

# Percepción del Empresario Pyme en el Estudiante y/o Egresado Universitario sobre el uso de la Gestión Ambiental

JOSÉ SERGIO RAMÍREZ-GARCÍA<sup>1</sup>



## Resumen

La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de conocer e identificar la percepción del empresario sobre los estudiantes y/o egresados universitarios especialmente en los aspectos directamente involucrados con este tema, en el ramo de los negocios y en su ejercicio profesional como actual y/o futuro administrador de empresas. Para ello se llevó a cabo una encuesta con los responsables asignados de las organizaciones ubicadas en la Comarca Lagunera de Coahuila y Durango de diferente actividad y exclusivamente en pequeñas y medianas empresas. Con los resultados adquiridos se plantea la necesidad de generar y sistematizar un saber ambiental empresarial que pueda ser incorporado a nuevas estructuras curriculares, de aprendizaje y prácticas académicas capaces de preparar al profesionista con el fin de abordar los problemas ambientales de su disciplina mediante la inclusión de las nuevas tendencias y necesidades de las Pyme. Es pertinente investigar y ampliar más en este tema, ya que la situación actual universitaria es por demás propicia y sugiere, por ende, una respuesta inmediata, concisa y real que conduzca al cambio que el entorno demanda por medio de nuevos retos y que genere una mayor riqueza en el ámbito ambiental desde una visión de gestión sustentable, comprometida con las nuevas generaciones estudiantiles, con sus recursos, con sus conocimientos, con sus valores históricamente aprendidos, con la comunidad y con las empresas.

*Palabras clave:* Empresario Pyme, Gestión Ambiental, Estudiante, Egresado, Universidad, Ejercicio profesional.

## Perception of the SME Entrepreneur in the Student or University Graduate on the Use of Environmental Management

## Abstract

The present research was carried out with the objective of knowing and identifying the perception of the entrepreneur about the students and / or university graduates, especially in the aspects directly involved with this topic, in the field of business and in their professional practice as current and / or future business administrator. To this end, a survey was carried out among those responsible for organizations located in the Lagunera de Coahuila and Durango region with different activities and exclusively in small and medium-sized companies. With the results obtained, the need arises to generate and systematize a business environmental knowledge that can be incorporated into new curricular structures, learning and academic practices capable of preparing the professional in order to address the environmental problems of their discipline by including the new trends and needs of SMEs; Therefore, it is pertinent to investigate and expand more on this subject, since the current university situation is very favorable and therefore suggests an immediate, concise and real response that leads to the change that the environment demands through new challenges and that generate greater wealth in the environmental field from a sustainable management vision, committed to the new student generations, with their resources, with their knowledge, with their historically learned values, with the community and with companies.

*Key Words:* SME Entrepreneur, Environmental Management, Student, Graduate, University, Professional practice.

Recibido: 31 de agosto de 2020  
Aceptado: 17 de octubre de 2020  
Declarado sin conflicto de interés

<sup>1</sup> Facultad de Contaduría y Administración, Unidad Torreón, Universidad Autónoma de Coahuila, Torreón, Coahuila, México. josemirez-garcia@uadec.edu.mx

## Introducción

**E**l actual escenario contingente que estamos viviendo en el mundo pone a reflexionar a los empresarios sobre la exigencia que deben tener al autorizar y contratar a alumnos y/o egresados en el nivel profesional en su organización sobre sus bases en el ámbito de sustentabilidad y su compromiso con el medio ambiente. Desde décadas pasadas, cuando algunas personas comenzaron a ser conscientes de que el progresivo deterioro del medio ambiente era producto del modelo de desarrollo vigente basado en la creencia en un crecimiento económico sin límites, “han sido muchos los campos de conocimiento que han tratado de aportar alternativas en la búsqueda de un nuevo modelo de desarrollo basado en el respeto por el medio ambiente y por el hombre, un modelo que asuma como principios fundamentales los de durabilidad, eficiencia, redistribución, igualdad, suficiencia y solidaridad” (García Espinosa, 2014).

