



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



La enseñanza universitaria de la Responsabilidad Social. Alternativas y propuestas para asignaturas de Administración en la FCE-UBA

García, Noelia A.

2015

Cita APA: García, N. (2015). La enseñanza universitaria de la Responsabilidad Social. Alternativas y propuestas para asignaturas de Administración en la FCE-UBA.

Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Cod 1502/0.940

Carrera de Especialización Principal en Docencia Universitaria para Ciencias Económicas

Seminario-Taller de Integración

La enseñanza universitaria de la Responsabilidad Social.

Alternativas y propuestas para asignaturas de Administración en la FCE-UBA

Docente: Dra. Diana R. Schulman

Noelia A. Garcia

Entrega Final

20 de Mayo de 2015.-

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
DESARROLLO	5
Responsabilidad Social	5
Principios de la Responsabilidad Social	6
Responsabilidad Social y Administración.....	7
Enseñanza de la Responsabilidad Social	9
Teoría del Aprendizaje Social	10
Teoría de la Identidad Social.....	11
Teoría de la Comparación Social	12
Metodología.....	13
Proceso metodológico.....	13
Programas	13
Encuestas	13
Trabajo de Campo	14
Contenidos formales y reales por materia	14
Estrategias pedagógicas.....	17
Acerca del concepto de Responsabilidad Social.....	19
Importancia de tener un comportamiento socialmente responsable	20
Propuestas para la enseñanza de la Responsabilidad Social.....	21
Pasantías.....	22
Aprendizaje-Servicio	23
Experiencia de implementación de un Proyecto de Aprendizaje-Servicio	25
CONCLUSIONES.....	27
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
ANEXO	31

INTRODUCCIÓN

Múltiples organismos a nivel mundial han desarrollado, en los últimos años, reuniones y revisiones del accionar de las organizaciones, de los gobiernos e inclusive de las personas en su relación con la comunidad. Esta preocupación creciente tiene su origen en la existencia de los problemas sociales y medioambientales donde todos los actores comienzan a tener un rol clave en los ámbitos social, ciudadano, económico, productivo y laboral.

Así, las organizaciones y el mundo en general se encuentran atravesados por un nuevo paradigma donde la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y la ética son elementos clave para el éxito. En este contexto se desenvolverán estos futuros graduados de nuestras universidades.

La universidad, que prepara curricularmente a los Licenciados en Administración para que sean los futuros dirigentes de las organizaciones, debe actuar como formadora de personas comprometidas con la comunidad, entendiendo que sus decisiones se verán influenciadas por la formación que hayan recibido.

En este sentido, es necesario brindar formación en etapas programadas dentro del currículo como así también en espacios integradores de diferentes disciplinas en los que se generen debates sobre causas y consecuencias de diferentes problemas sociales y el rol del futuro profesional frente a esta realidad.

Entendemos que la comprensión de los problemas sociales y la construcción de un conocimiento y actitudes socialmente responsables pueden ser desarrolladas teniendo como base las Teorías del Aprendizaje Social, que estudian los factores psicológicos que influyen en el aprendizaje, así como también es posible tener en cuenta las Teorías de la Identidad Social, originalmente desarrollada por Tajfel y Turner en las décadas de 1970-1980, y la Teoría de la Comparación Social, cuyo principal exponente es Leon Festinger. Sobre estas teorías hablaremos brevemente más adelante.

Este trabajo toma como punto de partida los estudios realizados en el proyecto de investigación en curso titulado “La enseñanza de la responsabilidad social en la formación de los futuros administradores” acreditado ante la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires (UBACyT) para el período 2013-2016. Este proyecto tiene como objetivo investigar la incorporación por parte de los alumnos de los conceptos de

responsabilidad social impartidos en las asignaturas específicas de las carreras de Administración que se dictan en las universidades nacionales de Buenos Aires, La Plata y Luján.

Es nuestra hipótesis que la presencia de la mención de la Responsabilidad Social en los programas de las asignaturas del área específica de Administración, no garantiza la apropiación del concepto de responsabilidad social por los alumnos para su aplicación en su futura práctica profesional.

Para ello, aquí haremos foco en la comparación del análisis realizado en la investigación antes mencionada respecto de la inclusión de la temática de Responsabilidad Social en los programas de las materias específicas de Administración y la opinión de los estudiantes próximos a graduarse de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad de Buenos Aires respecto del desarrollo de estos contenidos durante la cursada; así como también buscaremos determinar si las estrategias de enseñanza utilizadas por los docentes coinciden con las elegidas por los alumnos para el aprendizaje de esta temática.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Indagar acerca del grado de apropiación por parte de los alumnos de los conceptos de responsabilidad social impartidos en las materias específicas de su formación como administradores, dictadas en la Universidad de Buenos Aires.

Objetivos específicos

- Releva la noción de responsabilidad social que tienen los estudiantes próximos a graduarse.
- Identificar las estrategias de enseñanza puestas en juego por los docentes y su valoración por parte de los alumnos.
- Comparar la inclusión de la temática de responsabilidad social por materia con lo indicado en los respectivos programas.
- Analizar y proponer alternativas pedagógicas para la enseñanza de la responsabilidad social.

Administración que se dictan en las universidades nacionales de Buenos Aires, La Plata y Luján.

Es nuestra hipótesis que la presencia de la mención de la Responsabilidad Social en los programas de las asignaturas del área específica de Administración, no garantiza la apropiación del concepto de responsabilidad social por los alumnos para su aplicación en su futura práctica profesional.

Para ello, aquí haremos foco en la comparación del análisis realizado en la investigación antes mencionada respecto de la inclusión de la temática de Responsabilidad Social en los programas de las materias específicas de Administración y la opinión de los estudiantes próximos a graduarse de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad de Buenos Aires respecto del desarrollo de estos contenidos durante la cursada; así como también buscaremos determinar si las estrategias de enseñanza utilizadas por los docentes coinciden con las elegidas por los alumnos para el aprendizaje de esta temática.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Indagar acerca del grado de apropiación por parte de los alumnos de los conceptos de responsabilidad social impartidos en las materias específicas de su formación como administradores, dictadas en la Universidad de Buenos Aires.

Objetivos específicos

- Releva la noción de responsabilidad social que tienen los estudiantes próximos a graduarse.
- Identificar las estrategias de enseñanza puestas en juego por los docentes y su valoración por parte de los alumnos.
- Comparar la inclusión de la temática de responsabilidad social por materia con lo indicado en los respectivos programas.
- Analizar y proponer alternativas pedagógicas para la enseñanza de la responsabilidad social.

DESARROLLO

Responsabilidad Social

Definir el concepto de RS conlleva una gran dificultad, ya que es al mismo tiempo un concepto ético y una construcción social, refleja un deber moral que implica realizar una valoración positiva o negativa del impacto que una decisión tiene sobre la sociedad y el medioambiente. Es decir que comprende la elaboración (y modificación, cuando corresponda) de ideas sobre el comportamiento humano, tanto de manera individual como cuando se forma parte de un grupo social como una organización, empresa o institución gubernamental, y su correspondiente puesta en práctica.

En la actualidad, la RS está considerada en muchos países del mundo como un concepto normativo pero no obligatorio. Aunque la RS sí implica el respeto del marco legal, se debe comprender que existe un contrato social entre los distintos actores de la sociedad que prima en el accionar y los compromete a actuar sin perjuicio a los otros.

