



La responsabilidad social universitaria como estrategia de vinculación con su entorno social

*Cynthia Martínez de Carrasquero, Ramón J. Mavárez,
Ligibther A. Rojas, P. y Belkis Carvalho*
Universidad del Zulia. Maracaibo- Venezuela.
carrama@cantv.net, rjmavarez@hotmail.com
rligibther@hotmail.com, belkiscarvalho@hotmail.com

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo proponer lineamientos estratégicos que articulen las funciones universitarias, como lo son la docencia, investigación y extensión, con miras a fortalecer la vinculación universidad-entorno social bajo el enfoque de responsabilidad social universitaria. Se trabajó con una metodología descriptiva, analítica, de campo, con una muestra representada por el Consejo Central de Extensión de la Universidad del Zulia y sus distintas Divisiones de Extensión de las diferentes facultades. Entre las variables que se midieron en el instrumento las mismas corresponden a la variable de Responsabilidad Social, Extensión Universitaria y Universidad-Entorno Social, con sus diferentes indicadores. Entre algunos de los resultados, se evidencia que la mayor práctica de responsabilidad social ésta referida a la transferencia de tecnología a través de asesorías a las comunidades con un 37%. Asimismo, se constata una débil participación gremial en estas actividades, reflejando que sólo el personal administrativo y obrero destacan en este rubro con su participación (40%). Entre las conclusiones se evidencia poca cultura de

Recibido: 12-06-2007 • Aceptado: 15-09-2007

Extensión Universitaria relacionada fundamentalmente, con el desequilibrado funcionamiento de las actividades académicas. Siendo así, la presente propuesta presenta lineamientos, en función de definir un claro interés propio de Responsabilidad Social, establecer alianzas duraderas con el entorno, utilizar a los medios de comunicación como verdaderos agentes de transformación social, realizar una sistematización de las acciones de responsabilidad social que se realizan, entre otros. Todo ello con el fin de que éstos lineamientos sirvan como base para la elaboración de planes de desarrollo con una cultura extensionista por parte de la comunidad universitaria en general.

Palabras clave: Responsabilidad social, compromiso social, extensión, vinculación universidad-entorno social.

University Social Responsibility as a Strategy to Connect the University with the Social Environment

Abstract

The purpose of this investigation is to propose strategic guidelines that articulate university functions, such as teaching, research and extension, with an eye to strengthening the university-social environment connection using a university social responsibility approach. The study employs a descriptive, analytical field methodology, using a sample represented by the Central Extension Council of the University of Zulia and its varied Extension Divisions in the different schools. Among the variables measured by the instrument were social responsibility, university extension and university-social environment, with its different indicators. Some results demonstrated that the greatest social responsibility practice (37%) refers to technology transfer through advising communities. Likewise, weak trade-union participation was noted in these activities, reflecting that only administrative and working staff stands out in this item with a 40% participation. Conclusions indicated that little university extension culture was shown, related

fundamentally to an unbalanced functioning of the academic activities. Due to this, the present proposal offers guidelines to define a clear interest in social responsibility, establish lasting alliances with the environment, use communications media as true social transformation agents, systematize the social responsibility actions carried out, among others, so that these guidelines serve as a basis for drawing up development plans with a culture of extension on behalf of the general university community.

Key words: Social responsibility, social engagement, extension, university-social environment connection.

1. Introducción

En la actualidad resulta oportuno, plantear la relación entre la Universidad- Estado-Sociedad, pues de esta manera se puede evidenciar que la universidad tiene una función social, que influye y transforma su entorno, es decir, es un auténtico factor de transformación social, y que por lo tanto, según sea el fin que se proponga, ayudará a construir una sociedad con unas determinadas características.

En tal sentido, esta integración involucra la superación de las percepciones mutuas de suspicacia entre los tres componentes, la priorización de la educación superior como instrumento del desarrollo, el establecimiento de una dirección bidireccional entre la universidad y su entorno y el incremento de la calidad del producto universitario”.

Asimismo, se debe aceptar que hoy en día el trabajo de la universidad va más allá de sus funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión. Ella puede además llegar a influir poderosamente en los modelos y en las orientaciones del desarrollo económico e industrial, social y cultural de las regiones donde está inserta (Martínez, 2002).