La educación en el nivel profesional no se ha mantenido ajena a este proceso. Las Instituciones de Educación Superior (IES) se han ocupado con fortuna e intensidad diversa de investigar, diseñar y poner en práctica diferentes estrategias educativas con la finalidad de armonizar las relaciones entre el hombre y el medio ambiente, estrategias que han ido evolucionando a medida que las sociedades también han modificado su concepción del “ambiente”, de su compromiso con la Gestión Ambiental y, por lo tanto, su percepción de la responsabilidad social universitaria (RSU). Gerard (2012:127) plantea que “los primeros modelos educativos preocupados por el ambiente lo reducían al medio natural y, en consecuencia, enfatizaban la necesidad de transmitir conocimientos útiles para la conservación de la naturaleza”. Más adelante, la visión del “ambiente” se amplió al medio social y se postuló una educación para concienciar sobre la crisis ambiental que aportase también la formación de valores y de hábitos y conductas pro ambientales.

Más cerca en el tiempo, en la década de los años noventa, los modelos educativos se fundan ya sobre el reconocimiento de que la RSU es un fenómeno complejo en el que interaccionan procesos biofísicos, socioeconómicos y culturales. Para su abordaje es preciso, entre otros instrumentos, plantear una educación integral y global mucho más comprometida con la sociedad, con las empresas y que requiere repensar el orden establecido. En este sentido, la RSU debe orientarse hacia un desarrollo sostenible que

implique, además de una optimización del ambiente, una mejora social, económica y política de las comunidades humanas (UNESCO, 2014).

Entendemos que asumir su compromiso y responsabilidad social es, para una universidad, un proceso permanente de mejora continua; el camino hacia un horizonte que nunca se puede alcanzar en su totalidad. Ninguna universidad puede autoproclamarse socialmente responsable, pero todas pueden responsabilizarse por sus vínculos e impactos sociales, sobre todo, a través de sus grupos de interés (Vallaey, De la Cruz & Sasía, 2009).

En las universidades se genera la necesidad y oportunidad de retribuir a sus grupos de interés, así como a su región, con propuestas de solución a las problemáticas sociales y ambientales, así como también a todas aquellas derivadas de su gestión, además de la responsabilidad de formar profesionales con valores sociales, con sentido de compromiso con su región y con el país, fomentando en ellos el espíritu de competitividad y sustentabilidad que el entorno demanda con los constantes cambios del contexto actual y futuro (Larrán, 2011).

Las grandes transformaciones no se lograrán con una sola persona, sino con un liderazgo comprometido y unas comunidades que se apoyen mutuamente. Docentes, políticos, economistas y activistas deben encontrar un terreno común en su búsqueda de un cambio sustancial y sostenible (Mohammed, 2014:2), ya que, por otra parte:

“La responsabilidad social de las empresas abarca la integración de las empresas en su entorno local. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor –y también como agente de la vida local– influye sin duda en su competitividad” (CCE, 2001:12).

Al revisar la literatura queda claro que la educación profesional es considerada la solución para los múltiples impactos negativos que a lo largo del tiempo se han ido incrementando, es por ello que es importante considerar planteamientos propositivos para contrarrestarlos en el ámbito y escenario laboral.

Con base en esta información nos planteamos la

pregunta de investigación para el presente trabajo ¿Qué percepción tiene el empresario del estudiante y/o egresado universitario sobre el uso de los recursos medioambientales y la gestión ambiental?

### Método

Se trata de una investigación de carácter exploratoria y descriptiva y se utilizó el método cualitativo y el método cuantitativo, ambos combinados para obtener una mayor eficiencia en los resultados; se identificó el grado de conocimiento en el tema ambiental de los empresarios Pyme de la localidad. Se tomaron en cuenta las variables de control como: sexo, puesto, tipo de actividad, antigüedad, número de empleados y residencia de la empresa dentro del área de la Comarca Lagunera (Torreón, Coahuila, Gómez Palacio y Lerdo, Durango).

En la aplicación de este instrumento, se parte de una población (n) de 187 empresas Pyme, distribuidas en la zona antes señalada. El número de empresas Pyme que se seleccionó para aplicar la encuesta fue de una muestra (n) de 60 que corresponde al 32% de la población total, en la que se entrevistó a 9 mujeres y 51 hombres ejecutivos de diferentes áreas de la empresa.

Las encuestas se llevaron a cabo de enero a marzo del 2020, vía online. La encuesta tuvo un total de 30 preguntas divididas entre variables independientes, dependientes y variables señaléticas. La encuesta contó con cuatro secciones: La primera sobre 6 puntos generales como: sexo, puesto, tipo de actividad, antigüedad, número de empleados y residencia de la empresa. La segunda sobre 7 reactivos de gestión ambiental (GA) como: satisfacción con el nivel de GA, información medioambiental, campañas de marketing, satisfacción con la GA del trabajador, trabajo en equipo y la solidaridad, falta de interés en proyectos de GA y participación en actividades de RSU. La tercera sobre 17 reactivos sobre el mercado laboral como: equidad de género, discriminación en el acceso a los diferentes puestos, empresa socialmente responsable, política institucional, universidad socialmente responsable, beneficios sociales y profesionales, trabajo en equipo y la solidaridad, clima laboral, capacitación en temas ambientales, hábitos ecológicos adecuados, elecciones democráticas y transparentes, información adecuada acerca de las decisiones institucionales, principios de actitudes y valores, comunicación y el marketing, cooperación con otras empresas, reuniones con colegas empresarios y necesidades

de una adecuada gestión ambiental. La cuarta con 6 reactivos sobre el alumno de Licenciatura en Administración de Empresas como: riesgos ecológicos y medioambientales, participación activa en la vida laboral, toma de decisión, vínculo de contenidos temáticos, reuniones con actores universitarios y adecuación del currículo. Se utilizó en cada apartado la escala de Likert de 1 a 5 en ascenso según el grado de importancia de la pregunta para el encuestado.

Al concluir la encuesta, se procedió al análisis de los datos utilizando el paquete estadístico SPSS. Se utilizaron para su comprensión e interpretación las tablas de contingencia o tablas cruzadas, proceso estadístico descriptivo y tablas de frecuencia.

### Resultados

Según los datos sociodemográficos, entre los participantes se encontraron 5 dueños, 36 administradores, 3 directores, 5 contadores y 11 de otros puestos. Se integró a 44 del área de servicios, del área de manufactura 14 empresas y del área mixta 2 empresas. Con antigüedad de 0 a 5 años se identificaron 25 empresas, de 6 a 10 años alrededor de 29 y de 11 años en adelante fueron 6 empresas. De ellas, de 0 a 20 empleados se identificaron 49 y de 21 a 50 empleados se identificaron 11 empresas siendo en el rango de 51 a 100 y de 101 en adelante que no se posicionó a ninguna. Cuarenta y ocho pertenecen a Torreón, Coahuila, 9 empresas a Gómez Palacio, Durango y 3 empresas a Lerdo, Durango.

Algunos de los resultados más relevantes encontrados en la encuesta elaborada para las empresas PYME, se presentan a continuación.

El Cuadro 1 presenta los resultados obtenidos en la combinación de las variables de Empresa Socialmente Responsable y Universidad Socialmente Responsable, utilizando el método de la tabla cruzada.

Se comparó la variable de la pregunta 10: ¿La empresa es socialmente responsable con sus empleados y con la comunidad?, combinada con la segunda variable que pertenece a la pregunta 12: ¿Considera que la universidad es socialmente responsable?, ambas con la misma cantidad de opciones de respuesta (1. No estoy de acuerdo, 2. Casi nunca estoy de acuerdo, 3. En algunas ocasiones estoy de acuerdo, 4. Casi siempre estoy de acuerdo, 5. Siempre estoy de acuerdo).

Aquí hemos comparado hasta qué punto el empresario logra percibir a la universidad y a su propia empresa en el ámbito socialmente responsable.

**Cuadro 1. Relación entre Empresa Socialmente Responsable y Universidad Socialmente Responsable**

	Universidad Socialmente Responsable			Total
	3.00	4.00	5.00	
Empresa Socialmente Responsable	3.00	8	5	13
	4.00	1	31	38
	5.00	0	1	9
Total		9	37	60

Nota: La parte sombreada de renglones y columnas indica las cantidades más altas resultantes de la relación de variables.  
Fuente: Elaboración propia.

Encontramos que existe coincidencia en la percepción en ambos lados en donde 64% de encuestados argumentan que casi siempre lo son, mientras que el 23% argumentan que siempre lo hacen y solo el 13% comentan que solo en algunas ocasiones. Estos resultados son un buen indicador ya que el esfuerzo en la imagen que proyecta la universidad es bien vista por el empresario.

El Cuadro 2 describe los resultados obtenidos en la combinación de las variables de reuniones con colegas empresarios vs reuniones con actores universitarios, utilizando el mismo procedimiento.

En cuanto a los resultados obtenidos en esta combinación de variables es importante destacar algunas características de la relación entre las mismas como las que se muestran a continuación:

Al evaluar la variable de la pregunta 23. ¿He tenido reuniones con colegas empresarios para examinar los aspectos de RSU vistos desde la gestión ambiental ligados a los trabajadores universitarios contratados?, combinada con la segunda variable que pertenece a la pregunta 29. ¿En mi empresa hemos tenido reuniones con actores universitarios para discutir la pertinencia e inclusión laboral ideal del currículo de la LAE?, se observa en esta combinación con qué frecuencia el empresario ha tenido reuniones con otros colegas o con representantes de la universidad teniendo como principal eje de discusión aspectos de medioambientales y del curriculum ideal del estudiante. Se logró identificar que los empresarios que han tenido reuniones con otros empresarios, presentan una combi-

nación de respuestas entre las opciones de la 2 a la 4, donde la opción con más puntaje es la opción 4 (casi siempre) con un 75%, seguida de la 3 (algunas ocasiones) con un 22% y la opción 2 (casi nunca) con un 2%. En cuanto a la reunión con actores universitarios se encuentra que el 78% de la población encuestada casi siempre tiene reuniones y sólo el 22% de la población en algunas ocasiones lo hacen y sólo presentan una combinación de respuestas entre las opciones 3 y 4, es decir, está más cerrada la discusión, lo que aumenta el grado aceptación. Los resultados presentados son un buen indicador ya que se ve el equilibrio entre la aceptación del empresario sobre las reuniones con ambos actores para debatir los problemas ambientales y de CV de los alumnos y egresados universitarios.

El Cuadro 3 presenta los resultados obtenidos en la combinación de las variables de Sexo vs Discriminación en el acceso a los diferentes puestos. Se evaluaron las variables de sexo versus la pregunta 9, Discriminación en el acceso a los diferentes puestos, la cual se planteó como ¿No existe discriminación en el acceso a los diferentes puestos, ni por género, religión, raza, orientación política o sexual?

Observamos que su impacto más bajo en respuestas afirmativas se encuentra más acentuadas en las mujeres ya que sólo las respuestas las posicionaron en tres, en la opción de nunca con un 2%, también con casi nunca con un 6% y en algunas ocasiones con un 5%, es decir, su aceptación de la pregunta es muy baja lo hace suponer que sí son discriminadas desde su punto de vista al momento de promocionarse en los

**Cuadro 2. Relación entre Reuniones con actores universitarios y Reuniones con colegas empresarios**

	Reuniones con actores universitarios		Total
	3.00	4.00	
Reuniones con colegas empresarios	2.00	2	2
	3.00	7	13
	4.00	4	45
Total		13	47

Nota: La parte sombreada de renglones y columnas indica las cantidades más altas resultantes de la relación de variables.  
Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 3. Relación Sexo versus Discriminación en el acceso a los diferentes puestos**

	Discriminación en el acceso a los diferentes puestos					Total	
		1	2	3	4		5
Sexo	1	0	0	19	26	6	51
	2	1	4	3	1	0	9
Total		1	4	22	27	6	60

Nota: La parte sombreada de renglones y columnas indica las cantidades más altas resultantes de la relación de variables.  
Sexo: 1 = Hombres, 2 = Mujeres.

Fuente: Elaboración propia.

diferentes puestos en la empresa; mientras que los hombres responden que siempre están de acuerdo con un 10%, también argumentan que casi siempre están de acuerdo con un 43% y los que comentan que sólo en algunas ocasiones es del 32%. Cabe señalar que la mayoría de los trabajadores encuestados son hombres (51) los cuales representan el 85% en contra parte las mujeres (9) son sólo el 15%.

El Cuadro 4 presenta los resultados obtenidos en la combinación de las variables de Número de empleados vs Hábitos ecológicos adecuados. La pregunta 17 menciona: ¿La organización en la empresa permite a los empleados adquirir hábitos ecológicos adecuados? Por su parte la variable de número de empleados presenta cuatro opciones de respuesta: 1) 0 a 20 2) 21 a 50 3) 51 a 100 4) 101 en adelante.