La Norma ISO 26000:2010 define a la RS como la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de las partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” (Argandoña, 2012:1).

Si bien esta norma habla de la responsabilidad de las organizaciones, entendemos que la definición puede ser extendida también a las personas.

Así, desde un punto de vista general, la Responsabilidad Social (RS) puede entenderse como una actitud consciente, madura y proactiva de los problemas de la sociedad, ya que la persona u organización adopta hábitos que permiten minimizar los impactos negativos que se generan en el medioambiente y la sociedad al mismo tiempo que atiende a problemas sociales que no están directamente relacionados con su actividad. De esta manera, ser socialmente responsable implica reconocer y aceptar las obligaciones y compromisos que tenemos con nuestra comunidad, sea cual sea el lugar que ocupemos en ella.

Principios de la Responsabilidad Social

La norma ISO 26000 establece los siguientes Principios de la Responsabilidad Social (Romero, 2010:3-4) que, como indicamos antes, extendemos también a los individuos, además de las organizaciones:

1. *Rendición de cuentas*: Consiste en que una Organización debería rendir cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos.

2. *Transparencia*: Consiste en que una Organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente.

Las organizaciones deberían revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información debería estar fácilmente disponible y accesible para los interesados.

3. *Comportamiento ético*: Consiste en que el comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad, estos valores implica el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas.

4. *Respeto a los intereses de las parte interesadas*: Consiste en que una Organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.

Aún y cuando los objetivos de la Organización podrían limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización. Nota.- Las partes interesadas podrían tener intereses que no sean coherentes con las expectativas de la sociedad.

5. *Respeto al principio de legalidad*: Consiste en que una Organización debería aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio.

El principio de legalidad se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u Organización está por encima de la ley y de que los

Gobiernos están también sujetos a la ley. Este principio se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder. El respeto a este principio implica que una Organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.

6. *Respeto a la norma internacional de comportamiento*: Consiste en que la Organización debería respetar la normatividad internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto de legalidad.

La organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una organización deberá evitar ser cómplice en las actividades de otra Organización que no sean coherentes con la normatividad internacional de comportamiento.

7. *Respeto a los derechos humanos*: Consiste en que una Organización debería respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad.

Una Organización debería promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

Responsabilidad Social y Administración

Acordamos con Chiavenato (2006) cuando señala que “La vida de las personas depende íntimamente de las organizaciones y éstas dependen del trabajo de las primeras. En la sociedad moderna, las personas nacen, crecen, aprenden, viven, trabajan, se divierten, se relacionan y mueren dentro de organizaciones.” Dichas organizaciones deben ser administradas y, el mismo autor define a la administración como “la dirección racional de las actividades de una organización, con o sin fines de lucro. Ella implica planeación, organización (estructura), dirección y control de las actividades.”

Mucho más puede ser dicho respecto de la administración pero en este trabajo pretendemos sólo hacer una introducción al tema para entender su relación con la RS y la importancia que conlleva la formación profesional de los administradores.

De la misma manera, tampoco es nuestra intención en este trabajo abordar la identificación del Ethos de la Universidad pero consideramos fundamental estudiar los

factores que influyen en el aprendizaje de cuestiones relacionadas con la Responsabilidad Social, entendiendo que este tema debe tratarse en relación a los valores personales y socialmente aceptados por la comunidad universitaria y profesional.

Bajo este entendido, consideramos que ya no es posible pensar que el proceso de enseñanza-aprendizaje sólo opera sobre el contenido formal de los currículos y se vuelve necesario comprender que “ningún estilo de convivencia es éticamente neutral (por lo que) la manera de ‘cohabitar juntos’ y el uso diario de las infraestructuras e insumos del campus, designan un cierto Ethos, una manera de ser y valorar ciertas actitudes más que otras, definir lo normal, lo habitual y lo que no lo es.” (Valleys, s.f.:1).

Por su parte, Drucker (1976) en su análisis sobre la administración y la calidad de vida señala que “El clamor en favor de la responsabilidad social exige demasiado. Pero pretende cosas justas. Su raíz no es un sentimiento hostil hacia la autoridad, sino la confianza excesiva en los gerentes y la administración.” En este sentido, las organizaciones deben ser (y son) productoras de valores y creencias sociales y creadoras de una sociedad “buena”. “Esta exigencia (dice Drucker) obliga a los gerentes a pensar y actuar sobre bases distintas.”

En nuestra opinión, la exigencia alcanza no sólo a los gerentes sino a todos los miembros de las organizaciones, aunque entendemos que la posición de liderazgo de los gerentes los convierte en propulsores de las acciones socialmente responsables tanto a nivel organizacional como a nivel individual. Así, si bien distintas profesiones han abordado la temática de la RS, a veces en forma parcial, en general se ha tomado conciencia de que se debe dotar a los niveles de toma de decisiones del conocimiento y los valores necesarios para atender dicha necesidad.

Así, el Licenciado en Administración está profundamente vinculado con las organizaciones, por ello resulta imprescindible que el profesional en su etapa de formación tome conciencia del uso que realizará de los recursos y cuál será su responsabilidad ante la sociedad acerca de los esfuerzos que se realicen para el aporte al desarrollo sustentable mediante la organización que dirija o en la que se desenvuelva profesionalmente. Por lo tanto, resulta necesario que en la carrera de grado, se incorporen las cuestiones vinculadas a la responsabilidad social para que el estudiante asimile los aspectos respectivos a la misma y pueda ponerlos en práctica en la cotidianeidad.

Enseñanza de la Responsabilidad Social

Entendemos, como señalan De la Calle, García y Giménez (2007:58), que la formación universitaria “implica formar en los alumnos la capacidad de comprometerse, de escucha y de diálogo, de tomar distancia ante los problemas, de saber mirar a través de los ojos del otro, de aprender a ponerse en su lugar, de tener un pensamiento crítico, capaz de identificar las partes de un todo y su interdependencia, de tener empatía, de entender el sentido auténtico del servicio, de la solidaridad y de la compasión, de ‘padecer con el otro’”.

Por su parte, Kohlberg (1969), principal exponente de la teoría del Desarrollo Moral, estaba convencido de que no existía consenso respecto de las virtudes que deberían ser “enseñadas” y que, por otra parte, frente a cuestiones éticas similares, no parecería existir uniformidad de comportamiento a pesar que puedan compartirse valores y virtudes. En este sentido, el autor sostenía que ese papel debía desempeñarse por medio de ejemplos, enseñanzas y comunicación directa. De esta manera, el desarrollo moral se produciría más bien a través del proceso que debe enfrentar el individuo para hacer frente a las contradicciones que puedan darse en cursos de acción referidos a cuestiones éticas en la etapa en la cual se encuentra y buscarle solución en una etapa superior.

La actual formación de los estudiantes de Administración suele poner el acento en la toma de decisiones y en las estrategias comerciales y financieras, bajo el supuesto de que debe buscarse la maximización de las utilidades. En este sentido, los programas de estudio de la FCE-UBA se encuentran, en general, alineados con la necesidad de establecer un equilibrio entre las decisiones económicas y los valores que las sostienen (Gilli, Schulman, Garcia, 2014).

Sin embargo, la inclusión de la temática en los programas no es suficiente para asegurar que los estudiantes se apropien de los contenidos de RS. Para ello es necesario introducirnos en el dictado de las clases y en la utilización de diversas estrategias de enseñanza.