Atendiendo a estas consideraciones, los cambios generados en la sociedad, motivados por fenómenos como la globalización, presentan una realidad caracterizada por una altísima complejidad que amerita ser abordada con una visión holística. Las transformaciones que deberán producirse para lograr el progreso y desarrollo de la sociedad se fundamentan en el recurso organizacional más importante que es el conocimiento (Tunnermann, 2000). Las universidades tienen como misión la generación y difusión de conocimientos para de esa manera poder cumplir la función social que se les ha encomendado. En atención a ello se requiere que las instituciones de educación superior inicien un proceso de cambio institucional para estar en sintonía con los cambios que han originado esta nueva época.

Así, el contexto que identifica a cualquier institución de educación superior está caracterizado por un entorno complejo, donde el cambio ha sido lo permanente. A éste respecto, (Stoner, 1995), plantea que las organizaciones emprenden programas de cambio al menos por tres razones: a) Los cambios en el entorno amenazan la sobrevivencia de la organización, b) Los cambios en el entorno ofrecen nuevas oportunidades para progresar y, c) La estructura y forma de funcionamiento de la organización está retrasando su adaptación a los cambios del entorno.

A su vez, (De Souza, 2002), plantea que es necesario pensar filosóficamente en el cambio y el desarrollo, ya que sin comprender por qué, ni con qué propósito se inicia un proceso de cambio, faltarán criterios para saber si se está conduciendo hacia un fin determinado, y faltarán argumentos para convencer a otros de que el esfuerzo es necesario y relevante, expresa este autor que, al observar muchos de los procesos de cambio institucional en América Latina, pareciera que el cambio, que solo es un medio, se ha transformado en un fin en si mismo. Se pregunta, entonces, por qué deben cambiar las universidades: para ser más eficientes, para ser más competitivas, para mejorar la calidad, para hacer la reingeniería de su arquitectura organizacional o para hacer la planificación estratégica. Todas estas interrogantes se

refieren únicamente a los medios. Tal vez la respuesta más sencilla es: para reconstruir su relevancia en la sociedad, porque la sociedad está experimentando un cambio de época.

El cambio en cuestión en la universidad, se percibe como una búsqueda de un equilibrio entre la coherencia interna y la correspondencia con lo que demanda el contexto, es decir conocer cuanto se corresponde el discurso universitario con la acción (Fuenmayor , 1995).

Ante tal situación, asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida.

2. Responsabilidad social

Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el Estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Por muy afectado que se éste, es hora de replantear la responsabilidad social de todos los entes involucrados en todas sus dimensiones, pues de no hacerlo, para ella misma y para toda la sociedad, será tomar palco para ser testigos de nuestro propio entierro. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un nefasto y fatídico futuro (Kliskberg, 2002).

Dentro de este marco de idea, se entiende la responsabilidad social como la práctica de una organización respecto a terceros (Ivancevich, 1997). En otras palabras, alude al modo en que la empresa u organización se relaciona e impacta en la sociedad a través

de sus prácticas, y a la influencia que la sociedad y las expectativas de los actores sociales tienen sobre esta.

Para el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brazil, la Responsabilidad Social es una forma de conducir los negocios de la empresa de tal manera que la convierta en aliada y corresponsable por el desarrollo social.

Aun cuando se ha constituido en un concepto ampliamente utilizado en los documentos políticos gubernamentales, así como también en la literatura de la sociedad civil y de las agencias internacionales (ONU, Banco Mundial, OIT) la responsabilidad social sigue siendo un desafío. En la última década, el concepto de responsabilidad social se ha constituido como una tendencia en crecimiento, reflejando en definitiva, el resurgimiento de valores en la sociedad y la manifestación de las organizaciones en involucrarse a través de sus iniciativas con la sociedad civil.

La responsabilidad social (RS), como concepto en formación, recorre su camino adquiriendo nuevas especificidades para desplegar su potencial en su campo de acción. Recientemente, durante la Conferencia de Responsabilidad Social que se realizó en Estocolmo 2004, se resolvió desarrollar una norma de estandarización (ISO) para la RS, que tomó en cuenta patrones de ética, compromiso comunitario, medio ambiente y relaciones laborales, entre otros ítems.

En un principio ser “socialmente responsable” para una empresa, significaba simplemente enviar un camión con productos básicos a una comunidad rural donde iban a ser más que bien recibidos. Así, las políticas de RS fueron aumentando gradualmente hasta llegar a considerar una acción de responsabilidad social como valor agregado de un producto por parte de una empresa. Esta noción de que las empresas realizan acciones socialmente responsables sólo para “devolver a la comunidad parte de lo que ésta les reditúa”, suena por demás inocente. Para Augusto Baertl, Presidente Ejecutivo de la empresa peruana Gestora de Negocios e Inversiones, plantea que: la RS debe ser visto como un acto -que con visión

de mediano y largo plazo- donde si el entorno es sostenible y más productivo, genera sinergias positivas de la empresa hacia ese entorno que va a permitir maximizar la competitividad y productividad o ventas de una empresa determinada.

