

## Perfil actitudinal de los involucrados en el proceso de vinculación Universidad-Sector Productivo

Martínez de Carrasquero, Cynthia\*  
López, Yousett\*\*  
Rojas, Ligibther\*\*\*

### Resumen

El objetivo fundamental de esta investigación constituye analizar las actitudes de los actores involucrados en el proceso de gestión tecnológica para viabilizar la vinculación Universidad-Sector Productivo. La investigación se basa en los métodos etnográficos y hermenéutico-dialéctico, los cuales permiten penetrar en la dinámica de los sujetos y áreas de la realidad que se estudia. En cuanto a la selección de los informantes, éstos fueron escogidos, en razón del nexo y vinculación existente entre actores del sector productivo y universitario que se encuentran estrechamente ligados al proceso de gestión tecnológica; específicamente Cámara Empresarial Zona Industrial de Maracaibo (CEZIMAR) y Empresa Rental de la Facultad de Agronomía (RENTAGRO). Se concluye que existen actitudes divergentes o contradictorias entre los sectores estudiados, para tal fin se diseñará un perfil actitudinal de los actores involucrados en el proceso de negociación de gestión tecnológica para viabilizar la vinculación Universidad-Sector Productivo.

**Palabras clave:** Perfil actitudinal, Universidad, Sector Productivo, Gestión Tecnológica.

### *Actitudinal Profile of People Involved in the University-Productive Sector Entailment Process*

#### Abstract

The main objective of this study was to analyze the attitudes of actors involved in the technological management process to make a University-Productive Sector connection viable. Research was based on ethnographic and hermeneutic-dialectic methods which allowed researchers to enter the dynamic of the subjects and areas of reality under study. Informants were selected according to the links and connections existing between productive sector and university actors who are closely connected to the technological management process, specifically, the Empresarial Chamber for the Industrial Zone in Maracaibo (CEZIMAR) and the Income Com-

\* Investigadora y Docente adscrita a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Centro de Investigaciones en Trabajo Social. E-mail: carrama@cantv.net pcynthiamartinez@gmail.com

\*\* Investigadora adscrita al Centro de Investigaciones en Trabajo Social.

\*\*\* Investigadora y Docente adscrita a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Centro de Investigaciones en Trabajo Social. E-mail: ligibther@hotmail.com

Recibido: 07-03-02 • Aceptado: 08-01-18

pany from the School of Agronomy (RENTAGRO). Conclusions were that divergent or contradictory attitudes exist among the sectors under study; to reach these conclusions, an attitudinal profile will be designed for the actors involved in the negotiation process for technological management to make the University-Productive Sector connection viable.

**Key words:** Attitudinal profile, university, productive sector, technological management.

## **Introducción**

Dada la creciente demanda por innovaciones tecnológicas por parte de la industria y por la economía en general, es necesario proponer nuevos o mejores mecanismos de vinculación entre la universidad y el sector productivo. En tal sentido, la Universidad del Zulia (LUZ), propone constituirse en generadora de respuestas pertinentes con base en resultados de una educación con calidad científica y pertinencia social, diseñando, e instrumentando alternativas viables, que fortalezcan los procesos de cambio del país, esto a partir de lo expresado en la Filosofía de Gestión de LUZ.

El requerimiento de LUZ para su vinculación con el sector productivo, propicia el impulso a la generación de mayores ingresos a través de la comercialización de sus bienes y servicios, de negociaciones con el sector productivo en cuanto a la creación y adaptación de conocimiento, de incremento patrimonial mediante el desarrollo inmobiliario de la ciudad universitaria.

Exigencia sentida de la comunidad en cuanto a que los centros de investigación orienten sus esfuerzos a la generación de conocimientos aplicados al desarrollo de bienes y servicios de calidad, lo cual a su vez, permitiría la generación de ingresos propios

Esta complejidad demanda un conocimiento metodológico conceptual, organizativo y operacional de tipo sistémico, que permita que la gestión tecnológica se realice bajo condiciones de eficacia y eficiencia, tales ele-

mentos se verán reflejados y serán previstos a partir del perfil de los actores que intervienen en el proceso de vinculación universidad-sector productivo.