Pensar en la metodología más acorde para la correcta enseñanza de estos contenidos de RS en la formación profesional de los administradores es todo un desafío, aunque no cabe duda de que los alumnos deben involucrarse en el proceso de aprendizaje de tal manera que sean constructores de su propio conocimiento.

En esta dirección, la reflexión sobre la transmisión de contenidos y prácticas acerca de la RS en el espacio universitario está directamente relacionada con la intención de superar la ruptura que existe entre la enseñanza y los procesos productivos en la práctica de una profesión(9); y, si bien han pasado casi 20 años desde la publicación de las indicaciones de la UNESCO en respuesta a la pregunta ¿Qué se debe aprender en la universidad?, consideramos completamente vigente que “el aprendizaje del siglo XXI ha de ser un aprendizaje para toda la vida” (UNESCO, 1997).

La misma UNESCO, en el documento elaborado en la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior un año más tarde, declara que dentro de las funciones de la enseñanza universitaria está la misión de contribuir con el desarrollo sostenible y el mejoramiento del conjunto de la sociedad: “Las instituciones de educación superior deberían brindar a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de responsabilidad social, educándolos para que tengan una participación activa en la sociedad democrática y promuevan los cambios que propiciarán la igualdad y la justicia” (de la Calle et al., 2007:57).

De este punto de vista, el paso de los estudiantes por la universidad debería estar plagado de aprendizaje significativo, donde los futuros profesionales se involucren de manera integral en el proceso de aprendizaje y sean constructores del conocimiento, que finalmente tendrá un sentido real para ellos. En este camino, los docentes tienen un papel clave, que es el de ayudar a consolidar la moralidad de los estudiantes, en la búsqueda de un comportamiento socialmente responsable por parte de todos y cada uno de ellos.

Dado que, como mencionamos antes, la RS es una construcción social que comprende la elaboración de ideas sobre el comportamiento humano, tanto de manera individual como cuando se forma parte de un grupo social, consideramos de vital importancia comprender las premisas básicas del aprendizaje social, que señalan que la interacción social cumple un rol central en el desarrollo cognitivo. Para ello, desarrollaremos a continuación tres teorías: la Teoría del Aprendizaje Social, la Teoría de la Identidad Social y la Teoría de la Comparación Social, que son complementarias.

Teoría del Aprendizaje Social

Lev Vygotsky (1978), en su teoría sobre el desarrollo de los procesos psicológicos, propone que el desarrollo cognitivo ocurre en dos planos diferentes pero complementarios: primero en el plano social (interpsicológico) y luego a través de un proceso de internalización (intrapicológico). Esta doble formación explica el desarrollo de los procesos psicológicos más diversos, como la atención voluntaria, la memoria lógica o la formación de conceptos. Así, Vygotsky explica que todos los procesos psicológicos que nos caracterizan como humanos y todas las funciones superiores del individuo se sustentan en las relaciones sociales o entre las personas.

Siguiendo esta línea de pensamiento, la Teoría del Aprendizaje Social (TAS) supone que las personas aprenden nuevas conductas a través de la combinación de factores internos (psicológicos) y la observación de factores externos (sociales), mediante imitación. Así, esta teoría presume que si una persona percibe consecuencias positivas en la conducta observada, es probable que la tome como modelo y la adopte. Sin embargo, el estadio de desarrollo del individuo (factor psicológico) tiene una gran influencia en este tipo de aprendizaje.

En cuanto al aprendizaje de valores, Marchesi (1985) no se aleja de la TAS al señalar que “el desarrollo moral es el aprendizaje de la conducta socialmente aceptable y la adquisición e internalización de las normas y valores transmitidos por las personas que rodean al niño en sus diferentes ambientes”.

A esta teoría, se suman dos teorías complementarias: la Teoría de la Identidad Social (TIS) y la Teoría de la Comparación Social (TCS).

Teoría de la Identidad Social

La TIS sugiere que los individuos se definen a sí mismos en relación con sus grupos sociales para lograr y mantener una identidad social positiva. Es decir que los individuos evaluarán si su comportamiento o el de sus pares es poco ético en relación con, y actuando de acuerdo con, su identidad de grupo.

Scandroglio, López Martínez y San José Sebastián (2008:81), citando a Tajfel, indican que parte del auto-concepto de los individuos está formado por su identidad social, es decir “el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia”.

A este respecto, O'Fallon y Butterfield (2012:119) reconocen tres elementos clave para lograr la identificación social:

- Conciencia de uno como miembro de un grupo: cada uno se define, percibe o reconoce como miembro de un grupo.
- Evaluación: reconocimiento de que la pertenencia a un grupo se relaciona con connotaciones de valor tales como atributos del grupo de representación, comportamientos típicos, o normas, que diferencian al grupo del afuera.
- Significancia emocional: alejamiento del sentir y pensar individual para hacer hincapié en la identidad social compartida por ser miembro del grupo.

En función de estos elementos, los individuos pasan por un proceso de categorización dentro del grupo, ubicación del individuo dentro del grupo (ordenamiento), y por un proceso de despersonalización, cuando el individuo comienza a actuar y pensar de acuerdo a las normas, valores y creencias que el grupo espera de él (internalización).

Teoría de la Comparación Social

La Teoría de la Comparación Social (TCS), que fue originalmente desarrollada por Leon Festinger, sugiere que cuando una persona forma parte de un grupo, éste se convertirá en su realidad social con la cual compara sus creencias. El grupo social, en este sentido, ejerce presión sobre sus miembros para que haya uniformidad dentro del mismo.

O'Fallon y Butterfield (2012:121) señalan que “En general, la TCS sugiere que el comportamiento poco ético generalizado de los pares puede provocar sentimientos de privación relativa, que evoca las emociones negativas como la ira y la percepción de injusticia, lo que aumenta la probabilidad de un comportamiento poco ético por parte del observador”.

Estos sentimientos deben analizarse en relación con los sentimientos de auto-superación, que se activan cuando el individuo está interesado o es instado a aprender o mejorar con respecto a una habilidad en particular, y mejora personal, que se activan cuando el individuo está más interesado en incrementar su auto-estima. En general, los individuos que se enfocan en una alta auto-superación y/o mejora personal suelen estar menos inclinados a comportarse de manera poco ética cuando experimentan emociones negativas porque comprenden que este tipo de comportamiento no los ayudará a mejorar sus habilidades o su auto-estima.

5. Se realizó una prueba piloto de la encuesta en una muestra acotada de estudiantes.
6. Se analizaron los resultados de la prueba piloto y se realizaron ajustes en el cuestionario.

Una vez ajustada, se implementó la encuesta definitiva para luego analizar e interpretar los hallazgos obtenidos y generar cuadros y gráficos comparativos, algunos de los cuales se presentan a continuación. La versión final de la encuesta se encuentra disponible en la página: <https://sites.google.com/site/ubacytrs/>

Se encuestaron 110 alumnos que se encontraban cursando el Seminario de Integración y Aplicación de la Licenciatura en Administración en la FCE-UBA durante el segundo cuatrimestre del año 2014 y el primer cuatrimestre del año 2015. Cabe señalar que dicha asignatura sólo puede cursarse si el alumno adeuda cuatro materias o menos para graduarse.

Los rangos de edades de la muestra se encuentran entre 22 y 55 años de edad, encontrándose la mayor parte entre los 22 y los 30 años (80%).