Así, según un estudio del Centro para la Responsabilidad Social Empresaria, el 61% de los consumidores considera importante que una empresa -sin importa su tamaño- esté comprometida con su entorno inmediato, más allá de sus objetivos económicos.

En la ultima década, el concepto de responsabilidad social se ha constituido como una tendencia en crecimiento, reflejando en definitiva, el resurgimiento de valores en la sociedad y la manifestación de las organizaciones en involucrarse a través de sus iniciativas con la sociedad civil.

En este orden de ideas, el ámbito universitario ha sido siempre cuna de ideas, proyectos y alternativas para temas que se instalan en las sociedades o en ámbitos específicos de ésta, y requieren de cierto marco de pensamiento para utilizarlos mejor. En el caso de la Responsabilidad Social, **la universidad cumple un rol fundamental** en la investigación de las políticas para llevar adelante, y en el diseño de campos de acción para incursionar, o bien en el análisis de los marcos establecidos para proponer soluciones alternativas. Si bien la tarea llevada adelante por las distintas fundaciones proporcionan a los estudiosos una amplia perspectiva del manejo e implementación de las acciones de RS, la universidad provee al sector **datos y estudios que se transforman en complementos ideales** del trabajo de estas fundaciones y empresas que contemplan Responsabilidad Social Empresarial.

Visto así, la universidad no solo debe interpretar esa demanda social, esa necesidad de mercado, sino que debe ser un factor importante para promover el cambio social y el desarrollo del entorno. La participación de la comunidad educativa universitaria en el logro de metas, debe darse en el marco de ese ejercicio responsable del juicio de los actos y del respeto a la libertad, la ética y la tolerancia dentro

de una perspectiva de compromiso y pertinencia institucional. Cada día más, la sociedad demanda de la universidad, de la academia, mayor participación de los hechos sociales (Esteves, 2003).

Desde este punto de vista, el nuevo enfoque de la universidad debe contribuir decididamente a la solución de los críticos problemas que aquejan a la sociedad. Estos problemas, que deben percibirse a través de la identificación de necesidades sociales, económicas y políticas insatisfechas que requieren soluciones a largo plazo, comprometen la participación de amplios sectores públicos y privados, y sobre todo, nuevos esfuerzos y estilos de cooperación ciudadana (Raga, 1998).

De manera que, al concebir la universidad como organización responsable de la creación y difusión del conocimiento, como su principal producto, inquieta en el sentido de como debe ser administrada y obliga a conocer de ella el criterio de la pertinencia, para comprobar que los objetivos propuestos por la institución corresponden a los requeridos por la sociedad.

Por otra parte, estar a tono con los nuevos tiempos, la universidad requiere definir la visión integral de sus funciones académicas: docencia, investigación y extensión sobre un nuevo paradigma cuyo uno de sus mejores soportes es una comunicación oportuna como eje transformador que le permita, a través de la creación y difusión del conocimiento lograr la correspondencia entre lo que la sociedad demanda por una parte y la coherencia interna que debe reinar en la universidad, por la otra, en la búsqueda de la pertinencia social que aspira el contexto de las instituciones de educación superior, tratando de hacer compatible el discurso con la acción (Ibid).

Asimismo, la búsqueda del conocimiento, su transmisión y aplicación dan origen a estas funciones básicas de las instituciones universitarias: investigación, docencia y extensión. Si bien, en determinados momentos de su desenvolvimiento histórico una de esas funciones ha prevalecido sobre la otra, lo cierto es que el ideal reside en una equilibrada integración de las mismas, de modo que

las tres estén siempre presente en todas las tareas de la actividad universitaria. De este modo, lo deja explícito el Plan de Desarrollo Estratégico de la Universidad del Zulia (LUZ) (2000-2004), en uno de sus objetivos estratégicos el cual expresa el fomento de las potencialidades de producción de bienes y servicios competitivos como medio para fortalecer estas funciones básicas. Siendo la extensión, una de las funciones motoras como unidad de análisis para el desarrollo de esta investigación, la misma debe dar respuesta a las grandes necesidades de la sociedad y contribuir a la excelencia académica con compromiso social.

En este sentido, es pertinente aclarar los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Universitaria (RSU) haciendo alusión la primera a un modo de gestión integral de la empresa. Las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, aplicada en la última década, han logrado superar poco a poco el enfoque filantrópico que limitaba la participación social de la empresa a un conjunto de obras de caridad para poblaciones necesitadas, promovidas gracias al uso de recursos residuales, pero sin relación intrínseca con la actividad productiva cotidiana de la organización.

De lo anterior, se afirma que la Responsabilidad Social es un modo de gestión integral de la empresa, que se puede caracterizar como gestión de impacto (humanos, sociales y ambientales), que la actividad de la organización genera, en un esfuerzo constante por abarcar y satisfacer los intereses de todos los afectados potenciales (Vallaes, 2006).

Por lo tanto, las universidades no podían quedarse alejadas de la reflexión sobre Responsabilidad Social, no solo porque son organizaciones, sino porque además son responsables de formar a los futuros profesionales que laboraran en las empresas, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos, y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común de nuestro mundo.

Es así como el interés corporativo, bien entendido no puede dejar de ser sensible a la sociedad en la cual se desarrolla la organización, y reconocer las intersolidaridades, como lo afirma Edgar Morin (2006). Por lo tanto la responsabilidad social es a la vez una exigencia ética y una estrategia racional de desarrollo para la inteligencia organizacional y por ende, de las instituciones de educación superior.

Los dos principales propósitos de la Universidad son ante todo la formación humana y profesional (propósito académico) y la construcción-creación de nuevos conocimientos (propósito de investigación), sabiendo que estos dos fines se relacionan estrechamente.

De esta forma, la Responsabilidad Social compenetra y articula todas las partes orgánicas de la Universidad, incluyendo en una misma estrategia de gestión a la administración en cuanto a la docencia, la investigación y la extensión, la cual comprende todos los demás servicios universitarios vinculados con el entorno social (servicios de consultoría, asesorías, asociaciones, y proyección social, oficina de comunicación institucional, etc.); lo cual dista mucho del modelo de proyección social voluntaria que solo abarca al cuarto rubro de los impactos.

Con base a lo expuesto, este desplazamiento de la atención hacia el entorno social por parte de la universidad (proyectos sociales hacia fuera), hacia la gestión integral de la organización académica, es la clave para comprender lo que puede y debería significar la Responsabilidad Social Universitaria, con miras a desarrollar la calidad de la gestión social y ambiental de ésta.

Atendiendo a estas consideraciones, se plantea que:

- la RSU es una estrategia de gestión universitaria, tratando de mantener un enfoque holístico sobre la propia organización universitaria, y concibiendo iniciativas interdisciplinarias (sinergia entre facultades y dependencias universitarias) e interinstitucionales (asociación de varias funciones de la estructura institucional).

- Que el papel de la universidad no es el de sustituir al Estado o a las Organizaciones no Gubernamentales de desarrollo (ONGs), sino de asumir cada vez mejor su rol de formación superior integral con fines éticos y en pro del desarrollo sostenible de su comunidad, precisando no concebir las relaciones entre la universidad y el entorno social en términos de donación o ayuda unilateral.

Visto de esta manera, y nuevamente citando el Plan de Desarrollo Estratégico (2000-2004), en cuanto a los lineamientos de políticas institucionales académicas, en lo que respecta a la extensión, se le concibe como la relación de la universidad con su entorno, partiendo de un equilibrado intercambio que deje un valor agregado social e institucional. De manera que, la universidad asuma como compromiso la participación de esta en el desarrollo social, cultural y científico de la colectividad.

En consecuencia, la proyección social es la función que cumple la universidad con el medio externo. Se apoya en la docencia y la investigación para el diseño y desarrollo de proyectos que articulen las experiencias y saberes de la academia con los saberes y experiencias del entorno. En este proceso la universidad reconoce características, cultura, potencialidades, necesidades y demandas del medio externo, así podrá estar dispuesta a abrir múltiples y flexibles formas de interacción con los sectores sociales, con los gobiernos locales y nacionales, con los organismos no gubernamentales, con las organizaciones populares y con el sector productivo (Ponz, 1996).

Partiendo de lo anterior, se pretende abordar en esta investigación el compromiso social de la universidad como objeto de estudio, desde la práctica de acciones de responsabilidad social, entendida ésta como una estrategia fundamental para lograr el fortalecimiento de la necesaria vinculación universidad-entorno social.

3. Balance social, herramienta de gestión de la responsabilidad social

El Balance Social pretende ser un documento que refleje el grado de responsabilidad social de la empresa frente a la sociedad. Un instrumento que permita conocer qué esperan los stakeholders de la empresa, dar a conocer los objetivos éticos, reforzar la lealtad y el compromiso para con los terceros vinculados (trabajadores, accionistas, clientes, proveedores, socios, administraciones públicas etc.), facilitar la toma de decisiones y mejorar el conjunto de la actividad empresarial y social de la empresa (CIES, 2002).

El término “Balance Social”, que procede de Francia (Ley de 1977), es uno de los términos de mayor aceptación. Se considera que es una buena combinación de conceptos, al recoger por un lado el concepto de “balance”, no se trata de una auditoría oficial ni de un simple informe de gestión y por otro lado el término “Social” que engloba un significado superior al ético-moral.

Por su parte, la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS) realizó un estudio para Venamcham sobre la Inversión Social de la Empresa Privada en Venezuela, a través del cual se constató que si bien había una nueva visión social por parte de la empresa que se expresaba como un compromiso de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población y el desarrollo del país, también se comprobó la necesidad de disponer de un instrumento que permita evaluar de manera más sistemática la responsabilidad social empresarial.

En tal sentido la FEGS, se dio a la tarea de diseñar un Modelo de Balance Social adaptado a la empresa venezolana, en el sentido que atiende a sus características e idiosincrasia.

Una acepción amplia de la responsabilidad social, como la que asume el Modelo FEGS, abarca las relaciones de la empresa con todos sus interlocutores sociales: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y comunidad, así como con el medio ambiente. Esto significa que un balance social debe reportar aquellas característi-

cas del ejercicio de la responsabilidad social a lo interno de la empresa, que hemos denominado la dimensión interna y aquellas que tienen que ver con su comportamiento hacia el entorno de la misma, la cual hemos llamado dimensión externa.

El balance social es un instrumento de medición de la responsabilidad social de la empresa y constituye una metodología que tiene fundamentos filosóficos, estratégicos y gerenciales, cuyas características se exponen a continuación, ya que indican aquellos aspectos fundamentales que deben ser reportados en un balance social:

Fundamentos filosóficos: en la medida en que la responsabilidad social es consecuencia de una necesidad ética de la actuación empresarial, que la obliga a ir más allá de sus funciones netamente económicas y rentistas, ésta se convierte en una nueva filosofía empresarial que busca ampliar los estrechos conceptos tradicionales basados en lo meramente económico, para trascender hacia los conceptos de desarrollo humano.

Según lo referido en estos fundamentos filosóficos, surge el concepto de Desarrollo Humano Sostenible introducido por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el año 1990, concebido como un enfoque alternativo al de crecimiento económico, definido como un proceso de ampliación de las opciones de las personas de manera que puedan tener una vida saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para mantener un nivel de vida decente (PNUD, 1999).

Esto apunta en la dirección de tres aspectos esenciales de la capacidad humana en los que la empresa debe invertir que son: educación, salud y un nivel de vida decoroso (PNUD/OCEI, 1999:17).

El concepto de Desarrollo Humano (PNUD/OCEI, 1999: 14-15), señalan dimensiones importantes que deben ser operacionalizadas y reportadas en un balance social. Estas son: el aumento de **la productividad** de la gente mediante su participación en el proceso productivo y la inversión en las personas para su logro; **la**

equidad, otorgando y garantizando la igualdad de oportunidades para los sectores y grupos, ampliando la posibilidad de disfrutar de un acceso equitativo a los mismos; **la sostenibilidad**, asegurando tanto para el presente como para el futuro el libre y completo acceso a las oportunidades y restaurar todas las formas de capital humano, físico y ambiental; **la potenciación o empoderamiento (empowerment)**, en tanto influencia en las decisiones que se toman ejerciendo por sí mismas las elecciones requeridas.

En el marco de este enfoque, el balance social busca reportar las iniciativas de la empresa orientadas a satisfacer estas metas a través de inversiones que las propicien. Instrumentos como el balance social representan métodos que permiten a la empresa una mayor conciencia de sus logros y una vía para enriquecerlos.

Fundamentos estratégicos: son aquellos que apuntan a resultados efectivos y en consecuencia medibles, y por lo tanto requieren la construcción de una metodología que lo permita, fundamentada no sólo en el concepto de Desarrollo Humano antes expuesto, sino también en el contexto más estratégico de la consideración de los problemas sociales del país que revelan las áreas prioritarias de intervención social asociadas al desarrollo, las áreas de inversión social que han resultado de interés para el sector empresarial, así como la identificación de leyes en cuyo cumplimiento se evidencia que algunas empresas realizan aportes adicionales a lo exigido.

En atención a lo anterior, el balance social permite, no sólo, conocer y reportar de manera sistemática las acciones de responsabilidad social de la empresa, medir cuantitativa y cualitativamente su actuación, evaluar permanente y sistemáticamente su acción; sino también, identificar aquellos programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad que han de favorecer el desarrollo de una acción social más efectiva; corregir su desempeño y planificar nuevas metas de responsabilidad social e informar a diversas audiencias sobre el desempeño social de la empresa.

Fundamentos gerenciales: se relacionan con aquellas mediciones sociales complementarias a los balances económicos que permiten efectuar comparaciones en el tiempo, así como frente a otras empresas lo que les posibilita evaluar, potenciar y divulgar los beneficios que le reporta un balance social.

En efecto, con el balance social es posible reportar: el desempeño social de la empresa, racionalizando la distribución de sus recursos destinados a acciones sociales; la divulgación hacia diversos públicos de las acciones sociales de la empresa; el mejoramiento de la imagen social de la empresa haciéndola más competitiva en términos de ventas, de credibilidad, etc. ya que siendo los productos relativamente homogéneos como consecuencia de la tecnología, éstos pueden gozar de preferencia en el mercado por la imagen de la empresa. Finalmente, llega a constituir un documento de convergencia y consenso para el inicio de un proceso de diálogo con un público más amplio, convirtiéndola en actor relevante de un proceso de desarrollo social sustentable y concertado.

De todo lo anterior se deriva que el balance social debe reportar:

1. Los efectos sociales, no sólo en términos contables y monetarizables, sino en términos socio-económicos, lo que implica considerar las acciones sociales como verdaderas inversiones.

2. Las acciones de la empresa, tanto en su dimensión interna como externa, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

La información relevante de la **dimensión interna** que se reporta, tiene que ver con las variables siguientes: caracterización sociodemográfica de los trabajadores, relaciones laborales en la empresa, desarrollo de personal, programas sociales dirigidos a trabajadores, sus familiares y jubilados, programas de salud e información y participación.

En la **dimensión externa** se consideran las siguientes variables: calidad y servicios, relaciones interinstitucionales, inversión social dirigida a la comunidad y medio ambiente.

4. Resultados

Entre algunos de los resultados arrojados por la investigación, referente a la variable Responsabilidad Social, tenemos que en la categoría calidad y garantía de servicios el 75% de los directores encuestados manifiestan que estas prácticas de responsabilidad social llevadas a cabo por el Consejo Central de Extensión (CCE) son efectivas y eficaces, a pesar de las limitancias que esta puedan tener producto de la insuficiencia presupuestaria. En lo que respecta a la categoría de servicio de soporte, se tiene que el 37% mantuvo que la transferencia de tecnología es el servicio mayormente ofertado y ejecutado por el CCE, manteniendo una relación estrecha entre la universidad con su entorno, a través de estas asesorías, no obstante, un 25% asegura que el impacto que genera la universidad en las comunidades a través del programa de prácticas profesionales es importante para fortalecer esta necesaria vinculación.

Por otra parte, lo concerniente a la dimensión de relaciones interinstitucionales en su categoría de convenios, el 50% de los encuestados respondió que el gobierno a través de la estatal petrolera, a canalizado recursos para generar impactos en las diferentes áreas atendidas, propiciando un desarrollo endógeno en éstas, a través del diseño y ejecución de programas y proyectos. Un 25% manifiesta que a nivel gubernamental estas acciones de responsabilidad social se realizan en conjunto con CORPOZULIA, y el resto expresó que existen proyectos muy puntuales que han nacido de las necesidades de los gobiernos municipales. (Alcaldías). En lo que tiene que ver con la categoría de los medios de comunicación, el 50% cree que el portafolio de las ofertas extensionista de la Universidad del Zulia, es la manera mas efectiva de difundir los productos y servicios que la universidad ofrece, el resto de la población aseguran que a través de prensa luz, y el periódico semestral proyección

de LUZ, es la forma mas efectiva para dar a conocer lo que el CCE realiza. Tomando en cuenta que los medios de comunicación se constituyen en verdaderos agentes de transformación social. Es por las páginas de los periódicos y revistas y, principalmente, por la radio y por la TV, que la población conoce el país donde vive y recibe informaciones esenciales al ejercicio de la ciudadanía.

Una de las categorías con lato valor institucional es la referida a la afiliación gremial, por lo que el 50% de los encuestados, expresó recibir apoyo y participación en las actividades desarrolladas por el CCE del personal obrero de la universidad, dejando notoria la apatía estudiantil, y más aún el gremio profesoral.

En cuanto a la dimensión Inversión social dirigida a la comunidad, en su categoría: Programas sociales, el 75% asegura que la participación del CCE es buena en las actividades que se involucra, dejando evidenciado la discriminación de está dependencia al momento de la distribución presupuestaria, lo cual limita muchos aspectos.

Asimismo, la dimensión Medio Ambiente, en su categoría: Organización interna, refleja que el 75% de los encuestados considera que la actual organización interna del CCE, permite la consecución de actividades. Sin embargo, existe una propuesta por el mismo CCE en cambiar parte de la estructura. En lo que tiene que ver con el cumplimiento de leyes y normas, el 87% de los directores expresaron que estas acciones que ejecuta el CCE cumplen con la normativa de extensión universitaria.

Ahora bien, la variable Vinculación universidad-entorno social, deja ver que un 74% de los directores encuestados manifestaron que las modalidades de vinculación que más practican son el ofertar cursos de extensión y realizar asistencia técnica y asesorías, en especial a las comunidades desasistidas. De igual manera, el 74% de la población encuestada, con un 37% cada uno, expresaron que las actividades que realizan y que se asocian con la vinculación con el entorno es la transferencia de tecnología (cursos,

asistencia técnica, asesorías) y la formulación de políticas universitarias para integrarse con el entorno.

5. Consideraciones finales

La culminación de la investigación permitió profundizar y reflexionar acerca de la participación de la comunidad educativa universitaria en el logro de metas, lo cual debe darse en el marco de un ejercicio responsable del juicio de los actos y del respeto a la libertad, la ética y la tolerancia dentro de una perspectiva de compromiso y pertinencia institucional.

La Universidad entonces, debe contribuir a la solución de esos críticos problemas que aquejan a la sociedad y ellos deben percibirse a través de la identificación de necesidades sociales, económicas, políticas y asistenciales que son poco satisfechas, a través de las acciones que se han realizado y que requieren soluciones. Esa proyección social es la que cumple la Universidad con el medio y se apoya en sus actividades docencia-investigación de una manera interactiva, de una manera coordinada para que realmente pueda ser efectiva, en este proceso la Universidad contribuye a reconocer dentro de estas necesidades lo que son las características, las culturas, las potencialidades necesarias y demandas que el medio esta cada día planteándole dispuesta a abrir múltiples y flexibles formas de interacción con esos sectores para darles también respuestas oportunas, deberá estar abierta y promoverá espacios de cooperación con otros centros, con otras universidades, con otros espacios, para que estas respuestas puedan ser un poco más congruentes y mucho más fortalecidas a través de las acciones que se ejercen.

En estas consideraciones hay que dejar claro, que la promoción y divulgación de lo que hace la extensión es vital, hacer alianzas estratégicas con las empresas con otros organismos gubernamentales y no gubernamentales eso también es necesario. Decirle a la sociedad, a la colectividad esta es la Universidad del Zulia, esto es lo que hace, esa es la contribución para el desarrollo regional y nacional, eso es extensión, buscar, conectarse con el entorno.

La investigación deja ver que estas prácticas de responsabilidad social coordinadas por el Consejo Central de Extensión, según la opinión de los directores de las distintas divisiones de extensión de las facultades, son eficientes y eficaces a pesar de la poca asignación presupuestaria que esta coordinación tiene.

Con respecto a los servicios con más demandas que el Consejo Central de Extensión ejecuta, se tiene que la transferencia de tecnología, a través de asesorías a las comunidades en diferentes ámbitos, son las actividades mayormente desarrolladas.

A manera de reflexión, se pudo constatar que la participación gremial es mínima en las actividades extensionistas de la universidad, haciendo referencia al gremio profesoral activo y jubilado, lo cual representa una amenaza para esta función universitaria. Al mismo tiempo no existe un voluntariado en apoyo a estas actividades.

Según esto, se constata una débil cultura de la extensión universitaria y se puede expresar en algunos rasgos concretos que se relacionan fundamentalmente en primer lugar, con el desequilibrado funcionamiento de las actividades académicas, es decir, desarticulación, el desequilibrio de la función docencia, investigación y extensión, lo que se traduce en una minusvalía o marginalidad de esta función académica en la Universidad.

6. Recomendaciones

1. Los retos y desafíos que tiene la educación superior en el presente siglo XXI, definitivamente esos componentes obligan a reestructurar a repensar la transformación de los quehaceres universitarios.

2. Porque la Universidad debe ser vanguardia de los procesos de transformación y de cambios y de orientación científica, tecnológica, social y cultural en el país.

7. Lineamientos básicos de la propuesta para el Consejo Central de Extensión de la Universidad del Zulia

- Como prioridad, una empresa debe definir un claro interés propio en el programa de Responsabilidad Social, para asegurar la dedicación al programa y la sustentabilidad del programa.
- Las alianzas son duraderas cuando se forman relaciones institucionales y particulares por medio de esa misma alianza. No es conveniente establecer una alianza sólo por hacerla.
- Los medios de comunicación se constituyen en verdaderos agentes de transformación social. Es por las páginas de los periódicos y revistas y, principalmente, por la radio y por la TV, que la población conoce el país donde vive y recibe informaciones esenciales al ejercicio de la ciudadanía.
- Las comunidades atendidas, sujeto y objeto donde recae la acción de los proyectos deben participar en conjunto en la definición de actividades para que se logre con éxito; las empresas no pueden presumir de saber cuáles son las necesidades de una comunidad sin antes considerar esas necesidades dentro del contexto local y la cultural.
- Todos los proyectos deben tener una estrategia de aplicación bien planificada.
- Los recursos financieros son sólo una parte de la fórmula. El financiamiento limitado que proporciona una empresa puede tener un efecto enorme, si los programas están bien definidos y bien acompañados.
- Es absolutamente posible medir los resultados cualitativos y cuantitativos de las inversiones sociales.

8. Acerca de las alianzas

- Hay que pensar globalmente y actuar localmente: cuando se trabaja con empresas, no hay ninguna que sea “perfecta”, pero al evaluar a un socio corporativo potencial, se debe considerar la reputación local antes que la reputación internacional de esa empresa.
- Una organización de la sociedad civil es siempre una socia en la mesa de negociación. Las empresas buscan ideas buenas y socios fuertes con opiniones firmes sobre los programas.

9. Objetivos de la propuesta

- Ser articuladora entre el sector público y privado.
- Conformar una base de datos sobre responsabilidad social, con la información resultante de aplicar los índices.
- Divulgar el cuerpo de ideas e información en la prensa, la esfera académica, del gobierno, y de las organizaciones no gubernamentales, locales e internacionales.
- Realizar convenios con instituciones académicas, con empresas y con organizaciones no gubernamentales.



Lista de Referencias

- CIES (2002). **Jornadas sobre Responsabilidad social**. Balance Social: instrumento de gestión para la empresa social. Ponencias presentadas disponibles en formato pdf en www.grupcies.com
- COM (2002). **Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas**: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, Bruselas.
- DE SOUZA, J. (2002). **La Universidad, el Cambio de Época y el Modo Contexto Céntrico de Generación de Conocimiento**. CONESUP. Quito. Ecuador.
- FUENMAYOR, L. (1995). **Universidad Poder y Cambio**. Fundación para la Proyección Institucional de la Universidad (FUNDAPRIU), Federación de Asociaciones de Profesores Universitarios de Venezuela (FAPUV), Universidad Central de Venezuela Ediciones Venezolana R.I. SRL. Caracas.
- IVANCEVICH y col. (1997). **Gestión, calidad y competitividad**.

- KLISKBERG, B. (2002). Capital social y desarrollo local. En II Simposio de Responsabilidad Social. Caracas.
- MARTÍNEZ de C., Cynthia (2002). “**Lineamientos estratégicos de gestión tecnológica en el proceso de vinculación universidad-sector productivo**” Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas. La Universidad del Zulia.
- MORIN Edgar (2006). **Los siete saberes necesarios para la educación del futuro**. Unesco Editorial Magisterio. Colección Mesa Redonda Bogotá.
- PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA (PNUD) (1996-20009 (2000-2004).
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD) (1999). **Informe sobre Desarrollo Humano en Chile**.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD) (2001). **Informe sobre Desarrollo Humano**.
- PONZ, F. (1996). “**Espíritu universitario**”: La educación personalizada en la universidad. AA.VV. Rialp. Madrid.
- RAGA, J.T. (1998). “**Claros y oscuros en el proceso de evaluación de la calidad en las universidades**” En Experiencias y consecuencias de la evaluación universitaria (estrategias de mejora en la gestión), Michavila, F. (editor) Fundación Universidad-Empresa. Madrid.
- STONER, S (1995). **Administración**. Editorial Prentice Hall. México.
- TUNNERMANN, C. (2000). **Universidad y Sociedad. Balance Histórico y Perspectivas Desde Latinoamérica**. Primera Edición. Comisión de Estudios de Postgrado. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- VALLAEYS, Francois (2006). **Programa de apoyo a iniciativas de Responsabilidad Social Universitaria, Ética y Desarrollo**. Banco Interamericano de Desarrollo.