Por lo anteriormente expuesto, surge la necesidad de analizar los elementos cognitivos, afectivos y conativos-conductuales de los actores que intervienen en el proceso de gestión tecnológica para viabilizar la vinculación Universidad-Sector Productivo, con el fin de diseñar un perfil actitudinal que permita optimizar la función de negociación tecnológica en el proceso planteado.

Esta investigación se plantea como un diseño de investigación mixta, inscrita en un enfoque metodológico cualitativo estructural y cuantitativo (documental) partiendo de que los procesos sociales tales como la negociación, transferencia, mercadeo, que interesan en esta investigación no están compuestos de cualidades separadas o separables sino interrelacionadas sobre la base de una estructura que los articula, por lo cual se precisa un abordaje que trascienda el método tradicional ya que este no explica a cabalidad la complejidad e incertidumbre de los individuos participantes de esos procesos. En relación a esto y en función del principio holográfico Morín (1988) utiliza un lenguaje análogo que expone a cabalidad la finalidad del método aplicado en este estudio.

Dentro de la metodología cualitativa existe una diversidad de métodos que tratan de dar respuesta a los distintos problemas que afectan al hombre; entre ellos se encuentran:

Hermenéutico, Fenomenológico, Etnográfico, Comprensivo, Naturista, Endógeno, Biográfico o Historia de Vida, Etnometodológico, Investigación -Acción- Participativa.

A partir de la gama de métodos existentes de este tipo, se eligen los métodos Etnográficos, y Hermenéutico – Dialéctico, los cuales permiten penetrar en la dinámica de los sujetos y áreas de la realidad que se estudian, a partir del develamiento de la estructura o red de relaciones con sus correspondientes función y significados, para llegar a la interpretación de la misma como un todo integrado.

Conviene aclarar que el método Etnográfico se emplea básicamente en esta investigación para identificar y describir las situaciones de gestión tecnológica vinculante entre la Universidad y el Sector Productivo, y las actitudes de los sujetos ante estas, en su contexto socio-geográfico directo.

Además, el método Hermenéutico fue empleado para el análisis e interpretación de la información recogida a través de las entrevistas semi-estructuradas realizadas.

## **1. Aspectos Teóricos**

El término *actitud* constituye un concepto central en el desarrollo de este estudio, por lo cual es necesario revisar la discusión relacionada con ella, especialmente lo referido a la polémica generada entre muchos psicólogos sociales que lo cuestionan y contraponen a la categoría *representaciones sociales*. A pesar de la relevancia del tema y su larga trayectoria de análisis, la Psicología Social aún carece de una definición consensuada sobre la actitud.

El acercamiento bibliográfico al tema permite pensar que actualmente existe un consenso general entre los psicólogos sociales en concebir las actitudes como evaluaciones, complejamente relacionadas con las creen-

cias, sentimientos y acciones. Las actitudes tienen una determinada dirección (positiva, neutral, o negativa). Morales (1994:497) expresa la definición de actitud como una asociación entre un objeto dado y una evaluación dada. Esta caracterización moderna insiste en que toda actitud está estructurada por una tríada de componentes: cognitivo, afectivo y conativo-conductual: lo cognitivo consta de las percepciones de la persona sobre el objeto de la actitud y de la información que posee sobre él. El segundo está compuesto por los sentimientos que dicho objeto despierta. El tercero incluye las tendencias, disposiciones o intenciones hacia el objeto, así como las acciones dirigidas hacia él (Morales, 1994:497).

Es necesario reconocer la gran cantidad de literatura expuesta en relación con el tema de *actitudes* desarrollado sobre todo por la Psicología estadounidense, las críticas esenciales que se le hacen al concepto corresponden a los calificativos de: débil, circular e impreciso. En relación a la construcción teórica, Zanna y Kempel (1988: 315, citados por Montero, 1994:112) señalan que la visión del concepto de actitud manejado hasta ahora no expresa claramente lo siguiente: 1) el rol jugado por los sentimientos, creencias y conductas, 2) la naturaleza dispositiva del concepto y 3) la relación entre afecto y evaluación. Además de esto, la principal crítica o reacción proviene desde inicios de los años '60, como planteamiento de la psicología ante la insatisfacción generada por el camino tomado por los estudios sobre cognición social en la psicología norteamericana, derivado de la psicología cognitiva del procesamiento de información.