Respecto del género, 56 mujeres y 54 hombres. A su vez, 103 encuestados indicaron que trabajan (94%) mientras que 7 no lo hacen.

Trabajo de Campo

Contenidos formales y reales por materia

Se analizaron los programas de las cátedras de 10 (diez) materias obligatorias de la carrera de Licenciatura en Administración de la FCE-UBA, como se observa en la Tabla 1 y el Gráfico 1.

De las 37 cátedras existentes para todas las asignaturas incluidas en este estudio, se analizaron los programas de 28. Los 9 programas restantes no se encuentran disponibles para su consulta.

Los datos indican que en 23 casos, los programas relevados hacen referencia a la Responsabilidad Social, es decir un 79% del total. En tanto que sólo seis (6) de los casos verificados no hacen ninguna mención al concepto buscado, lo que representa un 21% del total relevado.

Tabla 1: Asignaturas y programas incluidos en el relevamiento

Asignatura	Cantidad de Programas analizados	Cantidad de programas relevados <u>con</u> menciones de Responsabilidad Social	Cantidad de programas relevados <u>sin</u> menciones de Responsabilidad Social
Administración de la Producción	1	-	1
Administración del Personal	2	2	-
Administración Financiera	4	1	3
Administración General	6	6	-
Comercialización	2	2	-
Dirección General	2	2	-
Planeamiento a Largo Plazo	2	2	-
Sistemas Administrativos	5	5	-
Sociología de la Organización	2	2	-
Teoría de la Decisión	2	-	2
Total	28	22	6

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1: Mención de “Responsabilidad Social” en los Programas, por Asignatura



Fuente: Elaboración propia

Consideramos importante destacar que ningún programa de las asignaturas *Administración de la Producción* y *Teoría de la Decisión* hacen mención al concepto de Responsabilidad Social o similar. Algo similar ocurre con la mayor parte de los programas de *Administración Financiera*.

A los efectos de analizar si lo indicado en los programas se corresponde con la realidad, se consultó a los estudiantes si recordaban haber visto algún contenido de RS en las asignaturas específicas de la carrera, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 2: Asignaturas y programas incluidos en el relevamiento

Asignatura	Porcentaje de estudiantes que <u>SI</u> vieron contenidos de RS	Porcentaje de estudiantes que <u>NO</u> vieron contenidos de RS	Porcentaje de estudiantes que <u>NO</u> <u>RECUERDAN</u> si vieron contenidos de RS o <u>NO</u> <u>CURSARON</u> aún la asignatura
Administración de la Producción	45%	48%	6%
Administración del Personal	65%	24%	11%
Administración Financiera	6%	88%	5%
Administración General	43%	42%	15%
Comercialización	45%	49%	6%
Dirección General	73%	12%	15%
Planeamiento a Largo Plazo	36%	43%	21%
Sistemas Administrativos	25%	61%	14%
Sociología de la Organización	47%	35%	17%
Teoría de la Decisión	10%	83%	7%

Fuente: Elaboración propia

Una primera comparación entre lo señalado por los estudiantes y lo relevado en los programas permite destacar que dos de las asignaturas en cuyos programas mayormente no se hace mención al concepto de RS, fueron identificadas como asignaturas donde la mayoría de los estudiantes encuestados indican que no vieron contenidos de RS: *Administración Financiera* (88%) y *Teoría de la Decisión* (83%). Distinto es el caso de *Administración de la Producción*,

donde la cantidad de alumnos que señalan haber visto y no haber visto contenidos de RS es similar, lo que nos lleva a pensar que, a pesar de no estar incluida la temática en el programa, los docentes comienzan a incluir contenidos en sus clases.

Por su parte, *Administración del Personal y Dirección General* son las asignaturas donde los estudiantes más indican haber visto contenidos de RS (65% y 43%, respectivamente).

Resulta llamativo el caso de la asignatura *Sistemas Administrativos*, donde todos los programas analizados hacen alguna mención al tema de RS pero sólo el 25% de los estudiantes encuestados señalan que vieron contenidos en la materia. Se podría creer que esto se debe a que los alumnos encuestados cursaron la materia antes de la actualización de los programas (2006 en adelante) pero un análisis por edades de los estudiantes no permite verificar esta hipótesis.

Estrategias pedagógicas

Respecto de las estrategias pedagógicas, se consultó a los estudiantes respecto de cuáles eran las utilizadas por los docentes para trabajar sobre la temática de RS y cuáles eran las preferidas por ellos.

Las respuestas correspondientes a cada pregunta se observan en las Tablas 2 y 3, respectivamente.

Tabla 2: Frecuencia con la que los docentes utilizaron las estrategias pedagógicas para tratar los temas de RS

DOCENTE	Nunca	Pocas veces	Muchas veces	Siempre	No sabe	Total respuestas	No contesta
Análisis de casos	13%	50%	30%	1%	6%	109	1
Discusión de temas de actualidad	4%	35%	50%	7%	5%	109	1
Ejemplificación de situaciones de la práctica profesional	9%	35%	42%	6%	8%	106	4
Enunciado de conceptos generales	2%	18%	48%	27%	6%	109	1
Mención al cumplimiento de normas	6%	50%	28%	8%	7%	110	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Estrategias pedagógicas le resultan mejor a los alumnos para tratar los temas de RS

ALUMNO	Nada	Poco	Mucho	Total- mente	No sabe	Total respuesta s	No contest a
Análisis de casos	1%	3%	49%	44%	3%	108	2
Discusión de temas de actualidad	0%	3%	42%	53%	3%	110	0
Ejemplificación de situaciones de la práctica profesional	0%	8%	39%	49%	4%	108	2
Enunciado de conceptos generales	4%	39%	40%	12%	5%	110	0
Mención al cumplimiento de normas	4%	39%	39%	10%	7%	107	3

Fuente: Elaboración propia

Nótese que, en todos los casos, los porcentajes mostrados se calculan en función de las respuestas recibidas para cada estrategia pedagógica, incluyendo la respuesta “No sé” pero no a quienes no respondieron sobre cada estrategia.

El *análisis de casos*, la *discusión de temas de actualidad* parecen ser las estrategias preferidas por los alumnos para la temática de RS, donde a más del 94% de los encuestados que respondieron la pregunta les resulta mejor (mucho o totalmente). Sin embargo, al analizar con qué frecuencia los docentes utilizaron estas mismas estrategias pedagógicas, los alumnos señalan que el *análisis de casos* se utiliza nunca o pocas veces en más de la mitad de las oportunidades (63%), mientras que la *discusión de temas de la realidad* es utilizada muchas veces o siempre por los docentes (57%).

Respecto a la *ejemplificación de situaciones de la práctica profesional*, que también se encuentra entre las estrategias preferidas por los alumnos (88% respondieron mucho o totalmente), una cantidad similar de alumnos indica que los docentes la utilizan nunca o pocas veces y muchas veces o siempre (44% y 48%, respectivamente), mientras que el 8% restante no sabe con qué frecuencia se utiliza esta estrategia. Esta situación será más profundamente indagada en una próxima etapa de esta investigación mediante grupos focales.

En cuanto al *enunciado de conceptos generales* 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 en esta etapa del proyecto respecto de la preferencia de estas dos estrategias de enseñanza por parte de los alumnos. No obstante, los encuestados indican que el *enunciado de conceptos generales* es utilizado muchas veces o siempre por los docentes (74%), siendo la estrategia de enseñanza más utilizada por los mismos.

