles gerenciales, como asesores externos en todo tipo de organizaciones y aún desde cargos sin jerarquía podrán sembrar la semilla de la acción socialmente responsable.

La problemática de la RSE se aborda desde dos enfoques articulados:

- Los valores a incorporar en la formación para lograr profesionales socialmente responsables
- La Responsabilidad Social de la Universidad (RSU) en la transmisión de esos valores.

En este trabajo, el análisis se hace desde los diferentes actores: alumnos, profesores y jóvenes graduados.

¹ TORRES PERNALETE, Mariela y TRÁPAGA ORTEGA, Miriam (2010) *Responsabilidad Social de la Universidad. Retos y Perspectivas*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

2. MARCO TEÓRICO

Con la globalización, se incrementaron las diferencias entre países y entre personas. También crecieron la pobreza, la miseria, la violencia y la exclusión.

Para Chiara Lubich “No es una novedad afirmar que toda concepción de la gestión económica es el resultado de una determinada cultura y de una cierta visión del mundo”².

Para conciliar la Ética con la Economía es necesario salir de la racionalidad absoluta. Pero la racionalidad de las relaciones humanas tampoco es suficiente.

“Es preciso que las empresas no solo consideren su capital financiero y humano, sino el “capital social”, que se traduce a través del conjunto de normas, reglas y valores éticos, sociales (incluso los políticos) y de conducta, para poder relacionarse con los otros sujetos, y entre grupos de sujetos, una vez que la responsabilidad social organizacional alcanza a todos los actores sociales, internos y externos”³.

Para Torres Pernalet y Trápaga Ortega a fines del siglo pasado, las organizaciones empiezan a insistir en la necesidad de promover prácticas adecuadas, orientadas a los diversos ámbitos (social, laboral, medioambiental) y consideran también los impactos que la actividad genera en la propia organización y sus miembros, los grupos de interés y la ciudadanía en su conjunto⁴.

2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Van Morlegan y Ayala⁵ presentan una serie de definiciones de RSE dadas por distintas organizaciones:

- “La responsabilidad social empresarial constituye el compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, con la participación de sus grupos de interés, a fin de mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto”. Grupo RSE Ceads (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)
- “Se refiere a la forma de conducir los negocios de la empresa y a la relación con sus grupos de interés. Es la capacidad de acrecentar relaciones de calidad con todos los

² Discurso de Clara Lubich pronunciado el 31 de mayo de 1999 en el Congreso realizado en Estrasburgo por el Consejo de Europa a raíz del 50º Aniversario de su fundación con el título: “Sociedad de mercado, democracia, ciudadanía y solidaridad ¿un espacio para el debate?”

³ “El papel de la Responsabilidad Social Empresaria en el acercamiento entre la Ética y Economía”
<http://web.econ.uba.ar/WAppFCE01/SendImageJPA01?Function=getFilexPOID&filePOID=3727>

⁴ Op.. Cit 1 Pág. 77

⁵ PÉREZ VAN MORLEGAN, L. – AYALA, J. C. – “*El Comportamiento de las Personas en las Organizaciones*”. Ed. Prentice Hall – Pearson Education, Buenos Aires, 2011. Pág. 68

públicos de interés que posee la empresa como organización social”. IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria).

- “Es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”. ETHOS.

Schvarstein dice que: “Una organización es socialmente responsable cuando instituye un conjunto de prácticas obligatorias y voluntarias orientadas a promover la satisfacción de las necesidades sociales de sus integrantes y las de los miembros de su comunidad. (...) Una organización de estas características cumple con la normativa vigente porque está convencida de su valor y legitimidad y es precisamente en virtud de tal convencimiento que opera más allá de la norma⁶.

Para Hans Burchart “Solo todos juntos podemos “administrar” nuestra sociedad y conducirla hacia un futuro sostenible, hacia una cultura de paz, de equilibrio y de felicidad”⁷.

2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

En cuanto a la Universidad, Torres Pernalet y Trápaga Ortega plantean que no solamente debe formar un profesional de alto nivel, sino que debe formar un ciudadano éticamente responsable. Para ello es necesaria la inclusión de políticas educativas que posibiliten el desarrollo de las capacidades humanas de todos los sujetos involucrados en el acto de construcción del conocimiento con pertinencia social. Se necesita una pedagogía crítica que dé prioridad al compromiso de la institución con la comunidad y al disfrute en la formación de cualquier ser humano, que fomente una ética del género humano tal como la plantea Morin, quien considera al individuo, a la sociedad y a la especie⁸.

⁶ SCHVARSTEIN, L. – “*La Inteligencia Social de las Organizaciones.*” 1ª edición. Ed. Paidós, Buenos Aires, 2006. Pág. 51

⁷ BURCHART H. “Desarrollo sostenible y management: elementos para un nuevo paradigma de gestión”. En “Humanizar la Economía” Comp. L. Bruni. Ed. Ciudad Nueva. Buenos Aires 2006. Pág.94

⁸ Op. Cit. 1

2.3 VALORES

Las acciones humanas se basan en valoraciones.

Para De Bono los valores son muy importantes, están en todas las áreas del pensamiento y de la conducta, percepciones, lógica y emociones, pero no les prestamos la suficiente atención. “Cuando todo se convierte en un producto de consumo lo que importa es la habilidad para diseñar y proporcionar un valor. Para eso se requiere pensamiento y diseño creativo”⁹.

Para Bernardo Kliksberg, “se asigna a los valores de una cultura un peso decisivo en el desarrollo. Se ha trabajado largamente al respecto en años recientes, sobre el tipo de valores que han ayudado a países que han obtenido crecimiento sostenido y logros sociales significativos”¹⁰.

3. OBJETIVOS

- 1) Comparar el nivel de responsabilidad atribuido por los distintos actores a la Universidad en la formación de profesionales socialmente responsables y la evaluación que hacen del desempeño actual de la misma.
- 2) Identificar y jerarquizar los valores presentes en los distintos actores reconociendo coincidencias y diferencias.

4. METODOLOGÍA

Es un estudio confirmatorio y comparativo entre los distintos actores. La información se obtuvo a través de encuestas realizadas a los distintos actores. Los cuestionarios utilizados fueron autoadministrados y estaban compuestos principalmente por preguntas cerradas de opción múltiple, con predominio de escalas de valoración. También se realizaron entrevistas en profundidad a profesores. Se aplicaron test de diferencia de medias para las variables medidas en una escala numérica, a fin de determinar si había diferencia estadísticamente significativa entre las respuestas de alumnos, profesores y jóvenes graduados.

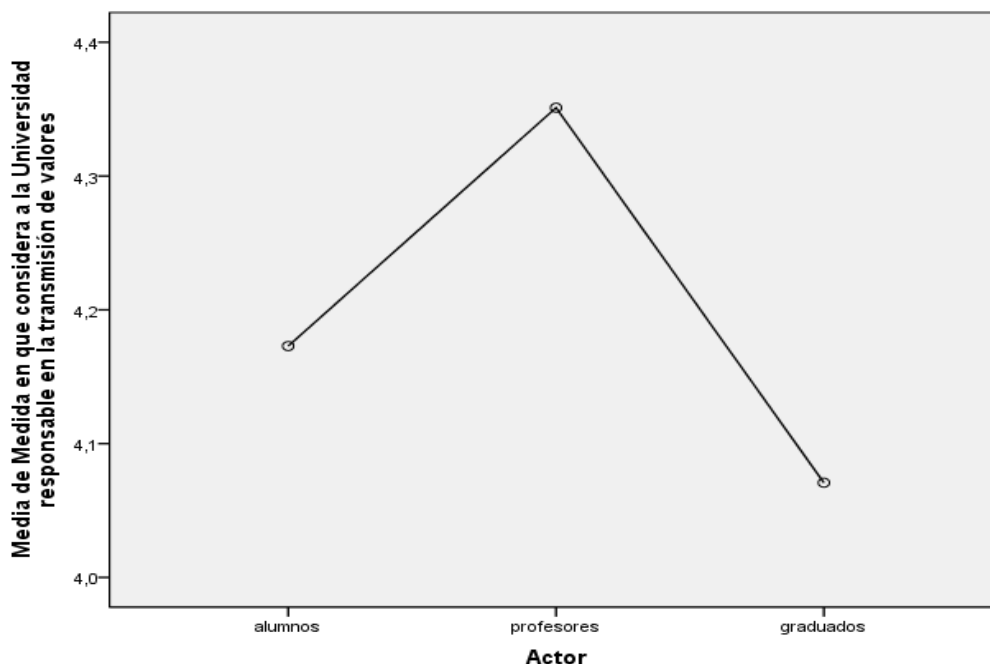
⁹ DE BONO, E. “Las seis medallas del valor. Ed. Empresa Activa. Barcelona. 2004 Pág. 17

¹⁰ KLIKSBERG, B. “Más Ética, más desarrollo”. Ed. Temas Buenos Aires 2004. Pág. 60

5. RESULTADOS

Los distintos actores coinciden en cuanto a que consideran a la Universidad responsable en la transmisión de valores. En una escala de 1 a 5, el promedio de todos está por encima de 4. Sin embargo hay diferencias significativas entre algunos de ellos.

Gráfico1: Promedio de la medida en que los actores consideran a la Universidad responsable en la transmisión de valores



Se aplica el estadístico de Levene y se ve que hay homogeneidad de variancias.

Cuadro 1. Prueba de homogeneidad de varianzas

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

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
2,068	2	867	,127

El cuadro ANOVA muestra que hay diferencias significativas al nivel de 0,05 en las respuestas.

Cuadro 2. ANOVA

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

	Suma de cuadrados	GI	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,064	2	3,032	3,987	,019
Intra-grupos	659,297	867	,760		
Total	665,361	869			

Al aplicar Tukey se ve que solamente difieren significativamente al nivel de 0,05 los profesores y los graduados. Los alumnos, al estar en una posición intermedia, no muestran diferencias significativas respecto de los graduados ni de los profesores.

Cuadro 3. Comparaciones múltiples

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

HSD de Tukey

(I) Actor	(J) Actor	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Alumnos	profesores	-,178	,099	,170	-,41	,05
	graduados	,102	,063	,242	-,05	,25
Profesores	Alumnos	,178	,099	,170	-,05	,41
	graduados	,280*	,102	,017	,04	,52
Graduados	Alumnos	-,102	,063	,242	-,25	,05
	profesores	-,280*	,102	,017	-,52	-,04

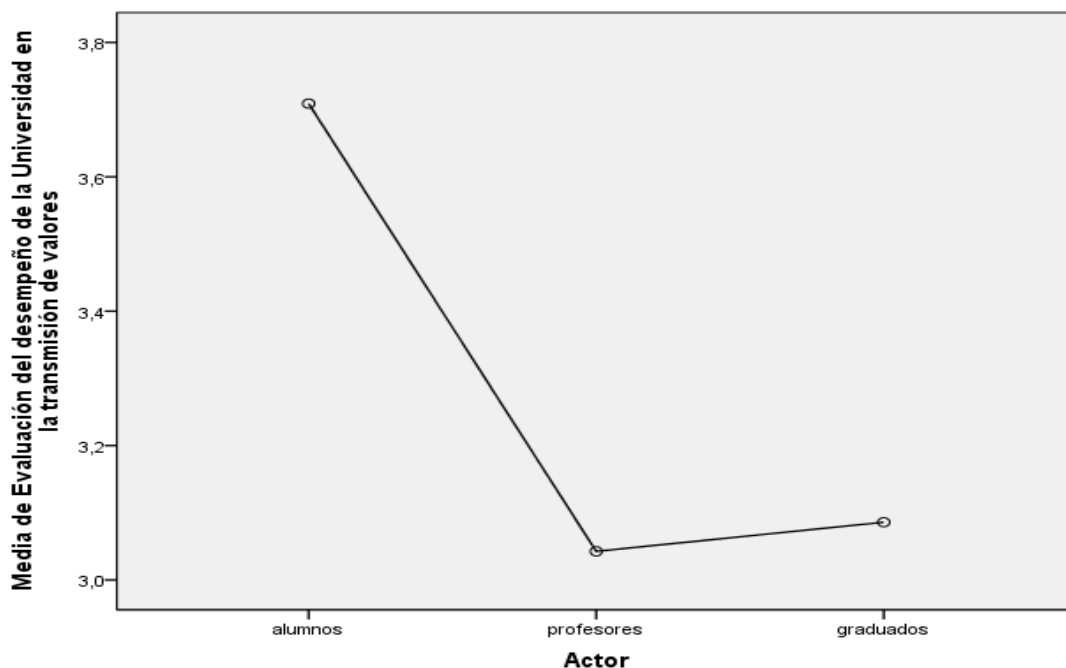
*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

Hay una brecha considerable con respecto al desempeño real de la Universidad, fundamentalmente desde la perspectiva de profesores y graduados.

En el trabajo realizado se vio que a medida que avanzaban en la carrera bajaban su puntuación respecto al desempeño de la Universidad en la transmisión de valores.

El puntaje otorgado por todos está por debajo de 4, y en el caso de los profesores y graduados está levemente por encima de 3.

Gráfico2: Promedio de la evaluación que hacen los actores acerca del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores



El estadístico de Levene nos muestra que hay homogeneidad de variancias. Por eso se aplica test de Tukey.

Cuadro 4. Comparaciones múltiples

Evaluación del desempeño de la Universidad en la transmisión de valores. HSD de Tukey

(I) Actor	(J) Actor	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Alumnos	profesores	,666*	,101	,000	,43	,90
	graduados	,623*	,065	,000	,47	,77
Profesores	alumnos	-,666*	,101	,000	-,90	-,43
	graduados	-,043	,104	,909	-,29	,20
Graduados	alumnos	-,623*	,065	,000	-,77	-,47
	profesores	,043	,104	,909	-,20	,29

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

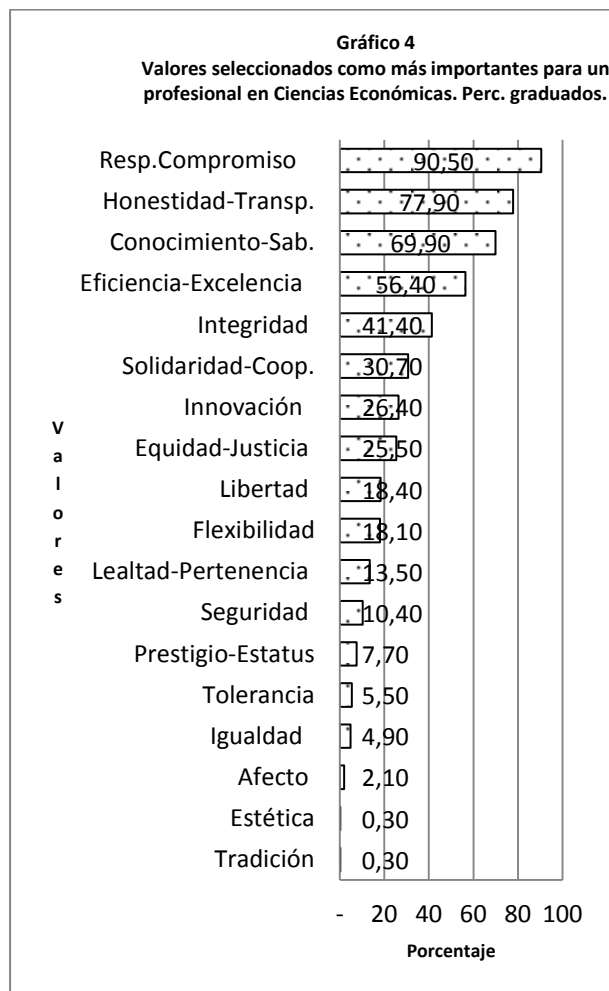
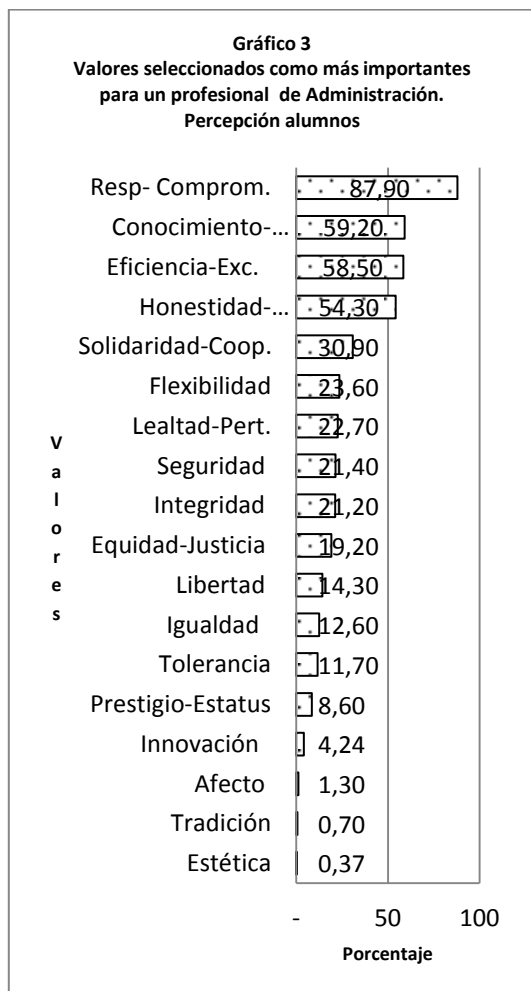
Se aprecia que la percepción de los alumnos difiere significativamente al nivel 0,05 de la percepción de los graduados y profesores, Entre estos últimos no hay diferencias significativas.

De las entrevistas en profundidad realizadas a los profesores se desprende que la RSE es algo que llegó para quedarse y es necesario que el tema se instale a lo largo de toda la currícula y no a través de cátedras aisladas o que el tema quede librado a la voluntad e iniciativa de algunos profesores. Los graduados se mostraron muy interesados en el tema y consideraron importante que el mismo se estuviese investigando en la facultad.

Con respecto a los valores se hicieron diferentes preguntas. Por un lado se pidió a los alumnos que definiesen el valor que para ellos era el más importante. Luego de Responsabilidad-Compromiso, seleccionado por el 24,6% y de Honestidad-Transparencia seleccionada por un 16,7%, siguen Libertad con un 16,5% e Igualdad con un 8,7%. Hubo un 4,2% de los alumnos que eligieron Afecto. Los menos elegidos son: Innovación (0,9%), Flexibilidad (0,9%), Prestigio-Estatus (0,7%), Tradición (0,4%) y Estética (sin mención alguna).

La Responsabilidad-Compromiso la definen como el cumplimiento de sus deberes y obligaciones de la mejor manera posible. Algunos aclaran que dicho cumplimiento los lleva a

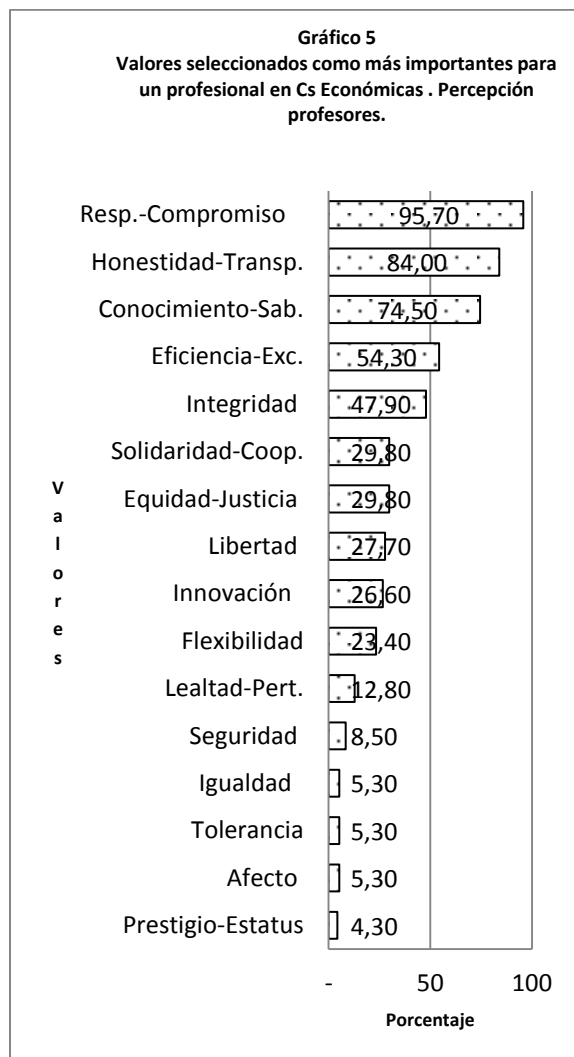
ser personas confiables. La Honestidad-Transparencia la definen como obrar de buena fe, ser sinceros y mostrarse tal cual son.



La mayoría define Libertad como poder expresarse libremente y decidir acerca de su vida. La Igualdad la definen como no discriminación y tener las mismas oportunidades.

Por otro lado, se les pidió que calificaran en una escala de 1 a 5, la medida en que los principales valores se transmiten o refuerzan. Se pudo observar que en general valores tales como Estética, Afecto y Tradición serían los valores menos transmitidos por la Universidad, estando entre 2 y 3 de valoración promedio.

Las respuestas acerca de los cinco valores considerados más importantes para un profesional en Ciencias Económicas, se observan en gráficos 3 a 5.



Hay un núcleo de valores clave – que incluye: Responsabilidad-Compromiso, Honestidad-Transparencia, Conocimiento-Sabiduría y Eficiencia-Excelencia – considerado por los distintos actores como más importante para un profesional en Ciencias Económicas.

6. CONCLUSIONES

Si bien los actores analizados coinciden en cuanto a que consideran a la Universidad responsable en la transmisión de valores, ya que en una escala de 1 a 5, el promedio de todos está por encima de 4- se puede afirmar que hay una diferencia estadísticamente significativa al nivel de 0,05 entre los profesores y los jóvenes graduados. Los profesores son los que más importancia le asignan (4,37 promedio), siguen los alumnos (promedio 4,17) y por último los jóvenes graduados (4,08 promedio)

En otro trabajo se pudo comprobar que los alumnos que recién ingresan tienen una percepción más optimista y la misma va disminuyendo a medida que avanzan en la carrera. Eso de alguna manera está refrendado por el menor promedio de los jóvenes graduados.

Hay una brecha considerable entre la importancia que se asigna a rol de la Universidad en la transmisión de valores, con respecto al desempeño real de la Universidad, fundamentalmente desde la perspectiva de profesores y graduados. En el trabajo realizado se vio que a medida que avanzaban en la carrera bajaban su puntuación respecto al desempeño de la Universidad en la transmisión de valores.

El puntaje otorgado por todos está por debajo de 4, y en el caso de los profesores y graduados está levemente por encima de 3.

De las entrevistas en profundidad realizadas a los profesores se desprende que la RSE es algo que llegó para quedarse y es necesario que el tema se instale a lo largo de toda la currícula y no a través de cátedras aisladas o que el tema quede librado a la voluntad e iniciativa de algunos profesores. Los graduados se mostraron muy interesados en el tema y consideraron importante que el mismo se estuviese investigando en la facultad.

Con respecto a los valores se hicieron diferentes preguntas. Por un lado se pidió a los alumnos que definiesen el valor que para ellos era el más importante, siendo el más elegido Responsabilidad-Compromiso, seguido por Honestidad-Transparencia.

En cuanto a los valores puntuales, se observa cierta coincidencia general entre los que priorizan en lo personal, los considerados más importantes para el ejercicio de la profesión y los mejor puntuados en cuanto a la transmisión que la Universidad realiza. Existe un núcleo de valores clave, que incluye: Responsabilidad-Compromiso, Honestidad-Transparencia, Conocimiento-Sabiduría y Eficiencia-Excelencia – considerado por los distintos actores como más importante para un profesional en Ciencias Económicas.

7. PROPUESTA

Consideramos que un cambio en los valores individuales contribuirá a un mayor desarrollo sustentable económico y social.

El proceso de clarificación debe partir del individuo y proyectarse a la comunidad. Debe hallar las respuestas adecuadas a una serie de interrogantes ancestrales en forma pormenorizada y a partir de allí organizar y dirigir su vida en función de sus propios parámetros, y de sus conocimientos adquiridos a través de la propia experimentación

Debe haber un mayor involucramiento de alumnos y profesores en resolver los problemas de la comunidad. Se propone que la Universidad incorpore nuevos contenidos curriculares que se den transversalmente a lo largo de la carrera. Los mismos deben orientar a los alumnos a la resolución de problemas en la complejidad de la sociedad actual. El tener una buena formación en cuanto a RSE en la formación universitaria hace que, cuando se gradúen, esta esté instalada en su trabajo diario y en su gestión.

Desde los Consejos también deben realizarse actividades que incentiven a la formación de un nuevo estilo económico en el que las organizaciones conjuguen el respeto de las reglas y valores de la empresa con el total respeto de los derechos y los valores humanos. A través del reforzamiento de la formación en valores tanto en la Universidad como en las Organizaciones Profesionales, se espera que se contribuya a mejorar los valores individuales de modo que cada profesional los proyecte luego en su comunidad contribuyendo al desarrollo sustentable de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

BURCHART, H. "Desarrollo sostenible y management: elementos para un nuevo paradigma de gestión". En "Humanizar la Economía" Comp. L Bruni. Ed. Ciudad Nueva. Buenos Aires 2006.

DE BONO, E. "Las seis medallas del valor. Ed. Empresa Activa. Barcelona. 2004

KLIKSBERG, B. "Más Ética, más desarrollo". Ed. Temas Buenos Aires 2004. 60

PÉREZ VAN MORLEGAN, L. – AYALA, J. C. – "*El Comportamiento de las Personas en las Organizaciones*". Ed. Prentice Hall – Pearson Education, Buenos Aires, 2011.

LUBICH, Clara. Discurso pronunciado el 31 de mayo de 1999 en el Congreso realizado en Estrasburgo por el Consejo de Europa a raíz del 50º Aniversario de su fundación con el título: "Sociedad de mercado, democracia, ciudadanía y solidaridad ¿un espacio para el debate?"

SCHVARSTEIN, L. – "*La Inteligencia Social de las Organizaciones.*" 1ª edición. Ed. Paidós, Buenos Aires, 2006. Pág. 51

TORRES PERNALETE, Mariela y TRÁPAGA ORTEGA, Miriam *Responsabilidad Social de la Universidad. Retos y Perspectivas.* Editorial Paidós. Buenos Aires. 2010

<http://web.econ.uba.ar/WAppFCE01/SendImageJPA01?Function=getFilexPOID&filePOID=3727>

“El papel de la Responsabilidad Social Empresaria en el acercamiento entre la Ética y Economía”