En relación con lo planteado surge un concepto asociado con el de *actitudes* este es el de *representaciones sociales*, al respecto *Moscovici* expresa críticamente que la psicología social es individualista y con una marca-

da tendencia estática mostrando una imagen de “pensador sin pensamiento”, y que según su criterio sí existe una “sociedad pensante” esta perspectiva, hace pensar que todo comportamiento según su origen y determinación es social, y solo tiene de individual su concretización en la persona. Este enfoque, surge en contraposición y con ánimos de superación de los estudios sobre las actitudes.

Por esta razón, se toma como apoyo teórico de la presente investigación la teoría expuesta por Hovland y Rosemberg (1960) que definen la actitud a través de sus componentes, estos son: afectivo: se refiere a las respuestas del sistema nervioso simpático. Afirmaciones verbales indicativas de afecto; cognición: respuestas perceptivas constituidas en afirmaciones verbales de creencias y opiniones; y conducta: acciones manifestadas - afirmaciones verbales relativas a conductas.

En consecuencia, puede decirse, al concentrarnos en esta teoría que la motivación que los impulsa (a los actores en las fases de gestión tecnológica) a entrar en el proceso estará relacionada con la contribución que éste pueda significar a los objetivos de cada entidad representada.

## **2. Categorización de los contenidos de la entrevista**

Para la realización de la entrevista y posteriormente su categorización y teorización de los resultados, inicialmente el proceso de categorización tuvo dos momentos el primero que concentra el análisis en la fase de la gestión tecnológica, como la negociación, en tal sentido Solleiro, citado por Martínez (2001), establece que en lo que respecta al proceso negociador, hacia el interior y el exterior de la organización, se siguen etapas similares, de estas etapas, surgen las primeras categorizaciones a

fin de configurar de alguna manera definida las entrevistas. Estas son las expuestas a continuación: a) Identificación de necesidades; b) Etapa preparatoria; c) Diseño; d) Planeación, e) Desarrollo; f) Formalización.

a) Etapa de identificación de necesidades se recomienda que las partes negociantes - grupos o individuos-, analicen los siguientes aspectos: Las necesidades de la contraparte, ¿Cuáles de esas necesidades pueden ser satisfechas por los bienes o servicios que ofrece la organización?, ¿Qué espera de la negociación?

En esta etapa, las entidades negociadoras pueden percatarse de que no conocen, con precisión, el objetivo, necesidades e intereses de su contraparte. En ocasiones, ni siquiera las propias por esa razón, esta etapa ha de estudiarse con toda profundidad y ser sustentada sobre la base de información verídica, confiable y actualizada.

Es conveniente, según Cadena (1988: 204), analizar las características de la contraparte; su posición tanto económica como de mercado y; la capacidad de decisión de sus representantes. Todo ello, a fin de tener idea del alcance a que pueden llegar los compromisos contraídos y asegurar, por tanto, que la contraparte podrá cumplirlos.

b) Etapa preparatoria es un complemento de la etapa anterior. Durante su desarrollo se recopilará la mayor cantidad de información posible y se harán contactos informales. Así, un negociador experto, después de percibir las características de su complemento, deberá hacer que su actitud vaya acorde con las características personales de su contraparte.

c) Etapa de diseño, las partes precisan los objetivos de la negociación y las estrategias o políticas que han de emplear para conducirla. Lo primero tiene que ver con lo que se espera y lo que puede ofrecerse. Lo segundo,

con las normas éticas que delimitarán lo permitido dentro del proceso.

De acuerdo a lo que plantea Ertel (1996) existen diferentes estrategias a aplicar en el proceso de negociación. La estrategia gana - gana se centra la atención en aportar la mayor cantidad de alternativas de solución a los problemas de la contraparte. Interesándose en la óptima atención a las necesidades de ésta y con ella coparticipa, como si se tratase del inicio de una sociedad con propósitos comunes. Se proponen contraprestaciones justas, llegando, en ocasiones, a que sólo cubran los gastos derivados del bien o servicio prestado y se obtengan utilidades marginales.

De lograrse lo anterior, tanto las organizaciones participantes como los negociadores resultarán beneficiados. Todos verán satisfechas sus expectativas y el proceso se desarrollará en un ambiente relajado y cordial. Las organizaciones reconocerán a sus miembros como elementos identificados con sus propósitos y valorarán la labor, de acuerdo con los sistemas que para ello tengan establecidos.

Elegir esta estrategia tiene ventajas: se logra la maximización de las utilidades de la negociación, para ambas partes: y la consolidación de relaciones de largo plazo. También se obtienen ventajas adicionales, como minimización de costos, tiempo y esfuerzo, asociados al proceso de negociación.

Por otro lado, en la estrategia gana-pierde una de las partes intentará, reiteradamente, maximizar los beneficios de la negociación para sí. Ello sin importar los intereses de la otra y, en ocasiones, sin tomar en cuenta tampoco los medios utilizados.

d) Etapa de planeación, en ella se eligen, preparan, planean y programan, las tácticas que instrumentarán la estrategia elegida. Es responsabilidad de los negociadores, tanto el propiciar un ambiente en que todos los par-

ticipantes aporten ideas para, facilitar los objetivos, como asegurarse de que existe un amplio y fluido nivel de comunicación.

En la universidad de Harvard se desarrolló un estudio sobre el método alternativo para negociar, sus cuatro características principales excluyen el engaño y centran su atención en las necesidades y motivaciones de las partes. Estas características se anotan a continuación: Separar a las personas de los problemas, Centrarse en los intereses no en las posiciones, Generar alternativas opcionales, y Colocar parámetros objetivos de comparación.

e) Etapa de desarrollo, en esta etapa se llevan a cabo las reuniones, donde se tomarán los acuerdos a que lleguen las partes. Su objetivo será diseñar la solución más equilibrada, que de cabida a los intereses principales y colaterales que los impulsaren a negociar, en caso de haber escogido la estrategia gana-gana.

Los buenos negociadores entenderán esta etapa como una oportunidad para obtener los mayores rendimientos del proceso. Por ello, diseñarán las reuniones manera tal que adicione un nuevo objetivo: el de conducirla minimizando su costo esfuerzo y tiempo consumidos (Martínez, 2001). El reto a su creatividad será lograr lo anterior, considerando factores que se pueden resumir de la siguiente manera: **ambientales** son los relativos al comportamiento de los negociadores y la infraestructura física de los lugares de reunión; **de planeación** los involucrados en la logística: horarios, agendas, listas de invitados, resúmenes informativos y ejecutivos, entre otros; y **organizacionales** tienen que ver con el apoyo a la conducción de la reunión.

Es indispensable que cada propuesta se elabore teniendo en cuenta toda la información recabada relativa a los intereses de la contraparte, sumándoles los detectados durante el proceso de negociación. Asimismo,

debe ser compatible con los intereses y posibilidades de la organización oferente. Finalmente se requiere que las propuestas cuenten con suficiente respaldo institucional y que las contraprestaciones exigidas estén dentro de los límites y restricciones del receptor. A veces existen limitantes de carácter legislativo, que obligan a rechazar propuestas aunque las partes tengan la intención de aceptarlas.

f) Etapa de formalización y tipología de los acuerdos de la formalización de las negociaciones, entre una empresa y otros miembros de la cadena institucional, varía también de acuerdo a su naturaleza. En las negociaciones con proveedores, por ejemplo, donde estaría en juego la estandarización de materias primas, a fin de ejercer control de calidad total, los acuerdos se harían en forma de memoranda. La confirmación del cumplimiento se daría cuando cada una de ellas iniciara actividades, como la edición de normas estándares y especificaciones, elegidas para los productos suministrados por una empresa, y su consecuente sistema de calificación y aprobación por la empresa consumidora.

En cuanto a negociaciones realizadas entre entidades de promoción sectorial y una organización productiva, con la participación del centro cautivo, los acuerdos se formalizan, a veces, a través de comunicaciones de prensa. En ellas, un grupo de empresas del mismo sector se pronuncia a favor de obtener ventajas comunes, de organismos gubernamentales, o de proyectar una imagen a sus mercados potenciales.

Los acuerdos con entidades de regulación tornarán una forma diferente. Esta puede consistir en la aceptación del registro de un contrato en el organismo gubernamental correspondiente: en el registro de un producto para el sector salud y: otras formas equivalentes, que con frecuencia se presentan entre el

sector público y las empresas. Este tipo de acuerdos no necesariamente incluye contraprestaciones económicas. A través del proceso se logran entendimientos que explican la forma de cumplir reglamentos, tendientes al beneficio colectivo.

Para Vasconcellos (1992, citando a Bello), dentro de los contratos tecnológicos, donde participa la universidad y el sector productivo, tales acuerdos se llevan a cabo principalmente entre los tecnólogos, las firmas de consultoría, los centros de investigaciones públicos o privados, los institutos de educación superior y otros. Se realizan con el propósito de prevenir conflictos; definiendo alcances, derechos y obligaciones. Regularmente involucran contraprestaciones económicas, que entrega el receptor al proveedor de conocimientos en una o varias exhibiciones: con montos constantes que se ajustan a valor presente o: equivalentes a una proporción del negocio realizado, condición en la cual comparten el riesgo ambas organizaciones.

El proceso de negociación consta de varias etapas que se presentan en todos los casos. En ocasiones, dada la sencillez, algunas de ellas resultan obvias y hasta pueden escapar de la atención de los negociadores. Pero cuando están en juego los intereses de una organización, es indispensable realizarlas de manera sistemática y profesional.

Todo proceso de negociación tiene como base de su desarrollo un objeto central, al que se agregan los generados por la superposición de intereses de los participantes. Por eso, debe buscar satisfacerlos todos, con soluciones que atiendan, en forma equilibrada, los propósitos de ambas partes (Martínez, 2001).

Los eventos realizados han de guardar proporción con los resultados esperados, lo que obliga a estar atentos, cuando la asignación y ejecución de presupuestos y re-

cursos consumidos en el proceso. En este sentido los gastos por negociación se relacionan con todas aquellas erogaciones que se realizan para llevar adelante las discusiones sobre el acuerdo de comercialización de tecnología, según sea el tipo de esta negociación. Incluyen, entre otros, honorarios profesionales, asesorías, redacción de documentos, gastos legales y de registros, viáticos en caso de ser necesarios, etc.

La obtención de acuerdos depende de la complementariedad posible entre las organizaciones representadas; los intereses y relaciones interpersonales y el manejo y preparación que se haga del proceso. Dependiendo del objeto central, variará el tipo de acuerdo alcanzado y, aún éstos, pueden tomar formas diversas, que siempre deben representar los intereses y voluntad de quienes los suscriben.

De esta manera, las formas y contenidos de acuerdos tecnológicos según Cadena, citado por Vasconcellos (1992), define que los contratos tecnológicos presentan como utilidad los contratos que nos interesan se emplean principalmente para el desarrollo compartido de proyectos de innovación tecnológica tendientes a desagregar, adaptar, mejorar o integrar paquetes tecnológicos. También se emplean en la adquisición de esos paquetes o partes de ellos, ya sea a través de compra o licenciamiento de tecnólogos que, regularmente, son empresas exitosas debido en buena parte a sus actividades de investigación y desarrollo de proyectos.

Con el objeto de considerar todo este proceso y estudiar las actitudes de los actores participantes en el estudio, podrá construirse un perfil actitudinal, que emerja de la elaboración de una guía de entrevistas que concentra las ideas que sobre el proceso negociador surgen en función de cada una de sus etapas, aunadas, a las percepciones o reproducciones

subjetivas que cada uno de los actores involucrados en este proceso poseen como carga cognitiva.

**Categorización:** Los siguientes elementos conforman un conjunto de pautas generales basadas en las categorías contenidas en el proceso de Negociación Tecnológica: a) Identificación de Necesidades; b) Etapa Preparatoria; c) Diseño; d) Planeación; e) Desarrollo y f) Formalización; y el estudio de actitudes en base a sus componentes: Cognitivo, Afectivo y Conativo-Conductual.

En este segundo momento de categorización se procedió a la transcripción de la entrevista tal cual fueron expresadas por los actores involucrados en el proceso de negociación tecnológica Universidad- Sector Productivo manteniendo el contenido invariable según expresiones, tono de voz, pausas inflexiones etc. Ya que esto denota un conjunto de significados imprescindibles a considerar para la posterior interpretación. Seguidamente, se anotó al margen de cada línea o grupo de éstas las categorías ya definidas a la que hacen referencia subrayando en el texto los elementos necesarios para su interpretación. Elaborándose de igual forma las subcategorías encontradas en ese proceso investigativo que emergen de la realidad y de esa "vida psíquica" de estos actores.

En un tercer momento se reorganizaron las entrevistas pero tomando como guía las distintas categorías, señalando a quien se había entrevistado así como las líneas en que se encontraba en la transcripción.

Finalmente, a través de la información ya esquematizada se procedió a la teorización, la cual se constituye en un ejercicio de interpretación de significados tomando en cuenta tanto la particularidad como la generalidad de los contenidos.

A partir de las pautas generales anteriores, señaladas en la categorización, distribuidas en función de las etapas del proceso de negociación, se infieren del texto, referido al mundo psíquico de los actores involucrados en el proceso de negociación, las subcategorías siguientes, relacionadas además con los elementos claves de la Gerencia Estratégica, para ello se definió previamente los conceptos entendidos en el proceso investigativo:

Categoría 1: Identificación de necesidades. Subcategorías: Capacidad Técnica Proyección Nacional e Internacional.

Categoría 2: Etapa Preparatoria. Subcategoría: Recurso Humano

Categoría 3: Etapa de Diseño. Subcategoría: Ejemplo de Autogestión, Círculo de calidad, Ejemplo de ética.

Categoría 4: Etapa de Desarrollo. Subcategoría: Recurso Humano

Categoría 5: Etapa de planeación. Subcategoría: Círculo de calidad, Ejemplo de ética, Ejemplo de autogestión y Capacidad Técnica

Categoría 6: Etapa de Formalización. Subcategoría: Recurso Humano y Círculo de calidad

Definición Conceptual de Subcategorías:

- **Recurso Humano:** Esta categoría la define el investigador como el recurso humano que compone la organización, caracterizada por el perfil de competencias del mismo en función de sus habilidades y destrezas.

- **Capacidad Técnica:** Elementos que definen el potencial de tecnología de punta en la organización.

**Cuadro 1**  
**Perfil Actitudinal de los actores involucrados en el Proceso de Negociación de Transferencia Tecnológica en la vinculación Universidad Sector Productivo**

Actores	Nivel Cognitivo	Nivel Afectivo	Nivel Conativo-Conductual
Sector Universitario	–Alto nivel de conocimiento sobre la negociación de Tecnología	–Elevado nivel de pertenencia hacia su empresa. –Autoestima alta –Renuencia al Cambio (inconcientemente) –Apego a normas éticas	–Desfasado hacia las necesidades del sector empresarial-privado. –Elevada Consideración del ámbito político en toma de decisiones. –Dependencia económica –Poca Capacidad Autogestionaria
Sector Productivo	–Alto nivel de conocimiento sobre la Negociación de tecnología	–Propulsora de Cambios –Elevado nivel de pertenencia hacia su empresa. –Autoestima Alta –Apego a normas éticas	–Poca Dependencia económica –Poca consideración del ámbito político para la toma de decisiones –Actualización de las necesidades del entorno social. –Visión Autogestionaria

Fuente. Elaboración propia.

- **Ética:** valores morales y juicios de valor, valoraciones de nombre subjetivas.