Se logró identificar que en la variable correspondiente al número de empleados el impacto está ubicado entre la opción 1) 0 a 20 empleados con un total 49 respuestas correspondientes al 82% de la encuesta y la opción 2) 21 a 50 empleados con un total de 11 respuestas correspondientes al 18% de la encuesta; ya que los participantes de otros dos grupos no quisieron colaborar. Por otro lado, en los resultados de la pregunta 17 se identifica que las coincidencias se encuentran entre la respuesta de la opción 3 a la 5, en donde la opción 4 (casi siempre) concentra la mayoría de las respuestas con 35 es decir el 58% del total, seguida de la opción 5 (siempre) con 14 es decir el 23% del total y la opción 3 (algunas ocasiones) con 11 respuestas es decir 19% del total de las preguntas,

concluyendo que la mayoría de los encuestados están convencidos de la pregunta. También se observa que en donde salieron mejor evaluados los empresarios en cuanto a permitir que los empleados adquieran hábitos ecológicos adecuados es en el grupo 2 el cual corresponde al de 21 a 50 empleados, es decir se concluye que entre más grande es la empresa más comprometida está en este rubro.

El Cuadro 5 presenta los resultados obtenidos en la combinación de las variables de residencia y participación en actividades de RSU.

Encontramos que en la variable correspondiente a la residencia de la empresa su rango de frecuencia se encuentra en la opción 1 (Torreón) con 48 respuestas correspondiente al 80% tanto válido como acumulado en los resultados; en la opción 2 (Gómez Palacio) con 9 respuestas correspondiente al 15% válido y 95% acumulado en los resultados y en la opción 3 (Lerdo) con 3 respuestas correspondiente al 5% válido. En cuanto a la variable de P 7, haber participado en actividades de RSU se logró identificar que las respuestas se inclinaron entre la opción 4 y 5. Es importante señalar que en la opción 4 que se refiere a que casi siempre lo hacen fueron 39 los encuestados que respondieron afirmativamente que corresponde al 65% tanto válido como acumulado en los resultados. Por último, en la opción 5 (siempre estoy de acuerdo) con 21 respuestas correspondiente al 35% válido algo que preocupante es en el puesto del administrador con un 60% donde comentan que casi nunca se sienten escuchados y por lo cual no participan activamente en su vida

**Cuadro 4. Relación Número de empleados y Hábitos ecológicos adecuados**

	Hábitos ecológicos adecuados			Total	
		3.00	4.00		5.00
Número de empleados	3.00	8	5	0	13
	4.00	1	31	6	38
	5.00	0	1	8	9
Total		9	37	14	60

Nota: La parte sombreada de renglones y columnas indica las cantidades más altas resultantes de la relación de variables.  
Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 5. Resultados obtenidos entre las variables Residencia y Participación en actividades de RSU**

Variable	Opción con puntaje	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Residencia</b>	<b>Válido</b>	1	48	80	80
		2	9	15	95
		3	3	5	100
<b>Total</b>		60	100	100	
<b>Participación en actividades de RSU</b>	<b>Válido</b>	4	39	65	65
		5	21	35	100
	<b>Total</b>		60	100	100

Nota: La parte sombreada indica las cantidades válidas correspondientes a cada variable.

Fuente: Elaboración propia.

laboral contra un 18% que mencionan que siempre están de acuerdo. En conclusión podemos identificar que son las empresas ubicadas en Torreón, Coahuila las que se encuentran en el rango de mayor convencimiento entre las que casi siempre y siempre participan más en actividades de RSU, seguidas de las de Gómez Palacio, Durango.

El Cuadro 6 presenta los resultados obtenidos en la combinación de las variables de Tipo de actividad *versus* Trabajo en equipo y solidaridad.

Observamos que en la variable Tipo de actividad que su rango de frecuencia se encuentra entre la opción 1 (de empresas de servicios) con 44 respuestas correspondiente al 73.3% tanto válido como acumulado en los resultados; en la opción 2 (de empresas de manufactura) con 14 respuestas correspondiente al 23.3% válido y 96.7% acumulado en los resultados y en la opción 3 (de empresas mixtas) con 2 respuestas correspondiente al 3.3% válido y 100% acumulado en los resultados finales. En cuanto a la variable de P 14. Trabajo en equipo y solidaridad, las respuestas se

inclinaron entre la opción 3 a la 5, en donde en la opción 3 acerca de que sólo en algunas ocasiones está de acuerdo con la pregunta fueron 5 los encuestados que respondieron afirmativamente, lo que corresponde al 8.3% tanto válido como acumulado en los resultados; en la opción 4 (casi siempre estoy de acuerdo) con 36 respuestas correspondiente al 60% válido y 68.3% acumulado en los resultados y por último, en la opción 5 (siempre estoy de acuerdo) con 19 respuestas correspondiente al 31.7% válido y 100% acumulado en los resultados finales. Se concluye que son las empresas de servicios las que más promueven el trabajo en equipo y la solidaridad entre los trabajadores y que lo hacen de manera regular.

### Discusión y conclusiones

El objetivo de esta investigación fue conocer e identificar la percepción del empresario sobre los estudiantes y/o egresados universitarios especialmente en los aspectos directamente involucrados

**Cuadro 6. Resultados obtenidos en la combinación de variables Tipo de actividad *versus* Trabajo en equipo y solidaridad**

Variable	Opción con puntaje	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Tipo de actividad</b>	<b>Válido</b>	1	44	73.3	73.3
		2	14	23.3	96.7
		3	2	3.3	100
<b>Total</b>		60	100	100	
<b>Trabajo en equipo y solidaridad</b>	<b>Válido</b>	3	5	8.3	8.3
		4	36	60	68.3
		5	19	31.7	100
<b>Total</b>		60	100	100	

Nota: La parte sombreada indica las cantidades válidas correspondientes a cada variable.

Fuente: Elaboración propia.

con este tema, en el ramo de los negocios y en su ejercicio profesional como actual y/o futuro administrador de empresas. Siendo por ello muy importante que las universidades logren responsabilizarse por los compromisos compartidos actuales y sobre todo tener apertura para los comentarios y sugerencias que puedan surgir de los empresarios sobre sus alumnos y egresados en el contexto medioambiental, social, sobre la toma de decisiones y sobre su propia gestión.

En el diagnóstico de la percepción del empresario, resultó destacable que la mayoría de los encuestados percibía que las acciones de gestión ambiental se llevaban a cabo por imagen, ya que estas mismas personas son actores sociales relacionados de manera directa por su propia actividad empresarial con esta temática. De la misma manera, por el hecho de que las universidades son reconocidas en este ámbito sólo por un 37% de los encuestados.

También es destacable mencionar que hasta la fecha existe un limitado acceso de las mujeres a promocionarse en el ascenso de puesto; otra cosa que se identificó es que es evidente que son las empresas de servicios las que más promueven el trabajo en equipo y la solidaridad entre los trabajadores y que lo hacen de manera regular al igual que son las empresas ubicadas en la ciudad de Torreón, Coahuila, las que tienen mayor participación en actividades medioambientales; de igual forma se observa que en donde salieron mejor evaluados los empresarios en cuanto a permitir a los empleados adquirir hábitos ecológicos adecuados es en el grupo 2 el cual corresponde al de 21 a 50 empleados, es decir se concluye que entre más grande es la empresa más comprometida está en este rubro.

Estas diferencias acentuadas de resultados podrían en un momento dado repercutir directamente en la

participación activa del trabajador y en su vida laboral en el ámbito medioambiental y sustentable. Ello justifica que las IES fortalezcan sus acciones de RS como estrategia orientada a la competitividad y desarrollo de las regiones y la aceptación de propuestas de solución a los problemas sociales y ambientales tanto internos como externos, así como también a todos aquellos derivados de su gestión con el mundo empresarial, ya que sería como una buena referencia para la contratación de su personal laboral.

Finalmente, consideramos pertinente investigar y ampliar más en este tema, ya que la situación actual universitaria es por demás propicia y demanda, por ende, una respuesta inmediata, concisa y real que conduzca al cambio que el actual entorno exige.

## Referencias

- CCE, C. (2001). *Libro Verde- Fundamentos un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: CCE.
- García Espinosa, S. (2014). *La Responsabilidad Social en las Universidades Mexicanas*. Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Gerard, G. (2012, p 127). *Responsable Beta*. Obtenido de <http://responsable.net>
- Larrán, M. (2011). *Estado de la cuestión de la Responsabilidad Social un estudio cuantitativo y cualitativo*. Comunicación presentada en el Congreso AECA (54h). Obtenido de [www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_xvicongresoaecca/cd/54h.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/54h.pdf)
- Mohammed, A. (2014). *El desarrollo sostenible comienza por la educación. Informe de Seguimiento de la Educación Para Todos en el Mundo*. París: UNESCO.
- UNESCO. (2014). *El desarrollo sustentable comienza por la educación*. París: UNESCO.
- Vallaes, De la Cruz, & Sasía. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria. Manual de Primeros Pasos*. México: McGraw-Hill Interamericana.