Cabe mencionar que entre un 5% y un 8% de los encuestados no supieron responder acerca de las estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes, mientras que sí supieron, al menos en mayor medida (entre 3% y 7%), indicar cuáles de ellas les resultan mejores.

Acerca del concepto de Responsabilidad Social

A los efectos de analizar si los alumnos cuentan con una base adecuada respecto de la Responsabilidad Social, se los consultó acerca de los conceptos relacionados con ella, obteniendo las respuestas que se observan en la Tabla 4, a continuación, y en los Gráficos 3 a 15, que se encuentran en el Anexo.

Tabla 4: Conceptos que los alumnos incluyen cuando hablan de Responsabilidad Social

CONCEPTO	Nada	Poco	Mucho	Totalmente	No sabe	No contesta
Apoyo a la comunidad	2%	17%	39%	40%	1%	1%
Beneficios al personal	5%	47%	36%	7%	2%	2%
Buenas prácticas comerciales	4%	26%	38%	28%	3%	1%
Comportamiento ético	0%	13%	34%	52%	1%	1%
Considerar a los stakeholders	7%	27%	29%	24%	11%	2%
Consumo responsable	6%	20%	35%	36%	1%	2%
Cuidado del medio ambiente	3%	12%	27%	57%	1%	0%
Evitar corrupción y/o fraude	8%	25%	26%	35%	3%	3%
Calidad de vida laboral	5%	29%	35%	27%	2%	2%
Participación en el desarrollo de la sociedad	4%	17%	32%	44%	2%	2%
Desarrollo sustentable	3%	15%	23%	57%	2%	1%
No discriminación	12%	25%	30%	30%	3%	1%
Rendición de cuentas y transparencia	9%	28%	32%	26%	3%	2%

Fuente: Elaboración propia

El *comportamiento ético*, el *cuidado del medio ambiente* y el *desarrollo sustentable* son los tres conceptos que los alumnos relacionan más con RS (86%, 84% y 80% señalaron mucho o totalmente, respectivamente). En los tres casos, del 52% al 57% de los encuestados respondió que incluye totalmente estos conceptos al hablar de RS. Los tres conceptos se encuentran íntimamente relacionados con la definición y principios de la Responsabilidad Social indicados por la Norma ISO 26000:2010.

Otros conceptos que los estudiantes relacionan con RS (más del 70% respondieron mucho o totalmente) son el *apoyo a la comunidad*, el *consumo responsable* y la *participación en el desarrollo de la sociedad*.

El resto de los conceptos, excepto *beneficios al personal*, fueron seleccionados por el 53% o más de los encuestados como mucho o totalmente relacionados con la RS. En el caso de los *beneficios al personal*, que el 52% de los estudiantes indicó que se relaciona poco o nada con la RS, consideramos que se relaciona con el principio de Respeto a las partes interesadas que indica la Norma ISO 26000.

Resulta llamativo que el 11% de los encuestados respondió que no sabe si *considerar a los stakeholders* se relaciona con el concepto de RS. Cabe destacar que durante la realización de la encuesta varios estudiantes consultaron qué son los *stakeholders*.

En general, los estudiantes próximos a graduarse de la carrera de Licenciatura en Administración de la FCE-UBA parecen tener claro el concepto de Responsabilidad Social, relacionándolo con varios de sus principios básicos. Sin embargo, se observa que algunos de ellos deben ser reforzados.

Importancia de tener un comportamiento socialmente responsable

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

Como se observa en el Gráfico 2, el 87% de los encuestados respondió que siempre es importante tener un comportamiento socialmente responsable en la profesión, mientras que un 6% indicó casi siempre y un 7% considera que en general es importante, asignando el valor intermedio (3) al responder la pregunta.

Gráfico 2: Grado de importancia asignado por los alumnos a tener un comportamiento socialmente responsable en la profesión



Fuente: Elaboración propia

Propuestas para la enseñanza de la Responsabilidad Social

Partiendo de la base de que, en general, los futuros Licenciados en Administración de la FCE-UBA tienen una base adecuada respecto del concepto de RS y que las tres estrategias pedagógicas seleccionadas por ellos para tratar esta temática son métodos que generalmente involucran la interacción entre ellos y también con el docente y, asimismo, los acercan a la realidad de las organizaciones (*análisis de casos, discusión de temas de actualidad y ejemplificación de situaciones de la práctica profesional*), consideramos que las Teorías del Aprendizaje Social, de la Identidad Social y de la Comparación Social cumplen un rol fundamental en la adquisición de valores y comportamientos socialmente responsables.

En la búsqueda de otras estrategias, además de las incluidas en los programas de las asignaturas analizadas, que permitan poner en práctica estas teorías, presentamos aquí dos propuestas: Pasantías y Aprendizaje-Servicio.

Pasantías

Las pasantías consisten en la realización de prácticas profesionales en empresas u otras organizaciones por un período determinado, como complemento de la formación académica y con la obligación para la organización de otorgar al pasante una asignación estímulo, que corresponde a una suma de dinero no remunerativo, y la cobertura de salud y seguro de riesgo de trabajo.

En nuestro país, las pasantías se encuentran reguladas por la Ley Nacional 26.427 y sus reglamentaciones, que la define como el “conjunto de actividades formativas que realicen los estudiantes en empresas y organismos públicos, o empresas privadas con personería jurídica, sustantivamente relacionado con la propuesta curricular de los estudios cursados en unidades educativas, que se reconoce como experiencia de alto valor pedagógico, sin carácter obligatorio” (art. 2°).

Asimismo, la ley señala en el artículo 3° los objetivos del sistema de pasantías educativas indicando que se pretende “lograr que los pasantes:

- a. Profundicen la valoración del trabajo como elemento indispensable y dignificador para la vida, desde una concepción cultural y no meramente utilitaria;
- b. Realicen prácticas complementarias a su formación académica, que enriquezcan la propuesta curricular de los estudios que cursan;

- c. Incorporen saberes, habilidades y actitudes vinculados a situaciones reales del mundo del trabajo;
- d. Adquieran conocimientos que contribuyan a mejorar sus posibilidades de inserción en el ámbito laboral;
- e. Aumenten el conocimiento y manejo de tecnologías vigentes;
- f. Cuenten con herramientas que contribuyan a una correcta elección u orientación profesional futura;
- g. Se beneficien con el mejoramiento de la propuesta formativa, a partir del vínculo entre las instituciones educativas y los organismos y empresas referidos en el artículo 1° de la presente ley;
- h. Progresen en el proceso de orientación respecto de los posibles campos específicos de desempeño laboral.”

Por su parte, para implementar un sistema de pasantías, las autoridades del organismo educativo deben diseñar un proyecto pedagógico integral de pasantías a nivel institucional, que servirá como marco para celebrar convenios con las organizaciones donde se desempeñarán los pasantes (art. 5°).

Dado que la pasantía corresponde a una práctica profesional, debe existir un docente guía por parte de la institución educativa a la que pertenece el pasante y un tutor por parte de la empresa u organismo en donde desempeña sus tareas. Ambos, en conjunto, deben diseñar el plan de trabajo que deberá cumplir el pasante a los efectos de alcanzar los objetivos educativos (art. 17°).

De esta manera, la Ley del Sistema de Pasantías Educativas, promulgada en el año 2008, fija los derechos y obligaciones que ambas partes contraen al firmar un acuerdo, como así también las responsabilidades de la Universidad.