- **Proyección Nacional e Internacional:** Planes, proyectos y programas intra y extraorganizacionales, en función de alcanzar las metas

- **Autogestión:** Poder de resolución efectivo sobre el conjunto de problemas políticos, económicos y sociales no en la cúpula sino en la base popular.

- **Círculo de Calidad:** Consiste en crear conciencia de calidad y productividad en todos y cada uno de los miembros de una organización.

### 3. Conclusiones

En líneas generales puede decirse que existe gran ambigüedad de visiones entre los actores del sector productivo y el universitario en cuanto a la concepción y definición operacional de recurso humano, tomando en consideración que la misma forma parte de todos los procesos a nivel organizacional desde dirección, control y producción y por supuesto de las etapas de negociación entre las universidades y sector productivo.

En el área Cognitiva se hace evidente que, los actores involucrados presentan diferentes ideas en cuanto a la proyección o sitial que ocupa la universidad en el ámbito nacional e internacional, debido a que el actor universitario expresa sentirse identificado plenamente con la sociedad nacional, mientras que el sector productivo, no constata dicha identificación y por ende la participación que realmente permita la proyección de la universidad en el ámbito nacional e internacional.

A nivel conativo conductual el actor del sector productivo tiene concepción de gestión de la calidad, relacionada a favor de las normas internacionales como: ISO 9000, y to-

das las disposiciones y normas establecidas en el ámbito laboral, haciendo hincapié en trabajo en equipos de alto desempeño, así como también planeación estratégica de sus recursos, por otro parte, se observa que el ámbito universitario, maneja conceptos abstractos con respecto a los círculos de calidad ya que no fijan metas directas, relacionados con planes estratégicos que permitan un desarrollo sustentable y sostenible.

Con respecto al nivel cognitivo en cuanto a la concepción de ética, este se maneja en función del factor educación, donde ambos actores fijan posiciones similares a través de ejemplo cotidianos, de igual forma se hace evidente, que en el ámbito práctico es decir en la fase conductual carece de directrices específicas que permitan un coaccionar de ambos sectores con respecto a esta categoría. De igual forma, en relación a la categoría capacidad técnica, cabe destacar el desacuerdo evidente entre lo expresado por uno y otro actor, lo que demuestra que la alta capacidad técnica que dice la universidad manejar, no corresponde con la apreciación del sector productivo sobre la eficiencia de el recurso humano aportado por la universidad. Influyendo esto en el área Conativa –Conductual ya que el actor universitario se encuentra desfasado entre lo que él oferta y la demanda del sector sobre el cual va dirigido ese recurso humano.

En el ámbito de la categorías conativas conductuales, la concepción de autogestión en el ámbito universitario se encuentra supeditada a las directrices y lineamientos, primero a nivel nacional y como segundo lugar a nivel interno universitario es decir, por las autoridades Universitarias y el Consejo Universitario hecho que limita su accionar en la búsqueda de soluciones prácticas a situaciones y hechos imprevistos que se presenten en el quehacer social (limitación política). Al respecto en las

observaciones expuestas por los actores del sector productivo, estos plantean que por su alta dependencia política a nivel de toma de decisiones en sus prácticas de acción, las universidades, limitan su capacidad de respuesta en situaciones emergentes.

### **Bibliografía citada**

- Ertel, Danny (1996). **Negociación 2000**. Editorial Mc. Graw Hill. Colombia.
- Martínez, Cynthia (2001). **Lineamientos Estratégicos de gestión Tecnológica en el proceso de vinculación Universidad Sector Productivo**.
- Montero, Maritza (1994). **Indefinición y Contradicciones de algunos Conceptos Básicos en la Psicología Social**. En: M Montero **Construcción Crítica de la Psicología social**. Edit Antrophos.
- Solleiro, J.L. (1993). **Gestión de la Vinculación Universitaria- sector Productivo: Un Curso sobre Vinculación Universidad-Sector productivo**. Protec-CIT-UNAM. México.
- Vasconcellos, Eduardo (1992). **Gerenciamiento de Tecnología: Un instrumento para la Competitividad Empresarial**. Edit. Edgard Blücher LTDA. Brasil.