

La responsabilidad social en la enseñanza de los futuros administradores en la Argentina. ¿Qué y cómo se realiza en tres universidades nacionales?

He social responsibility in the teaching of the administrating futures in the Argentinian. ¿What and how he is carried out in three national universities?

Autores: Juan José Gilli

Diana Schulman

Noelia García

Institución: Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina

Correo electrónico: jjoseg@hotmail.com

Resumen

Este trabajo presenta los avances y las primeras conclusiones del trabajo de campo realizado en el marco del proyecto UBACyT «La enseñanza de la Responsabilidad Social en la formación de los futuros administradores» acreditado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires para el período 2013-2016. El objetivo de la investigación fue indagar acerca del grado de apropiación por parte de los alumnos de los conceptos de Responsabilidad Social impartidos en las materias específicas de la formación de los licenciados en administración, dictadas en las universidades nacionales de Buenos Aires, La Plata y Luján. Para cumplimentar el objetivo propuesto y como parte del trabajo de campo se implementó una encuesta a los alumnos que se encuentran cursando las últimas asignaturas de las carreras analizadas, a fin de detectar la apropiación del concepto de Responsabilidad Social, la bibliografía de referencia y las estrategias pedagógicas utilizadas para el tratamiento del tema.

Palabras clave: Responsabilidad social, Licenciatura en Administración, estrategias de enseñanza.

Abstract

This paper presents the progress and the first conclusions of the fieldwork carried out in the framework of the project "Teaching of Social Responsibility in the training of future professionals at the administration area (UBACyT 2013-2016)" certified by the Secretary of Science and Technology of the University of Buenos Aires (Argentina).

The project's main objective is to inquire about the assimilation degree of the Social Responsibility concept in specific subjects along the learning process of future graduates in administration in the national universities of Buenos Aires, La Plata and Lujan.

One of the hypotheses of this research is that the systematic incorporation of social responsibility issues during the teaching-learning process of these future professionals is not institutionalized. We present here the results of a survey of more than 200 students about to graduate from these three universities, regarding on the concept of Social Responsibility. Besides, we analyze the bibliography of reference, main teaching strategies used and the importance of being socially responsible in the professional exercise.

Keyword: Social responsibility, Administration, teaching strategies.

Introducción

La universidad es un espacio para la formación en valores. La educación superior debe contribuir al pensamiento crítico sobre los problemas éticos en el ejercicio de las distintas disciplinas; la tarea es compleja, y plantea distintas cuestiones relacionadas con el desarrollo del juicio ético en los adultos y la forma de lograrlo por medio de la enseñanza.

La percepción de la corrupción en las decisiones económicas tanto en el ámbito público como en el privado fija el foco de la responsabilidad en los dirigentes y, en igual medida, en la formación universitaria que han recibido. Si bien los temas de Ética y Responsabilidad Social se han convertido en el *desiderátum* de la discusión académica, dicha preocupación muchas veces no se ve reflejada en las conductas de los profesionales.

El tema de la ética y la responsabilidad social están instalados en la agenda de la discusión universitaria y, si bien se ha ampliado la tendencia a enseñar, estas temáticas la realidad muestra que estos intentos han sido insuficientes. Como ejemplo puede mencionarse la ineficacia que se ve reflejada en la crisis financiera mundial de los

últimos años que resulta, entre otras causas, como corolario de una secuencia de inconductas éticas en grandes empresas y de graves fallas en las políticas de regulación y control.

En este sentido, se hace necesario estimular la comprensión de los problemas sociales, la construcción de un fundamento teórico y el desarrollo de actitudes socialmente responsables. Y para ello entendemos que es preciso incluir la temática de la Responsabilidad Social en el currículo, disponer de estrategias pedagógicas apropiadas y contar con espacios integradores para el debate sobre las causas y las consecuencias de diferentes problemas sociales y el rol del futuro administrador frente a esa realidad.

La construcción del conocimiento no es sólo un proceso individual sino también uno cultural que se da en el marco de la pertenencia a un grupo social: el individuo construye el conocimiento partir de circunstancias sociales que van más allá de su experiencia personal. Partimos entonces de la transmisión del conocimiento de unos a otros, en particular de los más experimentados a quienes no lo son, en un contexto social concreto como lo es el de la educación universitaria (Esteban, Aris, Arbós et al., 2003).

La reflexión sobre la transmisión de contenidos y prácticas éticas en el espacio universitario está directamente relacionada con la intención de superar la ruptura que existe entre la enseñanza y la práctica de una profesión. La enseñanza de la Responsabilidad Social como respuesta de la universidad a las demandas sociales, excede la mera introducción de la temática en el currículo o en un programa de estudio ya que no da cuenta de la relevancia que se da al contenido. Como indica Vallaey (s.f), cuando se busca coherencia moral entre el discurso y la práctica se hace necesario el análisis de múltiples aspectos más allá de los contenidos explícitos transmitidos.

En este sentido el trabajo se propone indagar cuál es el grado de apropiación que tienen los alumnos del concepto de Responsabilidad Social, y contrastar las prácticas de enseñanza que los docentes llevan adelante con las que los estudiantes consideran adecuadas para esta temática.

Desarrollo

Abundan los ejemplos de fraudes y escándalos empresarios originados en la codicia y en fallas éticas que movilizan la opinión general acerca de la necesidad de regulaciones que van más allá de la adhesión al Pacto Global o a los lineamientos del Libro Verde de la Comunidad Europea. Surgen sistemas de calificación así como sellos de garantía

que tranquilizan la conciencia de los inversores y también organismos oficiales de regulación que proponen normas en cuanto a la información sobre la Responsabilidad Social.

La discusión acerca de la Responsabilidad Social ha estado asociada al desarrollo de la empresa a partir de la revolución industrial, pero es a mediados del siglo XX cuando la cuestión se plantea en los términos actuales. Dentro del enfoque tradicional, lo más frecuente era considerar a la filantropía como sinónimo de Responsabilidad Social a actividades culturales y a instituciones educacionales, religiosas u otras de carácter comunitario. En realidad, este enfoque no se ocupaba de la Responsabilidad Social de la empresa, sino de la responsabilidad de los empresarios como consecuencia de su poder y su riqueza.

El punto de inflexión se produce en la década de 1960 cuando, como consecuencia de la preocupación de la sociedad por las cuestiones sociales, se extiende el concepto de Responsabilidad Social a la empresa. Un ejemplo típico de esta nueva postura se refleja en la teoría de los *stakeholders* desarrollada en la Universidad de Stamford, que cuestiona la obligación exclusiva de los directivos hacia los accionistas y propone una responsabilidad ampliada hacia los demás grupos de interés, es decir los empleados, los clientes, los proveedores y la comunidad local en la cual la empresa está inserta.

Aun cuando la teoría de los *stakeholders* no ha suplantado el rol tradicional del directivo, sus conceptos básicos son útiles para analizar cuestiones de Responsabilidad Social y hoy, medio siglo después, puede advertirse una revalorización de la teoría especialmente en los ámbitos académicos como reflejo de los escándalos de grandes empresas y de la magnitud de sus consecuencias.

En el debate acerca de los alcances de la Responsabilidad Social, Milton Friedman desata la polémica con un artículo publicado en 1970 titulado «La Responsabilidad Social en los negocios es aumentar sus utilidades». Según el autor, sólo los individuos tienen Responsabilidad Social y la deben atender con su propio tiempo y con su propio patrimonio. La responsabilidad primaria de quién dirige un negocio es hacia sus comitentes y por consiguiente tendrá que aumentar las utilidades, siempre dentro de la ley, en libre competencia y sin fraude. El autor sostiene que la búsqueda del propio interés sirve a un propósito social en la medida que promueve mayor producción de riqueza: es la razón básica por la cual el capitalismo funciona.

En una posición radicalmente opuesta a la de Friedman, muchos autores sostienen que la empresa tiene obligaciones más allá de la producción de bienes y servicios. En este sentido se expresan Buchholz y Rosenthal (2001:367) al referirse a la Responsabilidad Social empresaria:

El concepto también significa que las corporaciones se relacionan con la sociedad por medio de algo más que sólo las transacciones dentro del mercado y sirven a una gama de valores más rica que los valores económicos tradicionales que predominan en el mercado... El concepto de Responsabilidad Social es, fundamentalmente, un concepto ético. Implica modificar ideas sobre el bienestar humano, y destaca el interés en las dimensiones sociales de la actividad de negocios que se relacionan con el mejoramiento de la calidad de vida.

Actualmente, los impulsores de la Responsabilidad Social en el ámbito empresarial parten de la premisa de que el capitalismo sin limitaciones fracasa en su intento de servir al interés general. Aceptan la empresa privada, pero ven como problema que las ganancias vayan a parar exclusivamente a los accionistas; el mayor beneficio social avanzará sólo si las corporaciones reconocen sus obligaciones con sus distintos grupos de interés y con la sociedad.

Desde un punto de vista más amplio, la Responsabilidad Social representa una actitud consciente y madura de los problemas de la sociedad, al mismo tiempo que permite adoptar proactivamente hábitos que apuntan a minimizar los impactos negativos que genera toda actividad en el medioambiente y la sociedad.

Es evidente que el reclamo de responsabilidad social no es un asunto sencillo de ser llevado a la práctica pero, tampoco puede ser ignorado. Drucker (2000: 222) dice sobre el particular:

... es evidente la imposibilidad de esquivar la responsabilidad social. No se trata solo de que el público la exige. O solo de que la sociedad la necesite. Ocurre que en la sociedad moderna los administradores constituyen el único grupo de liderazgo. Si los administradores de nuestras instituciones principales, y sobre todo de las empresas, no asumen la responsabilidad del bien común, nadie podrá o querrá hacerlo. A pesar de las afirmaciones de las teorías políticas, el gobierno ya no es capaz de actuar como soberano y guardián del bien común en una sociedad pluralista de organizaciones.

Drucker refiere al concepto de *responsability*, por el cual el administrador además de cumplir con la misión de la organización debe dar cuenta de los efectos de la actividad

de la misma respect de los distintos grupos de interés y de la sociedad ya que no actúa en el vacío. A partir de esta idea concluye que es necesario administrar las responsabilidades sociales – en una empresa, en un hospital o en una universidad – más tarde o más temprano las consecuencias negativas de la actividad impondrán un alto precio a quienes no han trabajado en forma responsable para prevenir y solucionar este tipo de influencias.

Objetivos y metodología

La investigación tiene como propósito general indagar acerca del grado de apropiación por parte de los futuros egresados de los conceptos de Responsabilidad Social impartidos en las materias específicas de su formación como administradores dictadas en las universidades nacionales de Buenos Aires, La Plata y Luján. Como objetivos específicos se han propuesto:

- Relevar la noción de Responsabilidad Social que tienen los alumnos próximos a graduarse como Licenciados en Administración.
- Identificar las estrategias de enseñanza puestas en juego por los docentes y su valoración por parte de los alumnos.
- Comprobar la importancia que los futuros egresados dan a la Responsabilidad Social en el ejercicio profesional.
- Analizar comparativamente entre las tres universidades la inclusión de contenidos de Responsabilidad Social en el currículo, el uso de bibliografía específica, las estrategias de enseñanza utilizadas y, finalmente, el grado de apropiación del concepto por parte de los futuros profesionales.

El diseño de la investigación es transversal, no experimental. Se trata de un estudio exploratorio - descriptivo que busca indagar acerca de la incorporación de las cuestiones de Responsabilidad Social en el proceso de formación de los futuros profesionales en Administración. Las unidades de análisis son los alumnos próximos a graduarse en las carreras de administración de las universidades nacionales de Buenos Aires, La Plata y Luján.

El relevamiento se inició con una encuesta efectuada a alumnos de las últimas asignaturas de la carrera a fin de determinar los conceptos se asociaban más frecuentemente con Responsabilidad Social. A partir de ese resultado se construyó un cuestionario con preguntas cerradas (escala de Likert, respuestas dicotómicas y multirespuesta) para encuestar a una muestra de alumnos de las últimas materias de

las Licenciatura en Administración de las tres universidades y conocer su opinión para determinar:

1. Conceptos asociados por los alumnos con la Responsabilidad Social.
2. Contenidos de Responsabilidad Social impartidos en las materias específicas de administración y la bibliografía utilizada.
3. Pertinencia de las estrategias de enseñanza utilizadas.
4. Importancia que los futuros egresados dan a la Responsabilidad Social en el ejercicio profesional.

Resultados del trabajo de campo

Las encuestas realizadas (por correo electrónico o en forma presencial) durante el segundo cuatrimestre del año 2014 y el primero de 2015, así como los respectivos universos se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 1: Encuestas realizadas por Universidad

Universidad	Total de alumnos	Encuestas	% Relevado
Buenos Aires	630	210	33%
La Plata	404	83	21%
Luján	219	63	29%

A continuación se resumen y comentan los principales resultados de los distintos ítems de la encuesta.

Apropiación del concepto de Responsabilidad Social

A los efectos de analizar el grado de apropiación de los contenidos de Responsabilidad Social por parte de los alumnos próximos a graduarse, se los consultó acerca de distintos conceptos relacionados de acuerdo a las distintas referencias halladas en el análisis de los programas.

La compilación de las respuestas obtenidas se muestra en la siguiente tabla donde presentan las respuestas correspondientes a cada universidad agrupados en tres columnas: «Nada y Poco», «Mucho y Totalmente» y «No sé» para cada concepto, eliminándose del cálculo aquellos casos en los que no hubo respuesta.

Cuadro 2: Conceptos que se relacionan con Responsabilidad Social

	UBA			UNLu			UNLP		
	Nada/ Poco	Mucho/ Totalm.	No sabe	Nada/ Poco	Mucho/ Totalm.	No sabe	Nada/ Poco	Mucho/ Totalm.	No sabe
Apoyo a la comunidad	21%	79%	0%	45%	52%	3%	23%	77%	0%
Beneficios al personal	50%	50%	1%	44%	49%	7%	46%	53%	1%
Buenas prácticas comerciales	33%	63%	4%	33%	64%	3%	22%	77%	1%
Comportamiento ético	12%	88%	0%	19%	79%	2%	12%	88%	0%
Considerar a los <i>stakeholders</i>	39%	50%	11%	36%	30%	34%	43%	51%	5%

Consumo responsable	26%	73%	0%	30%	67%	3%	36%	62%	1%
Cuidado del medio ambiente	15%	85%	0%	37%	60%	3%	19%	81%	0%
Evitar corrupción y/o fraude	37%	61%	2%	31%	66%	3%	23%	77%	0%
Calidad de vida laboral	38%	61%	1%	26%	69%	5%	31%	69%	0%
Participación en el desarrollo de la sociedad	26%	73%	2%	33%	64%	3%	18%	82%	0%
Desarrollo sustentable	17%	81%	2%	31%	65%	5%	20%	80%	0%

No discriminación	39%	58%	3%	29%	68%	3%	41%	59%	0%
-------------------	-----	-----	----	-----	-----	----	-----	-----	----

Fuente: Elaboración propia.

	UBA			UNLu			UNLP		
	Nada/	Mucho/	No	Nada/	Mucho/	No	Nada/	Mucho/	No
Rendición de cuentas y transparencia	42%	56%	3%	28%	66%	7%	38%	61%	1%

Elaboración propia.

En el análisis comparativo no se observan diferencias significativas entre las respuestas de los futuros graduados de Licenciatura en Administración en las tres universidades. El *comportamiento ético*, el *cuidado del medio ambiente*, la *participación en el desarrollo de la sociedad* y el *desarrollo sustentable* son los cuatro conceptos que los alumnos relacionan más con Responsabilidad Social (señalados como «mucho o totalmente» con mayor frecuencia en las tres universidades).

También fueron elegidos en menor medida («mucho o totalmente») los conceptos apoyo a la comunidad, las buenas prácticas comerciales, el consumo responsable y evitar corrupción y/o fraude. El resto de los conceptos, en general, fueron menos seleccionados y en particular el ítem *considerar a los stakeholders* donde las respuestas no sabe» fueron las más significativas.

Al relacionar las respuestas obtenidas en las tres universidades con los respectivos datos demográficos, no se detectan diferencias significativas considerando el sexo o la edad de los encuestados ni tampoco entre quienes trabajan y quienes no lo hacen.

Materias en las que se vieron contenidos de Responsabilidad Social

La respuesta a los futuros graduados acerca de las materias donde recordaban haber visto contenidos de Responsabilidad Social o similares se muestran en el siguiente cuadro.

Materias	UBA			UNLu			UNLP		
	Si	No	No recuerda / No cursó	Si	No	No recuerda / No cursó	Si	No	No recuerda / No cursó
Administración General / Introducción a la	43%	42%	15%	40%	26%	33%	59%	14%	27%
Sistemas Administrativos	25%	61%	14%	19%	35%	46%	10%	74%	16%
Comercialización / Marketing	45%	49%	6%	51%	33%	16%	27%	49%	24%
Administración de Personal	65%	24%	11%	73%	13%	14%	47%	38%	15%
Administración Financiera / Finanzas	6%	88%	5%	11%	68%	21%	14%	72%	15%
Administración de la Producción	45%	48%	6%	29%	43%	29%	15%	66%	19%

Sociología/ Psicología									
de las	47%	35%	17%	65%	14%	21%	65%	14%	21%
Dirección General	73%	12%	15%	30%	30%	40%	61%	24%	15%

Cuadro 3: Materias donde se vieron contenidos de Responsabilidad Social. Fuente: elaboración propia.

En las tres universidades las materias donde se menciona en mayor proporción haber visto contenidos de Responsabilidad Social, son las iniciales de la carrera (Administración General e Introducción a la Administración), le siguen en importancia las humanísticas como Administración de Personal, Sociología o Psicología de la Organizaciones y Dirección General hacia el final de la carrera. Las referencias son menores en las materias técnicas como Sistemas Administrativos, Finanzas, Comercialización o Administración de la Producción.

Uso de bibliografía específica

El siguiente gráfico muestra las respuestas de los estudiantes consultados acerca de si habían leído bibliografía relacionada con el tema de Responsabilidad Social durante la carrera.

Gráfico 1: Lectura de bibliografía específica de RS por universidad



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados de la UBA (79%) y la UNLP (95%) respondió afirmativamente haber leído bibliografía específica, mientras que solo un 49% de los alumnos indicó haberlo en el caso de la UNLu.

Quienes respondieron afirmativamente, en general, mencionaron una o más referencias bibliográficas. De la comparación de la bibliografía utilizada en las tres universidades, salvo un autor no existen otras coincidencias. En cuanto a la procedencia de los autores se observa un equilibrio entre los autores locales y extranjeros.

Estrategias pedagógicas

Sobre las estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes para el tratamiento de los temas de Responsabilidad Social, se le pidió a los encuestados identificar cuáles son las que se utilizan con más frecuencia. Las respuestas se resumen en el siguiente cuadro.

Cuadro 4: Estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes

	UBA			UNLu			UNLP		
	Nunca / Pocas	Muchas veces/ Siempre	No sab e	Nunca / Pocas	Muchas veces/ Siempre	No sab e	Nunca / Pocas	Muchas veces/ Siempre	No sab e
Análisis de casos	61%	34%	5%	64%	30%	7%	82%	11%	7%
Discusión de temas de actualidad	40%	56%	4%	55%	39%	6%	59%	38%	3%

Ejemplificació n de situaciones de la práctica profesional	48%	46%	6%	54%	38%	8%	61%	36%	3%
Enunciado de conceptos	24%	71%	5%	31%	54%	15%	27%	65%	8%
Mención al cumplimiento de normas	55%	38%	7%	49%	38%	13%	50%	41%	9%

Fuente: Elaboración propia.

De la lectura de la tabla surge claramente que en las tres universidades el «enunciado de conceptos generales» es la estrategia más usada y en menor medida «la discusión de temas de actualidad». El «análisis de casos» se utiliza «nunca o pocas veces» en más de la mitad de las oportunidades (entre 61% y 82%, según la universidad); la «ejemplificación de situaciones de la práctica profesional» refleja una situación similar a la anterior

Respecto de las mismas estrategias pedagógicas, se solicitó a los estudiantes que indiquen cuáles les resultan mejor para tratar los temas de Responsabilidad Social. Las respuestas unificadas pueden observarse en el cuadro siguiente.

Cuadro 5: Estrategias pedagógicas preferidas por los alumnos

	UBA			UNLu			UNLP		
	Nada/	Mucho/	No	Nada/	Mucho/	No	Nada/	Mucho/	No
Análisis de casos	6%	92%	2%	18%	82%	0%	8%	89%	3%
Discusión de temas de actualidad	3%	95%	2%	5%	95%	0%	3%	96%	1%
Ejemplificación de situaciones de la práctica profesional	8%	89%	3%	7%	93%	0%	5%	93%	1%
Enunciado de conceptos generales	47%	49%	4%	57%	41%	2%	45%	53%	3%
Mención al cumplimiento de normas	43%	50%	6%	33%	60%	7%	47%	50%	3%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de casos, la discusión de temas de actualidad y la ejemplificación de situaciones de la práctica profesional parecen ser las estrategias preferidas por los alumnos para la temática de RS, donde a más del 80% de los encuestados que respondieron que les resultan mejores («mucho o totalmente»). En contraposición, al analizar con qué frecuencia los docentes utilizaron estas mismas estrategias pedagógicas, dichas metodologías aparecen como poco utilizadas.

En cuanto al *enunciado de conceptos generales* (que aparece como la estrategia pedagógica más utilizada por los docentes) y la *mención al cumplimiento de normas*, cerca la mitad de los estudiantes indican que la prefieren «poco o nada», mientras el resto señala que le resulta «mucho o totalmente» mejor. Por tanto, no es posible obtener conclusiones definitivas respecto de estas dos estrategias en la preferencia de los estudiantes.

Cabe destacar que entre un 5% y un 15% de los encuestados no supieron responder acerca de las estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes, mientras que sí supieron, al menos en mayor medida, indicar cuáles de ellas les resultan mejores. Importancia de un comportamiento responsable en la profesión

Por último, se consultó a los alumnos si consideraban que es importante ser socialmente responsable en el ejercicio de la profesión. La respuesta se planteó como un continuo de cinco opciones en cuyos extremos se indicaba «Nunca» (1) o «Siempre» (5).

Un 83% de los encuestados de la UBA respondió que siempre es importante tener un comportamiento socialmente responsable en la profesión, mientras que respondieron en el mismo sentido un 77% de los encuestados de la UNLP y un 71% de los encuestados de la UNLu. En ningún caso los estudiantes indicaron que «nunca o casi nunca» es importante actuar de manera socialmente responsable en la profesión.

Conclusiones

En cuanto a los conceptos que los alumnos asocian con Responsabilidad Social no se observan diferencias significativas entre las tres universidades. Los principales son: el comportamiento ético, el cuidado del medio ambiente, la promoción del desarrollo social y el desarrollo sustentable, y en menor medida, el apoyo a la comunidad, las buenas prácticas comerciales y el consumo responsable. La excepción se da en el ítem *considerar a los stakeholders* donde las respuestas «no sabe» son más significativas.

Las materias donde los encuestados manifiestan haber visto contenidos de Responsabilidad Social son las introductorias (Administración General, Introducción a la Administración, Administración de Personal) y al final de la carrera en la asignatura Dirección General. Las referencias son menores en las materias técnicas como Sistemas Administrativos, Finanzas o Administración de la Producción.

Los encuestados de la UBA y la UNLP en una alta proporción mencionaron haber utilizado bibliografía sobre temas de Responsabilidad Social mientras que solo un 49% de los alumnos indicó haberlo en el caso de la UNLu. No observan coincidencias respecto de la bibliografía utilizada.

En cuanto a las estrategias pedagógicas, no existe concordancia entre las preferidas por los alumnos y las utilizadas por los docentes. Por ejemplo, el análisis de casos, la discusión de temas de actualidad y la ejemplificación de situaciones de la práctica profesional parecen ser las estrategias elegidas por los alumnos ya que más del 80% de los encuestados que respondieron que les resulta mejor («mucho o totalmente») pero, en la práctica los docentes utilizan «nunca o pocas veces» estas herramientas.

En general los encuestados respondieron en una alta proporción que es importante tener un comportamiento socialmente responsable en ejercicio de la profesión, y en ningún caso respondieron que no era éste importante.

La síntesis permite concluir que casi la mitad de los programas analizados no contiene contenidos relacionados con la Responsabilidad Social y que la presencia de temas específicos no aparece en forma uniforme en la totalidad de las asignaturas del ciclo específico de la carrera de Administración. Asimismo, los métodos de enseñanza utilizados por los docentes no siempre son los más adecuados de acuerdo con la valorización de los alumnos.

No obstante, se aprecia que los futuros egresados de las tres universidades tienen conciencia de la obligación de ejercer de manera socialmente responsable la profesión, lo que constituye una respuesta alentadora más allá de las diferencias percibidas en cuanto a la apropiación del concepto de responsabilidad social hacia el final de la carrera.

Las tendencias actuales en materia de educación superior tienden a promover una formación integral de los estudiantes atendiendo no sólo las dimensiones técnicas, sino también a las sociales y valorativas. En este sentido, creemos que este trabajo aporta

información de interés acerca del estado de la enseñanza de la Responsabilidad Social y sobre los aspectos a mejorar en la formación de los futuros egresados.

Referencias Bibliográficas

Buchholz, R. & Rosenthal, S. (2001). Responsabilidad Social y ética en los negocios, incluido en Frederick, R. *La ética en los negocios*. México: Oxford Press.

Drucker, P. (2000) *La gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires: El Ateneo. Esteban, F.; Aris, N.; Arbós, A. & Vidal, S. (2003). Y los que enseñan ¿qué piensan? Estudio sobre el pensamiento del magisterio de la Universidad Internacional de Catalunya sobre la formación de estudiantes del siglo XXI. *Revista Iberoamericana de Educación*, N° 29. Recuperado de: <http://www.oei.es/valores2/monografias/monografia03/vivencia04.htm>

Friedman, M. (1995). La Responsabilidad Social de los negocios es aumentar sus utilidades, incluido en Bower, J. *Oficio y arte de la gerencia*. Bogotá: Norma.

Vallaey, F. (s.f.). *El ethos oculto de la universidad*. Recuperado de: http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/herramientas_RSU/EIEthosOcultodelaUniversidad.pdf f marzo 2015.