En las Universidades donde existe la posibilidad de realizar pasantías, como es el caso de la FCE-UBA, las mismas son optativas y no necesariamente curriculares, a diferencia de las prácticas académicas, como podrían ser los proyectos de Aprendizaje-Servicio.

Aprendizaje-Servicio

El Aprendizaje-Servicio es una propuesta pedagógica basada en la combinación del aprendizaje experiencial y el servicio comunitario, que se plantea como una alternativa para

que los estudiantes puedan aplicar el conocimiento teórico a situaciones de la vida real de las organizaciones al mismo tiempo que se involucren en actividades sociales que le permitan fortalecer valores relacionados con el bien común y la ciudadanía activa. Es decir que se trata de un proyecto educativo con utilidad social.

La Corporación para el Servicio Nacional y Comunitario, una agencia federal estadounidense que ayuda a mejorar la vida de los ciudadanos a través del servicio, señala que “Aprendizaje-Servicio es un método:

- a. a través del cual los estudiantes aprenden y se desarrollan mediante la participación activa en experiencias de servicio pensadas y completamente organizadas que permiten cubrir necesidades actuales de la comunidad y que son coordinadas de manera colaborativa entre la escuela y la comunidad;
- b. que está integrado dentro del currículum académico de los estudiantes o provee tiempo estructurado para que el estudiante pueda pensar, hablar, o escribir acerca de lo que hizo y vio durante la actividad de servicio;
- c. que provee oportunidades para que los estudiantes utilicen en situaciones de la vida real las habilidades y conocimientos recientemente adquiridos; y
- d. que mejora que mejora lo que se enseña en la escuela mediante la extensión de aprendizaje de los estudiantes más allá del aula y dentro de la comunidad y ayuda a fomentar el desarrollo de un sentido de cuidado por los demás.” (citado en Waterman, 2013:2).

De esta manera, los estudiantes construyen su carácter y se convierten en participantes activos, trabajando con otros en su escuela y comunidad para crear proyectos de servicio en áreas como la educación, la seguridad pública y el medio ambiente.

Waterman (2013:3) diferencia el Aprendizaje-Servicio del Servicio Voluntario señalando que en este último no existe un foco específico en los valores educativos relacionados con la actividad de servicio mientras que el Aprendizaje-Servicio los proyectos se diseñan, planifican, desarrollan y evalúan en función de objetivos educativos específicos.

Cabe destacar que, en Estados Unidos, el Aprendizaje-Servicio forma parte del alcance educativo de las escuelas primarias y secundarias desde hace más de treinta años aunque aún el porcentaje de implementación real es bajo.

Existen múltiples investigaciones respecto de cómo el Aprendizaje-Servicio promueve el desarrollo de conocimiento y habilidades económicas, fomenta el desarrollo personal de los estudiantes, promueve las responsabilidades cívicas, incrementa los vínculos de la comunidad escolar y genera valiosos beneficios a la comunidad.

La Asociación Americana de Psicología (APA, por sus siglas en inglés), define el Compromiso Cívico como las “acciones individuales y colectivas diseñadas para identificar y abordar cuestiones de interés público”.

En este sentido, diversas investigaciones muestran que los proyectos de Aprendizaje-Servicio apoyan directamente la misión y la visión de la Universidad respecto del compromiso cívico que tiene, y proveen a los estudiantes de una más amplia y rica experiencia educacional que la provista por los planes de estudio y metodologías de estudio tradicionales, favoreciendo a la vez objetivos de desarrollo personal, de pensamiento crítico y moral de los estudiantes, así como también incrementando su interés a largo plazo por cuestiones sociales.

Dado que no existen experiencias de este tipo en la FCE-UBA, a continuación se resume la experiencia de implementación de un proyecto de Aprendizaje-Servicio en Estados Unidos. Cabe destacar que hay universidades en nuestro país, como la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP) que cuenta con asignaturas obligatorias en la currícula de las carreras que poseen las características de Aprendizaje-Servicio y que, además, se articula con actividades de Extensión.

Experiencia de implementación de un Proyecto de Aprendizaje-Servicio

La puesta en marcha del proyecto de Aprendizaje-Servicio en el curso de Marketing se basó en el Modelo de Aprendizaje Experimental de Kolb (Braunsberger y Flamm, 2012:7), que consta de un ciclo de cuatro niveles seguido de un proceso de retroalimentación que potencia el aprendizaje y el desarrollo del proyecto:

1. Experiencia Concreta
2. Observación Reflexiva
3. Resumen Conceptual
4. Experimentación Activa

Bajo este modelo, se divide a los estudiantes en grupos de tres a cuatro alumnos donde todos los equipos trabajan para un mismo cliente y compiten con los demás para desarrollar la mejor investigación de mercado.

Según los autores, este formato ofrece múltiples ventajas (Braunsberger y Flamm, 2012:15-16):

1. La competencia entre grupos por obtener un mejor puntaje tiene un impacto muy positivo en la motivación de los estudiantes y en la calidad de los proyectos presentados. La competencia amistosa y el secreto de cada uno de los proyectos aparentemente lleva a una mayor cohesión con la mayoría de los estudiantes, quienes parecieran estar altamente involucrados y motivados para realizar un buen trabajo, pudiendo despedir a los miembros del equipo que no participen adecuadamente.
2. El hecho de trabajar con una sola organización/cliente, permite al docente poder involucrarse mejor en el caso de estudio, haciendo de los proyectos algo más prácticos y manejables.
3. Al tener una menor demanda para los Docentes, estos pueden dedicar más tiempo a las distintas consultas que tuvieran los equipos de trabajo, así como también permite construir una relación más cercana Docente-Organización.
4. Los estudiantes parecieran preferir que todos los equipos tuvieran que encarar un mismo proyecto, lo que hace percibir una equidad en las tareas a realizar.
5. Se reduce el riesgo del docente y de la Universidad de que alguna Organización Cliente destine parte de su tiempo y esfuerzo a un proyecto que no sea de calidad, ni aplicable.
6. Tener varios proyectos de Marketing permite elegir el que mayor beneficio reporte a la Organización.
7. Algunas de las recomendaciones de los distintos equipos pueden ser similares, lo que le da fuerza y peso a las propuestas para que sean implementadas.
8. El limitarse a una Organización Cliente por semestre, permite preservar una cartera de clientes futuros.

Con el objetivo de estructurar el Aprendizaje-Servicio, los estudiantes agrupados se deben registrar y conseguir la aprobación de sus proyectos al inicio del semestre.

Cada proyecto de investigación de mercado se divide en secciones diferentes que los grupos de estudiantes deben ir presentando a lo largo del semestre, lo cual da lugar a una fácil comparación de los proyectos y a un mayor control sobre su calidad, y permite conocer si los estudiantes desarrollaron y pasaron correctamente por los cuatro niveles del modelo de Kolb indicados anteriormente.

Para ello, se evalúa el trabajo durante su ejecución y no sólo a partir del entregable final, y se lleva a cabo una evaluación de pares y auto-evaluación acerca del funcionamiento del grupo y la participación individual de cada miembro en el proyecto.

Como resultado, y con el objetivo de responder si este método mejora el desarrollo personal y moral de los estudiantes, los autores realizaron una encuesta al inicio y fin del semestre para medir el conocimiento, creencias, actitudes, opiniones y comportamientos actuales en relación a cuestiones cívicas (Braunsberger y Flamm, 2012:17-18).

El análisis de las respuestas de los estudiantes a este respecto mostró impacto positivo en la creencia de que las corporaciones necesitan involucrarse más ayudar a las comunidades locales, aunque la diferencia entre el inicio y el final del semestre no fue estadísticamente significativa.

Asimismo, los resultados mostraron que la participación en un proyecto de Aprendizaje-Servicio mejora el desarrollo personal y moral de los estudiantes en general, y especialmente con la organización sobre la cual realizaron el proyecto (Braunsberger y Flamm, 2012:27).

CONCLUSIONES

Al conceptualizar la noción de RS desde una de las normas internacionales aplicables (ISO 26000:2010) y compararla con los conceptos que los estudiantes relacionan con ella, observamos que, si bien relacionan prácticamente todos los conceptos mencionados en la encuesta con la RS, los que más se destacan son el *comportamiento ético*, el *cuidado del medio ambiente* y el *desarrollo sustentable*. No así los *beneficios al personal*, que en más de la mitad de los casos consideran que se encuentra poco o nada relacionado con la RS.

Bajo este entendido, resulta relevante mencionar que casi el 90% de los estudiantes indicó que siempre es importante tener un comportamiento socialmente responsable en la profesión, justificando en función del valor que tienen las acciones personales y de las

organizaciones en la sociedad y el medioambiente. Asimismo, varios encuestados señalan las que no comportarse de manera socialmente responsable puede ser perjudicial para uno mismo y para la sociedad, aunque también aparece cierto descreimiento respecto de la implementación de políticas de RS por parte de las empresas, aduciendo que de esta manera se publicitan u obtienen ventajas fiscales o económicas.

La comparación entre los programas de las distintas asignaturas y lo que indican los alumnos respecto de haber visto contenidos de RS en las mismas da un poco más de visibilidad respecto de la inclusión de la temática en la formación profesional de los administradores. Por un lado, se confirma que las asignaturas *Administración Financiera* y *Teoría de la Decisión* prácticamente no abarcan el tema, ya que tanto en los programas analizados como en las respuestas de los estudiantes se observa esto. Por otro lado, se observa que la temática de RS parece estar incluida en el currículum oculto de la asignatura *Administración de la Producción*, donde cerca de la mitad de los alumnos indican haber visto contenidos de RS, mientras que el análisis de los programas indica lo contrario.

Respecto de las estrategias de enseñanza utilizadas por los docentes y las preferidas por los alumnos para trabajar sobre RS, se observa que existe una diferencia sustancial, en cuanto los alumnos elijen el *análisis de casos*, la *discusión de temas de actualidad* y la *ejemplificación de situaciones de la práctica profesional*, mientras que los estudiantes indican que los docentes utilizan, principalmente, el *enunciado de conceptos generales* y, en menor medida, la *discusión de temas de la realidad*.

Dicho todo esto, entendemos que, tal como se planteó al inicio de este trabajo, la mera mención de la Responsabilidad Social en los programas de las asignaturas de cada asignatura específica de Administración, no garantiza la apropiación del concepto de responsabilidad social por los alumnos para su aplicación en su futura práctica profesional. Para ello se requiere una dedicación mayor por parte de los docentes, incluyendo el tema en las clases y desarrollándolo a partir de estrategias pedagógicas que permitan al alumno construir un aprendizaje significativo y apropiarse de los valores de la Responsabilidad Social para su actual y futura práctica profesional.

Para ello, se presentan como propuestas pedagógicas las Pasantías y el Aprendizaje-Servicio, entendiendo que la RS requiere de la construcción conjunta de valores entre el alumnado, los docentes, las organizaciones y la comunidad toda. No somos ajenos a la

dedicación y tiempo que requiere la implementación de estas propuestas pero consideramos relevante iniciar la discusión respecto de su inclusión, en el caso del Aprendizaje-Servicio, y profundización, en el caso de las Pasantías, en la FCE-UBA.

Por último, creemos que el profesional socialmente responsable se preocupa y se ocupa de la construcción de un mundo mejor, siente la responsabilidad personal que le corresponde en la tarea común de acabar con la injusticia y los problemas sociales, además de procurar el respeto por el medio ambiente. Nuestras universidades, como formadoras de los futuros dirigentes de las organizaciones con o sin fines de lucro y de los organismos gubernamentales, tienen el deber ineludible de modelar la conducta de las personas desde su rol de estudiantes.

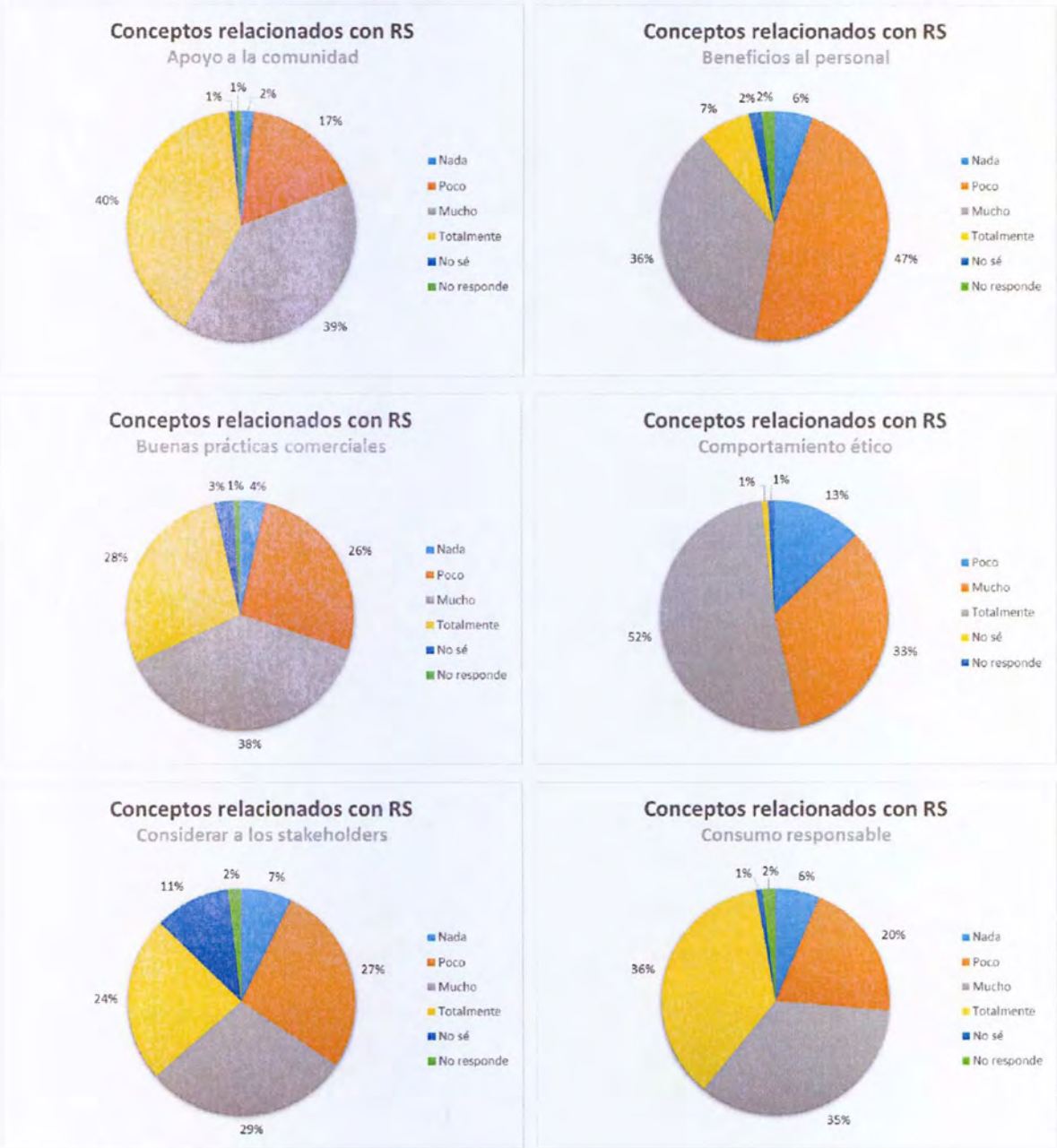
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argandoña, A. (2012). *Otra definición de Responsabilidad Social. Comentarios de la Cátedra "la Caixa"*. Universidad de Navarra: IESE Business School.
- Braunsberger, K., Flamm, R. (2012). A Mission of Civic Engagement: Undergraduate Students Working with Nonprofit Organizations and Public Sector Agencies to Enhance Societal Wellbeing. *International Society for Third-Sector Research*. Baltimore: Voluntas-Springer Science & Business Media B.V.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7ma ed.). México: McGraw-Hill.
- De la Calle, C., García, J.M., Giménez, P. (2007). La formación de la responsabilidad social en la universidad. *Revista Complutense de Educación*, 18(2), 47-66.
- Drucker, P. (1976). *La Gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires: El Ateneo.

- Gilli, J.J., Schulman, D., Garcia, N. (2014). *Temas de Responsabilidad Social en el currículo de tres universidades argentinas*. III Simposio Internacional de Responsabilidad Social de las Organizaciones (SIRSO). Lima: ULADECH-Católica.
- Kohlberg, L. (1969) Stage and sequences: The cognitive-development approach to socialization. *Hand of Socialization Theory and Research*. Chicago: Rand-McNally, 347-480.
- Ley del Sistema de Pasantías Educativa N°26.427 (2008).
- Marchesi, A. (1984). El desarrollo moral. *Psicología Evolutiva*, 2. Madrid: Alianza.
- O'Fallon, M., Butterfield, K. (2012). The Influence of Unethical Peer Behavior on Observers' Unethical Behavior: A Social Cognitive Perspective. *Journal of Business Ethics*, 109(2), 117-131. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/23259305>
- Scandroglio, B., López Martínez, J., San José Sebastián, M. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89. Recuperado de: <http://www.psicothema.com/pdf/3432.pdf>
- UNESCO (1997). *Hacia una nueva educación superior. La educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI, presidida por J. Delors.
- Vallaey, F. (2008). *Ética y RSU: Breve marco teórico de la Responsabilidad Social Universitaria*. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/eticarsu>
- Vallaey, F. (s.f.) *El ethos oculto de la universidad*. Recuperado de: http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/herramientas_RSU/ElEthosOcultodelaUniversidad.pdf
- Waterman, A. (2013). Service-learning: applications from the research. *Psychology Press*.

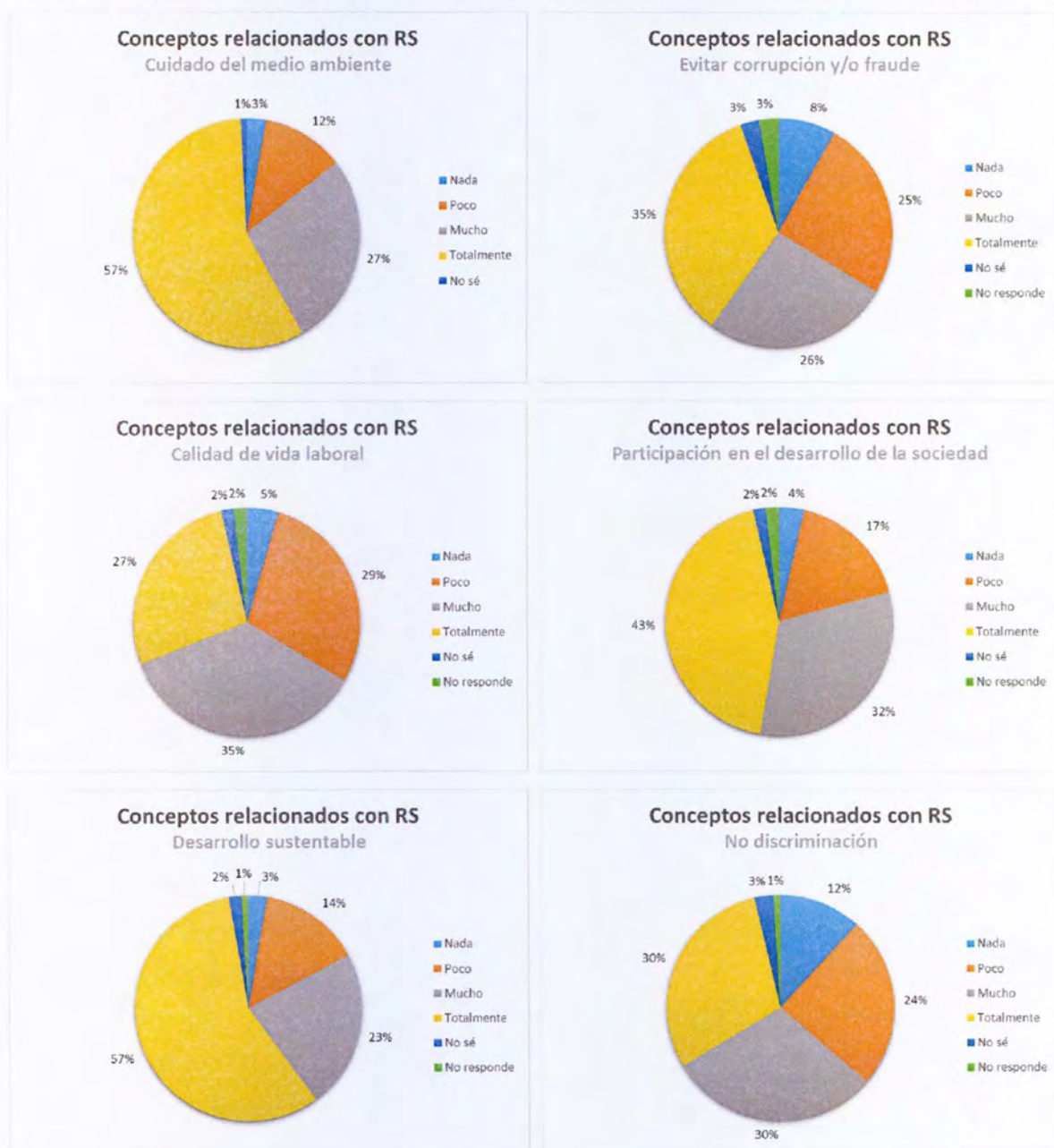
ANEXO

Gráficos 3 a 7: Conceptos que los alumnos incluyen cuando hablan de Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia

Gráficos 9 a 14: Conceptos que los alumnos incluyen cuando hablan de Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15: Conceptos que los alumnos incluyen cuando hablan de Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia