



Universidad Católica Andrés Bello
Vicerrectorado Académico
Área de los Estudios de Postgrado
Programa de Postgrado en Comunicación y Publicidad

**FACTORES INCIDENTES EN EL DESCONOCIMIENTO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA (RSU) EN LOS
STAKEHOLDERS INTERNOS.**

CASO: UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO (UCAB).

Octubre 2016 - Julio 2017

Presentado por:

Segura Grullón, Cristal. 2288417

Para optar por el título de Magister en Comunicación Social, mención
Comunicación Organizacional.

Tutor:

Fernández, Blas

Caracas, Enero 2017



**FACTORES INCIDENTES EN EL DESCONOCIMIENTO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA (RSU) EN LOS
STAKEHOLDERS INTERNOS.**

CASO: UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO (UCAB).

Octubre 2016 - Julio 2017

Presentado por:

Segura Grullón, Cristal. 2288417

Para optar por el título de Magister en Comunicación Social, mención
Comunicación Organizacional.

Tutor:

Fernández, Blas

Caracas, Enero 2017

Caracas, 02 enero de 2017

FICHA DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Mediante la presente ficha, solicito se nombre el jurado evaluador para mi Trabajo de Grado: **Factores Incidentes en el Desconocimiento de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) en los Stakeholders Internos. Caso: de la Universidad Católica Andrés Bello. Octubre 2016- Julio 2017.**

Postgrado en Comunicación Social.

Opción en: Comunicación Organizacional.

Apellidos y Nombres del Estudiante: Segura Grullón, Cristal.

Dirección: Avenida San Martín, edif. Las Guacamayas No. 43, piso 4, municipio Libertador, Caracas, Edo Miranda, Venezuela.

Teléfono: 0212-4522181 Cel. 0424-2969621.

Apellidos y Nombres del Profesor Tutor: Fernández, Blas.

Teléfono: 0212-4074379.

Director Programa de Postgrado en Comunicación Social UCAB.

Profesor Blas Fernández
C.I. No. 9965658

Cristal Segura Grullón
Pasaporte No. 2288417

Nota: Se anexan dos (2) ejemplares del Trabajo Especial de Grado.

SOLO PARA USO EXCLUSIVO DE LA DIRECCIÓN DEL PROGRAMA.

Recibido por: _____ Fecha: _____

DEDICATORIA

A mi Dios:

Por el regalo de la vida y la fortaleza que ha puesto en mí. Por ponerme en este país en un momento de crisis sociopolítica y económica, sin embargo, el mejor momento para mí.

A la UCAB:

Por abrirme las puertas y hacerme sentir tan cómoda y, por supuesto, porque me ha dado esta maestría.

A Venezuela:

Por ser el país que eres, por ser el país elegido por Dios para acogerme durante estos dos años y algunos meses, por mejorar mi salud, por tu rico clima, deliciosas fresas, divinas arepas, por el acento de tu gente, porque aquí pude construir un hogar y una familia estable, porque me conviniste siempre...

Mi Tutor:

El profesor Blas Fernández, por aceptar ser mi guía en esta tesis desde el primer momento que se lo pedí, por siempre responder a tiempo, con amabilidad, por prestar atención a sus estudiantes y tratar a todos por igual. Mil gracias por llevarme por el camino correcto con mi investigación.

AGRADECIMIENTOS

A mi Amor:

Mi divino esposo, por insistir tanto y lograr traerme a Venezuela. Por tu carisma hechizador, por ser mi única y mejor familia en este país. Por no dormir si enfermo, porque me cuidas hasta el sueño, por buscar perfeccionarte por este matrimonio, por todos tus detalles, por ser mi caballero.

A mis padres y familiares:

A mis padres, por haberme dado la vida, por siempre llevarme por el buen camino, por educarme con dignidad y respeto, por apoyarme para seguir adelante y correr riesgos que al final han dado buenos frutos. A mi tía Mela por ser la mejor tía y como otra madre, demasiado entregada a toda su familia. A mis hermanos, por ser las partes que complementan mi familia.

A mi otra Familia:

A mi suegra, por quererme tanto y darme tan calurosa acogida desde el primer instante en que me miró, por hacerme sentir como si siempre me estuvo esperando. A mis cuñadas, Yulissa, Elviscarlis y Ana, por ser como son y apoyar mi matrimonio al máximo.

A mi amiga Carolina:

Por tantos años de amistad, por ser mi diario, aconsejarme, por estar ahí cuando te he necesitado siempre y por mantener nuestra amistad aún en la distancia.

A mis colaboradores:

En especial a Mayelin Estepan, por ayudarme y responder todas mis inquietudes tan amablemente aun estando tan lejos, porque nunca pusiste obstáculos ni peros. Igual, agradezco a los estudiantes de pregrado y postgrado de comunicación social de la UCAB por apoyarme con la encuesta.

También, mi querida profesora Rafi, que también la considero una amiga, siempre disponible cuando tenía inquietudes sobre mi tesis.

Compañeros de Maestría:

Por el buen trato que siempre he recibido de su parte, por las tantas risas que hemos compartidos. Dios me bendijo con el mejor grupo de maestría, en especial con Mónica y Jhatve por ser mis compañeras desde el primer semestre y por todas las buenas cosas que han hecho por mí.

ÍNDICE GENERAL

	PP.
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Índice General	vii
Índice de Cuadros	xi
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xvi
Siglas	xx
RESUMEN	xxi
INTRODUCCCIÓN	22
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	26
1.1 El Problema	26
1.2 Objetivos	31
1.2.1 Objetivo General	31
1.2.2 Objetivos Específicos	31
1.3 Justificación	31
1.4 Alcance	32
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	34
2.1 Presentación de la Organización	34
2.2 Tipo de Organización	34
2.3 Historia	34
2.4 Misión	35
2.5 Visión	36

2.6	Objetivos	37
2.7	Autoridades	37
2.8	Capítulos Regionales	39
2.9	Organigrama	40
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO		41
3.1	Antecedentes de la Investigación	41
3.2	La Responsabilidad Social (RS)	45
3.2.1	Origen y Evolución de la RS	45
3.2.2	Conceptualización de la RS	48
3.2.3	Iniciativas Internacionales de RS	51
3.2.4	La RS en la Empresa no es Filantropía	54
3.2.5	Desde la Filantropía a los ODS y su aplicación en Venezuela	56
3.2.6	Tipos de RS y sus implicaciones Éticas	58
3.3	La RS y la Comunicación Organizacional	60
3.3.1	La Comunicación	60
3.3.2	Comunicación Organizacional	62
3.3.3	Importancia de Comunicar la RS de las organizaciones	63
3.4	Los Stakeholders	65
3.4.1	Origen y concepto de los <i>Stakeholders</i>	65
3.4.2	Teoría de los <i>Stakeholders</i> de Freeman y su Identificación	67
3.4.3	Tipos de <i>Stakeholders</i>	69
3.4.4	Los <i>Stakeholders</i> de la Universidad	71
3.5	Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	73
3.5.1	Origen de la RSU	73
3.5.2	Conceptualización de la RSU	75
3.5.3	Iniciativas de RSU a nivel Internacional	79
3.5.4	Enfoques de la RSU. Teorías y modelos	81
3.5.5	La Universidad y la Sociedad	84
3.5.6	El quehacer Universitario Socialmente Responsable	86
3.5.7	Medición e indicadores de la RSU	87

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO	88
4.1 Tipo de Investigación	88
4.2 Diseño de la Investigación	89
4.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	90
4.4 Cuadro de Operacionalización de Variables	94
4.5 Población y Muestra	96
4.6 Confiabilidad del Instrumento	97
4.7 Validación del Instrumento	97
4.8 Procedimiento	98
CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS	99
5.1 Prácticas de RSU de la UCAB	99
5.1.1 Revisión Documental	99
5.1.2 Entrevista a Profundidad a Directivos de Comunicación y RS	108
5.1.3 Análisis a entrevista	121
5.2 Medios de Comunicación de la UCAB	125
5.2.1 Análisis de la Estructura Web de Medios Digitales	125
5.2.2 Estructura Página Web UCAB	125
5.2.3 Estructura Revista Digital elucabista.com	127
5.2.4 Estructura Blog Parque Social UCAB	129
5.2.5 Análisis de la Presencia en Redes Sociales	130
5.2.6 <i>Twitter</i>	130
5.2.7 <i>Facebook</i>	132
5.2.8 <i>Instagram</i>	133
5.3 Percepción de los Stakeholders Internos de la UCAB sobre RSU	134
5.3.1 Encuesta a Estudiantes de Pregrado	135
5.3.2 Encuesta a Estudiantes de Postgrado	162

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones 187

Recomendaciones 191

BIBLIOGRAFÍA 194**ANEXOS** 199

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Direcciones, directores y publicaciones	91
Cuadro No. 2 Operacionalización de Variables	95
Cuadro No. 3 Entrevistas a directores	109
Cuadro No.4 Análisis de la Estructura web página UCAB	125
Cuadro No. 5 Estructura Web revista digital elucabista.com	127
Cuadro No. 6 Estructura Blog Parque Social UCAB	129
Cuadro No. 7 Presencia en Red Social <i>Twitter</i>	130
Cuadro No.8 Presencia en Red Social Facebook	132
Cuadro No. 9 Presencia en Red Social Instagram	133

ÍNDICE DE TABLAS

Encuesta Pregrado

Tabla No. I Edad	135
Tabla No. II Sexo	136
Tabla No. III Semestre que cursan	137
Tabla No.: IV ¿Ha escuchado usted hablar sobre RS?	138
Tabla No.: V Grado de conocimiento sobre la RS?	139
Tabla No.: VI ¿Con cuál de las siguientes ideas, asocia usted la RS?	140
Tabla No. VII ¿Cree usted que la RS debes ser aplicada por?	141
Tabla No. VIII ¿Qué puntuación le asigna a UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable?	142
Tabla No. IX ¿Considera que la UCAB cumple las funciones universitarias de docencia, investigación, vinculación-extensión y gestión?	143
Tabla No. X ¿Tiene usted en su pensum asignatura de RS?	144
Tabla No. XI ¿Considera que UCAB forma estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral?	145
Tabla No. XII Si su respuesta anterior fue No ¿Qué le hace falta a UCAB para lograrlo?	146
Tabla No. XIII ¿Mediante cuál o cuáles se entera usted de las informaciones sobre RS que emite la UCAB?	147
Tabla no. XIV ¿Conoce usted las siguientes publicaciones?	148
Tabla No. XV ¿Con qué frecuencia los lee o ingresa a los mismos?	149
Tabla No. XVI Si su respuesta anterior fue veces o nunca ¿Por qué no lee o ingresa a sus páginas?	150

Tabla No. XVII De las siguientes direcciones de la UCAB, ¿De cuáles ha escuchado hablar?	151
Tabla No. XVIII ¿Sabe usted a qué se dedican esas direcciones?	152
Tabla No. XIX De los siguientes programas, seleccione los que usted ha escuchado hablar o conoce.	153
Tabla No. XX ¿Ha recibido usted o alguien que conozca beneficios de las acciones de RS de la UCAB?	154
Tabla No. XXI Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuál o cuáles han sido esos beneficios?	155
Tabla No. XXII ¿Qué debería hacer o mejorar la UCAB, para proyectarse como una universidad socialmente responsable?	156
Tabla No. XXIII ¿Considera usted a la UCAB una universidad socialmente responsable?	157
Tabla No. XXIV ¿Por qué considera a la UCAB una universidad socialmente responsable?	158
Tabla No. XXV ¿Por qué considera que la UCAB no es una universidad socialmente responsable?	159

ÍNDICE DE TABLAS

Encuesta Postgrado

Tabla No.XXVI Edad	162
Tabla No. XXVII Sexo	163
Tabla No. XXVIII Semestre que cursan	164
Tabla No.: XXIX ¿Ha escuchado usted hablar sobre RS?	165
Tabla No.: XXX Grado de conocimiento sobre la RS?	166
Tabla No.: XXXI ¿Con cuál de las siguientes ideas, asocia usted la RS?	167
Tabla No. XXXII ¿Cree usted que la RS debes ser aplicada por?	168
Tabla No. XXXIII ¿Qué puntuación le asigna a UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable?	169
Tabla No. XXXIV ¿Considera que la UCAB cumple las funciones universitarias de docencia, investigación, vinculación-extensión y gestión?	170
Tabla No. XXXV ¿Tiene usted en su pensum asignatura de RS?	171
Tabla No. XXXVI ¿Considera que UCAB forma estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral?	172
Tabla No. XXXVII Si su respuesta anterior fue No ¿Qué le hace falta a UCAB para lograrlo?	173
Tabla No. XXXVIII ¿Mediante cuál o cuáles se entera usted de las informaciones sobre RS que emite la UCAB?	174
Tabla no. XXXIX ¿Conoce usted las siguientes publicaciones?	175
Tabla No. XL ¿Con qué frecuencia los lee o ingresa a los mismos?	176
Tabla No. XLI Si su respuesta anterior fue veces o nunca ¿Por qué no lee o ingresa a sus páginas?	177
Tabla No. XLII De las siguientes direcciones de la UCAB, ¿De cuáles ha escuchado hablar?	178
Tabla No. XLIII ¿Sabe usted a qué se dedican esas direcciones?	179

Tabla No. XLIV De los siguientes programas, seleccione los que usted ha escuchado hablar o conoce.	180
Tabla No. XLV ¿Ha recibido usted o alguien que conozca beneficios de las acciones de RS de la UCAB?	181
Tabla No. XLVI Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuál o cuáles han sido esos beneficios?	182
Tabla No. XLVII ¿Qué debería hacer o mejorar la UCAB, para proyectarse como una universidad socialmente responsable?	183
Tabla No. XLVIII ¿Considera usted a la UCAB una universidad socialmente responsable?	184
Tabla No. XLIX ¿Por qué considera a la UCAB una universidad socialmente responsable?	185
Tabla No. XXV ¿Por qué considera que la UCAB no es una universidad socialmente responsable?	186

ÍNDICE DE FIGURAS

Encuesta Pregrado

Gráfico No. 1 Organigrama de la UCAB	40
Gráfico No. 2 Edad de los encuestados de pregrado	135
Gráfico No. 3 Resultado obtenido del sexo	136
Gráfico No. 4 Resultado obtenido del semestre que cursan	137
Gráfico No. 5 Resultado obtenido sobre si han escuchado hablar de RS	138
Gráfico No. 6 Resultados obtenidos del grado de conocimiento de RS	139
Gráfico No. 7 Resultados obtenidos sobre las ideas con que asocian la RS	140
Gráfico No. 8 Resultados obtenidos sobre las empresas que deben aplicar la RS	141
Gráfico No. 9 Resultados obtenidos sobre el comportamiento socialmente responsable de la UCAB	142
Gráfico No. 10 Resultados obtenidos sobre las funciones universitarias de la UCAB	143
Gráfico No. 11 Resultados obtenidos sobre la asignatura de RS	144
Gráfico No. 12 Resultados obtenidos sobre si la UCAB forma bien a los estudiantes	145
Gráfico No. 13 Resultados obtenidos sobre qué le hace falta a la UCAB para preparar mejor a sus estudiantes	146
Gráfico No. 14. Resultados obtenidos sobre los canales de comunicación de la UCAB	147
Gráfico No. 15 Resultados obtenidos sobre las publicaciones y medios de la UCAB	148
Gráfico No. 16 Resultados obtenidos sobre la frecuencia con que leen las publicaciones de la UCAB	149
Gráfico No. 17 Resultados obtenidos sobre por qué no leen las publicaciones de la UCAB	150
Gráfico No. 18 Resultados obtenidos las direcciones de la UCAB	152
Gráfico No. 19 Resultados obtenidos sobre si saben a que se dedican las direcciones de la UCAB	153

Gráfico No. 20 Resultados obtenidos sobre los programas de la UCAB	155
Gráfico No. 21 Resultados obtenidos sobre si han recibido beneficios de la RS de la UCAB	156
Gráfico No. 22 Resultados obtenidos sobre los beneficios que han obtenido de la RS de la UCAB	157
Gráfico No. 23 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB	158
Gráfico No. 24 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB	159
Gráfico No. 25 Resultados obtenidos sobre por qué consideran la UCAB socialmente responsable	160
Gráfico No. 26 Resultados obtenidos sobre por qué NO consideran la UCAB socialmente responsable	161

ÍNDICE DE FIGURAS

Pregrado

Gráfico No. 27 Edad de los encuestados	161
Gráfico No. 27 Resultado obtenido del sexo	162
Gráfico No. 28 Resultado obtenido del semestre que cursan	163
Gráfico No. 29 Resultado obtenido sobre si han escuchado hablar de RS	164
Gráfico No. 30 Resultados obtenidos del grado de conocimiento de RS	165
Gráfico No. 31 Resultados obtenidos sobre las ideas con que asocian la RS	166
Gráfico No. 32 Resultados obtenidos sobre las empresas que deben aplicar la RS	167
Gráfico No. 33 Resultados obtenidos sobre el comportamiento socialmente responsable de la UCAB	168
Gráfico No. 34 Resultados obtenidos sobre las funciones universitarias de la UCAB	169
Gráfico No. 35 Resultados obtenidos sobre la asignatura de RS	170
Gráfico No. 36 Resultados obtenidos sobre si la UCAB forma bien a los estudiantes	171
Gráfico No. 37 Resultados obtenidos sobre qué le hace falta a la UCAB para preparar mejor a sus estudiantes	172
Gráfico No. 38 Resultados obtenidos sobre los canales de comunicación de la UCAB	173
Gráfico No. 39 Resultados obtenidos sobre las publicaciones y medios de la UCAB	174
Gráfico No. 40 Resultados obtenidos sobre la frecuencia con que leen las publicaciones de la UCAB	175
Gráfico No. 41 Resultados obtenidos sobre por qué no leen las publicaciones de la UCAB	176
Gráfico No. 42 Resultados obtenidos las direcciones de la UCAB	177

Gráfico No. 43 Resultados obtenidos sobre si saben a que se dedican las direcciones de la UCAB	178
Gráfico No. 44 Resultados obtenidos sobre los programas de la UCAB	180
Gráfico No. 45 Resultados obtenidos sobre si han recibido beneficios de la RS de la UCAB	181
Gráfico No. 46 Resultados obtenidos sobre los beneficios que han obtenido de la RS de la UCAB	182
Gráfico No. 47 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB	183
Gráfico No. 48 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB	184
Gráfico No. 49 Resultados obtenidos sobre por qué consideran la UCAB socialmente responsable	185
Gráfico No. 50 Resultados obtenidos sobre por qué NO consideran la UCAB socialmente responsable	186

SIGLAS

CSSI	Centro de Salud Santa Inés
GI	Grupos de Interés
IES	Instituciones de Educación Superior
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
RS	Responsabilidad Social
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
RSU	Responsabilidad Social Universitaria
UCAB	Universidad Católica Andrés Bello

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es conocer cuáles son los factores que provocan el desconocimiento sobre la RSU en los *stakeholders* internos de la UCAB, durante el período octubre 2016- julio 2017. Este proyecto responde a las siguientes interrogantes: ¿Cómo la UCAB maneja la promoción del tema de la RSU?, ¿Cuáles canales utiliza la UCAB para difundir las informaciones al respecto y la frecuencia con que los emite?, ¿Cuáles son los *Stakeholders* de la UCAB y que beneficios han recibido de la RSU? y ¿Cuál ha sido el impacto y/o nivel de conocimientos de los *Stakeholders* respecto al tema de la RSU? En cuanto a la metodología utilizada, es un estudio de campo y descriptivo, a través de la investigación documental con análisis descriptivo- interpretativo. El método de estudio es un enfoque mixto, ya que se utilizaron tanto variables cuantitativas como cualitativas, con técnicas como la encuesta, a través del cuestionario como instrumento, aplicado mediante la plataforma de *Google Drive* a ciento cincuenta y nueve (159) estudiantes de la carrera y maestría de Comunicación Social de la UCAB y un análisis de contenido simple, para evaluar las publicaciones que emite la universidad a través de los departamentos encargados de comunicación, promoción y RS, como también un análisis de las estructuras webs de las páginas que utilizan para difundir la información. La finalidad de estos procedimientos, es ofrecer a la UCAB recomendaciones pertinentes que mejoren la problemática comunicacional actual, provocando en sus *stakeholders* mayor reconocimiento y prestigio por labor social que realiza la universidad.

Palabras Clave: Responsabilidad social, Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social Universitaria, *Stakeholders*, UCAB, Parque Social Manuel Aguirre, Comunicación, Comunicación Organizacional.

INTRODUCCIÓN

Partiendo de que la RS es considerada como un nuevo modelo de negocios que proporciona una herramienta importante en la gestión de las organizaciones, y tomando en cuenta el papel que ha venido desempeñando la universidad ante la sociedad, como también las respuestas que exigen los públicos de este tipo de organizaciones, con esta investigación surge el interés de indagar sobre la RS que lleva a cabo la UCAB y cómo esta es percibida por sus públicos internos debido a la importancia y los beneficios que estas acciones sociales aportan tanto a la imagen institucional como a la sociedad misma, generando así un bien común para todos.

Con base a lo anterior, este estudio pretende identificar y analizar las razones del por qué existe una falta de conocimiento por parte de la comunidad universitaria, en lo adelante *Stakeholders*, sobre la labor que ha venido desarrollando la UCAB desde 1976 en cuanto a RS se refiere.

En tanto, cabe resaltar que la RS ha sido clasificada en diferentes tipos o categorías, siendo uno de ellos la RSU, que al ser aún un tema reciente, los estudios en esta área se han mantenido con un carácter tan solo descriptivo que los ha limitado a concentrarse en la percepción de sus *stakeholders* internos ya sean autoridades, docentes y/o estudiantes (Montgomery y Ramus, 2003, c.p. Baca, 2015). En el caso de este estudio, igual se centra en las percepciones los de *stakeholders* internos de la organización, sin embargo, va más allá, descubriendo las razones que provocan el desconocimiento de la RSU en la UCAB, motivo que llevó a analizar el proceso comunicacional de la universidad católica a fin de alcanzar este objetivo.

Así, fundamentalmente se examina la integración de esta IES al desarrollo sostenible de la sociedad, y conocer las verdaderas razones de por qué sus públicos internos presentan falta de conocimientos, ya que la RS “afecta la propia gestión de las organizaciones, tanto en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los grupos de interés” (De la Cuesta y Valor, 2003, p. 7).

Por ello, se presentan las causas que provocan la situación actual de desconocimiento en los *stakeholders* internos de la UCAB y las recomendaciones pertinentes frente al caso con el objetivo de lograr las mejoras comunicacionales que amerita la universidad. En ese sentido, la investigación presenta la siguiente estructura:

Capítulo 1: El capítulo principal del estudio está compuesto por el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos, justificación, la importancia, factibilidad y su alcance, tal y como se ha venido describiendo en los párrafos anteriores.

Capítulo 2: Este capítulo contiene el marco referencial de la y la institución bajo estudio que es la UCAB. De igual modo, proporciona informaciones acerca de la universidad que van desde el tipo de organización que es, su historia, los elementos de su identidad filosófica, las autoridades que la integran, sus capítulos regionales y el organigrama.

Capítulo 3: Se trata del marco teórico, que engloba una variedad de temas que inician en los antecedentes de la investigación apoyados en trabajos anteriores sobre RSU que a su vez sirvieron de apoyo para este estudio; los mismos fueron realizados tanto en Venezuela como en países extranjeros. A fin de comprender el origen y la evolución de la RS se da paso al tema histórico del concepto, exponiendo su historia, los conceptos de los autores más destacados en este ámbito, las iniciativas internacionales sobre RS que han servido de guía a la hora de evaluar y medir estas acciones sociales. Uno de los temas que no podía ser obviado es el de la Filantropía, ya que para comprender mejor la RS, resulta necesario explicar cómo esta labor en las empresas no significa lo mismo que filantropía, aunque si puede considerarse como su inicio. En este mismo orden, se

exponen las informaciones que permiten comprender como se ha llegado de filantropía a los ODS y sobre todo, su aplicación en Venezuela. Para finalizar este apartado, se presentan de los tipos de RS más destacados y las implicaciones éticas que conlleva cada uno.

Por su supuesto, como se había dicho con anterioridad, uno de los aspectos más importantes que expone esta investigación y que la hace diferente de los demás estudios que solo se han concentrado en la percepción de los *stakeholders* internos de la organización, es el tema de comunicación. Por esta razón, en el tercer bloque del marco teórico se muestran informaciones sobre la comunicación organizacional y la importancia que tiene la comunicación de la RS en las organizaciones como también las ventajas que les proporciona.

El cuarto bloque de este capítulo, se enfoca en los *stakeholders*, ya que para considerar a una empresa socialmente responsable, las mismas deben reconocer quiénes son sus partes interesadas, las cuales se ven afectadas por las acciones que toma la organización. Abarca informaciones que van desde el origen del concepto de los *stakeholders*, la teoría de R. Edward Freeman y la identificación de cada uno de ellos. De igual modo, podrán conocerse las tipologías de estos actores y quiénes son los *stakeholders* que conforman la universidad.

En el quinto y último bloque del marco teórico se expone el tema central de esta investigación, la RSU. El mismo inicia con datos que permiten comprender su origen y conceptualización. Así mismo, se describen las iniciativas de RSU a nivel internacional, como también la universidad y su rol ante la sociedad, porque este tipo de organizaciones interactúa con la sociedad, la cual reclama diversas necesidades, siendo los efectos de estas acciones percibidos de formas distintas por parte de los grupos de interés que conforman la universidad. En este mismo orden, se presenta el quehacer universitario socialmente responsable, los distintos enfoques que tiene y la medición e indicadores de la RSU.

Capítulo 4: Presenta el marco metodológico, que explica el método y las técnicas utilizadas en esta investigación, a fin de identificar las principales causas que originan la desinformación por parte de los estudiantes de la UCAB frente al tema de RSU. Para lograr este objetivo, se consultaron diferentes fuentes de información sobre la trayectoria de la RS de la universidad en cuestión, como también, un cuestionario que se aplicó al 5% de la población de los estudiantes de pregrado la carrera de Comunicación Social, equivalente a ciento treinta (130) y al total de los veintinueve (29) estudiantes activos en la maestría de Comunicación Social, mención Comunicación Organizacional del postgrado de la UCAB.

En total, fueron aplicados ciento cincuenta y nueve (159) formularios online a través de la plataforma *Google Drive* a los estudiantes de ambos grupos, cuatro entrevistas a profundidad a los directores de los departamentos relacionados con la comunicación, promoción y RS de la universidad, como también un análisis de las estructuras webs y de contenido simple a las publicaciones que emiten dichos departamentos en las categorías de cuidado al medio ambiente, comportamiento ético, trato igualitario a las personas, ayudas comunitarias, buenas condiciones laborales, entrega de información, relación con el público e informaciones sobre las funciones de la universidad en cuanto a docencia, investigación, extensión-vinculación y gestión.

Finalmente, tras el desarrollo de este proyecto con todos los temas teóricos antes descritos y los respectivos procedimientos metodológicos aplicados, se facilitó llegar a las conclusiones, que a su vez comparan los datos obtenidos a través de todos los instrumentos aplicados, lo que permitió ofrecer a la universidad las recomendaciones pertinentes que ayuden a mejorar la falla comunicacional actual ya que es la principal causa del desconocimiento de la RSU de la UCAB por parte de sus *stakeholders* internos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La RS ha venido madurando con el tiempo, volviéndose cada vez más popular a través de las diferentes modificaciones que le han hecho incluir nuevos contenidos. Sin embargo, no existe un momento exacto para determinar su origen, aunque, la mayoría de autores que han abordado este tema, coinciden en que sus inicios se remontan desde las primeras décadas del siglo XX.

Cabe mencionar, que en Estados Unidos, desde los primeros años de la posguerra, es donde las organizaciones comienzan a reconocer el compromiso que tienen con el bienestar de la sociedad por medio de las fundaciones, como bien lo expone Bruni (2015):

(...) desde los primeros años de la posguerra, la agenda de RSE se había concentrado en mejorar las condiciones de los trabajadores de las empresas y contribuir al bienestar de las comunidades circunvecinas (...) Sin embargo, en la práctica empresarial de la posguerra angloamericana, la RSE se había concretado principalmente como «filantropía empresarial» (para. 3).

Dicha filantropía empresarial, referida por Bruni (2015), se basaba en programas empresariales bien estructurados para realizar donaciones que “ surgió gracias a una legislación promulgada por el Congreso de Estados Unidos en 1935, que dio cabida a las grandes donaciones al permitir a las empresas deducir sus contribuciones caritativas de las declaraciones de impuesto sobre la renta” (Madrakhimova, 2013; Soskis, 2010). Así surge el mecenazgo como una fórmula de RSE para reducir impuestos.

Más tarde, Server y Villalonga (2005), refieren que el “comportamiento con respecto a la responsabilidad, publicado por las compañías norteamericanas comenzó a llegar hasta Europa, donde era más reclamada por el personal interno de la propia empresa”. A esto, también cabe desatacar que la RSE, tanto para Estados Unidos como para Europa, estaba más centrada en el cuidado ambiental y en los asuntos comunitarios.

Por igual, en el caso de América Latina, las acciones de RS se caracterizaban desde sus inicios por la filantropía y la caridad, a lo que la Fundación Carolina (2006), agregó que:

Otro punto resaltante son las actividades a las que se dedican las gestiones socialmente responsables, enfocadas principalmente en apoyos que hagan frente a las pobrezas o condiciones que se derivan de ellas, así pues, enfocándose en gestiones de las áreas educativas, de salud, gestión comunal, etc. (p. 5).

Para los fines de esta investigación, nos situamos en un país Latinoamericano como Venezuela, donde las iniciativas de RS según Méndez, (2003) no son nada nuevo, siendo las mismas de carácter filantrópico y no conocidas bajo el mismo concepto en sus primeros años. No obstante, durante las últimas décadas ha adquirido un mayor auge, ya que en la actualidad “tanto empresarios como gerentes están más sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas que se presentan en la sociedad” (IV Encuesta de Responsabilidad Social en Venezuela, 2014).

En Venezuela, los orígenes de la RS, se remontan a 1900. Ya para el período comprendido entre 1910-1930 las grandes empresas del país, en especial las petroleras, empezaron a ofrecer asistencia social y una nueva forma de ver la relación empresa-sociedad, lo que se puede considerar inicio de la RS que para ese momento se centraba en la atención de sus empleados (Méndez, 2003, p. 90).

Paulatinamente, después de la década de los 40, el empresariado comienza a mostrar interés hacia la sociedad, saliendo del ámbito interno y específico de sus

trabajadores y del área productiva que lo atañe. En este punto comienza a notarse una diferenciación en lo que venía desarrollando la empresa venezolana como actividades sociales y lo que sería a partir de este momento, ya no solo era el bienestar del trabajador, sino más bien, ahora la empresa adquiriría creciente interés por todo lo relacionado con el trabajador, con sus comunidades y con el medio ambiente (Venamcham, 2006. p 15).

Es así como la RSE fue incorporando cambios, ya que no solo se enfocaba en el ambiente interno de la empresa sino también a nivel externo, alcanzando solidez. A partir de 1990 fueron tomadas en cuenta áreas como educación, ambiente, salud, pobreza y cultura. (Méndez, 2003, p. 91).

En este mismo orden, con respecto a los cambios incorporados por la RS en cuanto al área de educación, la Conferencia Regional de Educación Superior CRES (2008), enmarcó la Educación Superior como instrumento estratégico de desarrollo sustentable y de cooperación, buscando un Espacio Común en América Latina y el Caribe, lo que supone un reto para que la universidad latinoamericana trabaje un modelo de RSU.

Por esta razón, es importante mencionar la relación de la “universidad como organización”, su rol ante la sociedad y los efectos que puede causar en las diferentes partes interesadas o *Stakeholders*, tal y como lo expone Gaete (2015):

(...) es una temática que ha estado presente desde la creación de las universidades, ya que siempre ha existido una fuerte demanda desde sus públicos hacia este tipo de instituciones universitarias a lo largo de la historia, viéndose las universidades intervenidas por los procesos de cambio social que podrían afectar la percepción de los actores sociales respecto de los efectos e implicancias del quehacer universitario para la sociedad sobre sus intereses y necesidades. (p.6)

Ante lo expuesto anteriormente, cabe aclarar que tanto las universidades públicas como privadas tienen las mismas responsabilidades, sin embargo, explica Mela (2011)

que, las primeras se ven afectadas principalmente por los cambios políticos y la financiación del Estado y están más enfocadas a ofrecer carreras que satisfagan más las necesidades del mismo Estado. En tanto, las privadas, que no dejan de ser empresas, se han venido enfrentado a procesos de cambios, estando obligadas a satisfacer las necesidades de sus públicos, prestando servicios de calidad al mismo tiempo que deben ser rentables. Por dichas razones, las universidades privadas deben hacer un mayor esfuerzo, siendo más eficientes en el manejo de sus recursos y en dar a conocer la labor que realizan a sus partes *stakeholders*.

En tanto, Gaete (2015), también destaca que están los desafíos de los diferentes grupos de interés con los que se relacionan las universidades, a lo que se debe agregar el vínculo de la universidad con la sociedad del conocimiento, que plantea como una de las principales responsabilidades sociales de este tipo de institución la demanda del conocimiento científico, surgiendo así la RSU y convirtiéndolo en un elemento clave ante los cambios como la masificación de la educación superior.

Ya se ha dicho anteriormente, que las organizaciones universitarias interactúan con la sociedad, la cual reclama diversas necesidades, y los efectos de las acciones de esta organización pueden ser percibidos de formas distintas por parte de sus grupos de interés. Por tales razones, se analizará el impacto de la RSU y la comunicación hacia los *Stakeholders* internos de la UCAB para identificar las causas de las conclusiones expuestas en una de las asignaciones de la materia de Consultoría Organizacional del primer semestre del año 2016, a cargo de la profesora Ximena Sánchez, donde se pudo evidenciar que los estudiantes desconocían las actividades que desarrolla la UCAB en cuanto a RS se refiere. Por otro lado, también se elaboró una entrevista, vía correo electrónico, destinada a algunas de las estudiantes que cursaban la asignatura, y a su vez laboraban en la universidad, quienes nunca respondieron por no tener conocimientos sobre el tema en cuestión, según explicaron a la entrevistadora.

La situación antes expuesta, muestra es los públicos internos de la UCAB desconocen la labor que ha venido realizando la universidad desde hace años, pese a que la RSU se maneja desde un departamento de promoción.

Y es que al ser la comunicación un elemento importante e integrador a la hora de incorporar elementos de credibilidad, que permitan divulgar el impacto de las acciones sociales y ambientales hacia los diferentes grupos de interés de las organizaciones, esta investigación, pretende sugerir las estrategias pertinentes a fin de combatir este problema comunicacional y superar el desconocimiento de las acciones de RSU del público interno de la UCAB.

Para el abordaje del problema a investigar, se tratará el contexto específico de las organizaciones universitarias en el ámbito de aplicación de la RS. Esto, debido a que “las instituciones de educación superior crecientemente deben establecer relaciones con la sociedad, que les permita consolidar su quehacer, cada vez más trascendente para diferentes personas, grupos e instituciones del Estado, el Mercado y la Sociedad Civil” (Rodríguez, 2010 p.23).

Por tales razones, la principal pregunta de esta investigación es **¿Por qué los Stakeholders de la UCAB desconocen las acciones de RS que lleva a cabo la universidad?**

1.1.2 Interrogantes de la Investigación

1. ¿Cómo la UCAB maneja la promoción del tema de la RSU?
2. ¿Cuáles son los principales canales de comunicación que utiliza la UCAB para difundir las informaciones sobre la RSU y frecuencia con que los emite?
3. ¿Cuáles son los *Stakeholders* de la UCAB y que beneficios han recibido de RSU?
4. ¿Cuál es el impacto y/o nivel de conocimientos de los *Stakeholders* de la UCAB respecto al tema de RSU?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Identificar los factores incidentes en el desconocimiento de la RSU de la UCAB por parte de los *Stakeholders* internos.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Describir las prácticas de RSU llevadas a cabo por la UCAB.
2. Identificar los principales medios, los contenidos y la frecuencia que utilizan las direcciones de Comunicación y Promoción de la UCAB para difundir informaciones sobre RSU.
3. Conocer la percepción que tienen los *Stakeholders* internos de la UCAB sobre la RSU de la universidad.

1.3 Justificación e Importancia

Esta investigación identifica los factores que provocan el desconocimiento en los *Stakeholders* internos de la UCAB sobre la labor de RSU que lleva a cabo. De igual modo, busca mejorar esta problemática ya que la RS genera reconocimiento y prestigio para las organizaciones, siendo este un punto a favor tanto para la universidad, en cuanto a imagen y reputación se refiere, como para sus grupos de interés, con las ventajas que pueden recibir de esta labor.

Para lograrlo, se determina a su vez, el grado de conocimiento que tienen los *Stakeholders* de la UCAB sobre el concepto de RS y las actividades que realiza la universidad en esta área. Esto, debido a que muchas personas solo han escuchado el término, pero no saben el paquete de pilares que contiene el mismo, ni tampoco conocen sobre RSU; por ende, las actividades llevadas a cabo por la UCAB en este sentido.

Es por las razones antes expuestas que se considera relevante la presente investigación, ya que permite conocer con mayor detalle las razones por las que los *stakeholders* de la UCAB desconocen las acciones de RS, que en definitiva genera falta de integración o compromiso desde el ámbito organizacional.

1.4 Alcance

La investigación está orientada a determinar la aplicación de la RSU llevada a cabo por la UCAB en su sede Montalbán y el impacto que ha causado en sus *stakeholders* internos durante el período comprendido entre octubre 2016 y julio 2017.

El proyecto, comprende una revisión teórica del caso para poder comprender la RS: cómo ha pasado de considerarse filantropía y caridad, hasta evolucionar y llegar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030. Así mismo, el marco teórico también trata el tema de los *Stakeholders*, para conocer cómo influyen las demandas de estas partes interesadas de la sociedad en las organizaciones y por último, se expone la RSU, ya que es el tema central de la investigación y puede comprenderse mucho mejor tras haber revisado los temas expuestos con anterioridad.

Como parte del procedimiento, este estudio toma en consideración el período octubre 2016- julio 2017 para su análisis, tiempo que se consideró necesario y suficiente para evaluar todas las acciones de RS ejecutadas por la institución universitaria, conocer el modo en que han sido proyectadas y el conocimiento que poseen sus públicos internos sobre las mismas.

Para alcanzar los fines antes expuestos, se aplicó una encuesta a los estudiantes tanto de pregrado como de postgrado de comunicación social de la UCAB, para determinar las razones del por qué desconocen la RSU de la universidad. Por otro lado se realizó una entrevista a los directores de comunicaciones, RS y promociones de la universidad y un análisis a las estructuras webs y presencia en redes sociales de los principales medios que utiliza la UCAB para comunicarse, comparando si lo que afirman en la encuesta, la entrevista y lo publicado en los medios guardan coherencia. De este modo, se busca ofrecer las sugerencias adecuadas para que los públicos internos de la UCAB estén mejor informados sobre la RS de la universidad.

En conclusión, este proyecto se desarrollara a través de una investigación documental, encuestas y entrevistas a los actores claves y evaluación de las publicaciones que emite la universidad, ya que resultan necesarios para la toma de decisiones en todo el procedimiento, que aunque no incluye la implementación de un plan estratégico, ofrece sugerencias como posibles mejoras que servirán ante una futura implementación y evaluación de cambios.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Presentación de la Organización

Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

2.2 Tipo de Organización

Según su origen es una entidad formal de educación superior y según sus fines y de acuerdo con su jurisdicción es una organización privada.

2.3 Historia

El 24 de octubre de 1953 fue el año de fundación de la UCAB, conocida también como “la Católica”, según se afirma en la sección de historia de su página web w2.ucab.edu.ve/historia.1854.html. Ese mismo año, el mandatario del país Marcos Pérez Jiménez promulgó una nueva ley de educación que favoreció la fundación de esta casa de estudios.

El primer rector de la universidad fue Carlos Guillermo Plaza (1953-1955). El mismo solicitó al gobierno cambiar el nombre de la institución, lo cual fue aprobado al año siguiente de su rectorado, un 7 de julio de 1954. Para este mismo año, se llevó a cabo la primera cruzada social de la UCAB, dirigida por R.P. José María Velaz s.j. y por estudiantes que buscaban con esta manifestación ayudar a los niños de los barrios de Caracas.

Lo que comenzó como una cruzada, hoy se conoce como “Fe y Alegría” un modelo de educación con aplicación en 15 países latinoamericanos, siendo esta a su vez la primera muestra de compromiso de la universidad con la sociedad.

El segundo rector de la universidad fue Pedro Barnola (1955-1959), el tercero Carlos Reyna (1959-1969). En esta década de los 60, la universidad comenzó a analizar

las condiciones de las cárceles y el manejo del sistema judicial venezolano. De ahí surge la iniciativa de brindar asesoría jurídica.

El cuarto rector fue Pío Bello (1969-1972), el quinto, ingeniero Víctor Arnal (1972-1990). Entre esos años, específicamente en 1987, fue creada la Dirección de Proyección a la Comunidad, de la mano del vicerrector para ese entonces R.P. Luis Ugalde s.j. quien posteriormente, se convirtió en el sexto rector de la universidad en el año 1990. El acontecimiento más importante del rectorado de Ugalde fue el que surgió a raíz de la necesidad de crear un espacio para el fortalecimiento de las comunidades, lográndose con la apertura del Parque Social Padre Manuel Aguirre S.J. en el 1999. Desde 2010, R.P. José Virtuoso s.j. ha sido el rector de la universidad.

Cabe destacar, que la UCAB es miembro de la Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL), la cual está dirigida por los padres Jesuitas. Dicha asociación, ha permitido a la universidad la construcción de la excelencia y la relación directa con la iglesia institucional, según afirma su *website*.

Lo antes expuesto queda evidenciado con la publicación del reglamento de Extensión Social Universitaria en el 2014, que da valor al trabajo de las comunidades más subalternas de Venezuela. Este reglamento busca la ejecución de programas y servicios que sirvan para satisfacer las demandas de las partes sociales más necesitadas. Es así como se crea la Dirección General de Extensión Social para el trabajo social y, dentro de ella, la Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias.

2.4 Misión

Según la página web de la universidad w2.ucab.ve/mison-yvalores.html , la UCAB considera como misión específica suya:

1. Contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario, dentro de la concepción cristiana de la vida.

2. Esforzarse por acelerar el proceso de desarrollo nacional, creando conciencia de su problemática y promoviendo la voluntad de desarrollo. Por lo mismo, concederá especial importancia a la promoción de los recursos humanos y particularmente de la juventud, a fin de lograr la promoción de todo el hombre y de todos los hombres.
3. Trabajar por la integración de América Latina y salvaguardar y enriquecer su común patrimonio histórico-cultural; por la mutua comprensión y acercamiento de los pueblos de nuestro continente; por la implantación de la justicia social; por la superación de los prejuicios y contraste que dividen a las naciones, y por el establecimiento de la paz fundada en hondo humanismo ecuménico.
4. Irradiar su acción, especialmente a los sectores más marginados de la comunidad nacional.
5. Promover el diálogo de las Ciencias entre sí y éstas con la Filosofía y la Teología, a fin de lograr un saber superior, universal y comprensivo, que llene de sentido el quehacer universitario.

2.5 Visión

Ser considerada como una institución de educación superior privada de servicio público, líder en la formación integral, comprometida con la excelencia, la construcción de una sociedad más justa y humana, así como con el diálogo entre la fe y la cultura.

2.6 Objetivos

Como también se apunta en el *website* w2.ucab.ve/mison-yvalores.html , la UCAB proclama como suyos los siguientes objetivos:

1. La universidad es fundamentalmente una comunidad de intereses espirituales que reúne a autoridades, profesores y estudiantes; en la tarea de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentales del hombre.
2. La universidad es una institución de servicio de la Nación y le corresponde colaborar en la orientación de la vida del país mediante su contribución doctrinaria en el esclarecimiento de los problemas y nacionales.
3. La universidad debe realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir con esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza; a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores, y a formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la Nación para su desarrollo y progreso.
4. La enseñanza universitaria se inspirará en un definido espíritu de democracia, de justicia social y de solidaridad humana, y estará abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, las cuales se expondrán y analizarán de manera rigurosamente científica.

2.7 Autoridades

- *Canciller:* Jorge Urosa Savino, Arzobispo de Caracas, quien representa el Episcopado Venezolano.

- *Vice Canciller:* RP Rafael Garrido SJ, Provincial de la Compañía de Jesús en Venezuela, quien representa la Orden y preside el Consejo Fundacional de la Universidad.

- *Consejo Fundacional:* Órgano mediante el cual la compañía de Jesús ejerce la alta conducción sobre la UCAB.

- *Consejo Universitario:* Órgano integrado por el rector, quien a su vez lo preside, los vice-rectores, secretarios, decanos, director de postgrado, cuatro representantes de profesores, tres representantes de estudiantes, un representante egresado y tres profesores asignados por el rector.

- *Rector:* Desde 2010 el rector de la UCAB es RP José Virtuoso SJ, órgano ejecutivo encargado de coordinar y dirigir el consejo universitario y todas las actividades de la universidad, también considerado como el representante legal de la universidad y el vínculo de comunicación entre la institución con las autoridades de la República e instituciones nacionales y extranjeras. El ejercicio de su cargo es de cuatro (4) años.

- *Vicerrector Académico:* Desde Julio 2015, el vicerrector de la UCAB ha sido Gustavo Peña.

- *Vicerrector Administrativo:* Desde 2015, Gustavo García ha sido el vicerrector administrativo de la UCAB, quien debe llenar las funciones legales y reglamentarias correspondientes durante un período de cuatro (4) años.

- *Secretario:* Desde 2015, la abogada Magaly Vásquez es quien lleva el cargo de secretaria de la UCAB. Debe cumplir con las faltas del vicerrector académico, desempeñarse como secretaria del consejo universitario y dar a conocer sus

resoluciones. También, deberá refrendar la firma del rector en documentos de la universidad y cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el rector y el consejo universitario.

2.8 Capítulos Regionales

La sede principal de la universidad se encuentra ubicada en Montalbán, Caracas, sin embargo, tiene extensiones y diferentes núcleos en Puerto Ordaz, Coro, los Teques y Guayana. También cuenta con la Universidad Católica del Táchira, que se considera la hija directa de su extensión.

2.9 Organigrama

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

3.1 Antecedentes de la investigación

De acuerdo con las indagaciones realizadas, a nivel internacional existen varios trabajos de grado que se relacionan directamente con el tema de investigación sobre la RSU. Dentro de los más destacados, está el proyecto de grado de Ricardo Gaete Quezada (2015), para optar por el título de doctor por la Universidad de Valladolid con su tesis “Responsabilidad Social Universitaria”: Una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Un estudio de caso, que contempla una investigación interpretativa sobre los discursos que tienen los *Stakeholders* de la universidad de Valladolid en cuanto a la RS de dicha universidad.

Este trabajo tiene como objetivos principales comprender la relación de las universidades con la sociedad, a través de la interpretación de los discursos creados por los miembros sociales desde la mirada del concepto de RS. También, ofrecer un esquema de análisis teórico de la RSU desde la óptica que tiene impacto del quehacer de las universidades en la sociedad actual.

En tal sentido, Gaete plantea que desde sus inicios, la universidad ha atravesado diferentes procesos de cambio, como también fuertes demandas por parte de la sociedad. Estas demandas que generan los diferentes actores sociales o partes de la sociedad, buscan respuestas satisfactorias a sus necesidades por parte de la universidad. Es así como dar respuestas a todas las partes interesadas de la organización, se convierte en un verdadero desafío para poder aportar soluciones o respuestas que satisfagan sus necesidades.

A esto agrega que las universidades deben demostrar su buen funcionamiento a través de la rendición de cuentas, como también velar por tener suficientes recursos económicos que le permitan mantenerse en función. Por tales razones, las universidades han incorporado nuevas herramientas a su sistema de gestión y, así poder funcionar como una empresa, debido a las demandas sociales que han venido recibiendo a lo largo de su historia, que cada vez son más. Debido a esto, uno de los aspectos que afecta más las universidades es la mercantilización de la educación superior, tanto así que puede dañar su reputación, poniendo en tela de juicio la calidad de sus servicios y el quehacer de su relación con la sociedad. Son tantas las demandas sociales que también entra en cuestión el rol socialmente responsable de la universidad como un elemento clave.

Dentro de las conclusiones más importantes del proyecto de Gaete, se encuentra la existencia de potenciales maneras de poner a funcionar un modelo de RS estratégico, para alcanzar un comportamiento que le permita a las universidades satisfacer las demandas de sus partes interesadas; un modelo capaz de responder a todas las partes de la sociedad, ya sea a los *Stakeholders* internos como externos.

Es así como esta investigación ayuda a comprender la relación que ha tenido desde sus inicios la universidad con la sociedad. También, cómo las demandas que han venido planteando las diferentes partes sociales afectan a las universidades, si no les ofrecen soluciones o respuestas satisfactorias a todos los públicos que lo exigen.

Otra investigación que se relaciona con este estudio, es la tesis doctoral de Amber Wigmore Álvarez (2016), “La Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU)”, para optar por el título de Doctor de la Universidad de Córdoba, Argentina. Dicha tesis, tiene como objetivo principal la promoción de la RS para estructurar la información de una gestión socialmente responsable en las IES, principalmente en las universidades.

Álvarez, no propone un modelo que nace de la nada, sino que ofrece el desarrollo y mejora de las iniciativas que ya son parte de las universidades. Para lograr sus objetivos,

esta tesis propone el análisis de la integración de la RS como un nuevo sistema de gestión para las universidades, evaluar el comportamiento socialmente responsable de estas organizaciones y también establecer sistemas que ofrezcan transparencia a sus *Stakeholders*.

Es así como esta investigación recoge la propuesta de Álvarez (2016), en cuanto a los modos de integrar la RS a la gestión universitaria de forma estratégica para aplicarlo al caso de estudio específico de la UCAB.

A nivel nacional, los trabajos más destacados en el ámbito de la RSU fueron desarrollados en Maracaibo, entre los cuales puede citarse la “Responsabilidad Social Universitaria como Estrategia de Vinculación con su Entorno” (2008), de Cynthia Martínez de Carrasquero, Ramón J. Mavárez, Ligibther A. Rojas y Belkis Carvallo, de la Universidad del Zulia, Maracaibo.

Este proyecto de investigación, tiene como objetivo proponer lineamientos estratégicos enfocados en la RSU para el mejorar las funciones de la universidad en docencia, investigación y extensión. Todo a fin de fortalecer la relación de la universidad con su entorno social. Se concluye con la confirmación de la importancia de la divulgación y la promoción del quehacer de la universidad, sobre todo en cuanto a RSU se refiere. También destaca la importancia de hacer alianzas estratégicas, tanto con organismos gubernamentales como no gubernamentales porque de eso se trata la extensión, de relacionarse con su entorno.

En el mismo orden se encuentra, “La Responsabilidad Social Universitaria en Maracaibo Venezuela” (2015) de Marilyn Lescher, Isaias Lescher y Norma Caira de la Universidad Rafael Beloso Chacín. Este es un artículo caracterizado por ser un estudio descriptivo de campo, que tiene por objetivo principal analizar la RS que se lleva a cabo en Maracaibo, Venezuela.

El estudio llega a la conclusión de que se necesita la creación de un modelo de RSU que permita a las universidades ser portadoras del desarrollo social, de acuerdo con las necesidades que tengan las diferentes partes interesadas de su entorno. Sugiere que las universidades deben crear vínculos con demás entidades que le permitan formular, ejecutar y evaluar políticas de desarrollo regional.

Ya para finalizar, está “La Responsabilidad Social en la Gestión Universitaria: Una Construcción Colectiva” (2016), de Cristina Castro, Freddy Marín y Alexia Senior, del Espacio Abierto del Cuaderno Venezolano de Sociología. El mismo, busca configurar un sistema teórico-conceptual para fundamentar la RS como un proceso necesario para la gestión universitaria.

A través de esta investigación, sus autores concluyen que las universidades deben asumir un comportamiento ético, que pueda ser percibida por sus *stakeholders* a través de sus funciones básicas y también plantean la necesidad de flexibilizar la estructura de las universidades, para que puedan estar más relacionadas a las verdaderas realidades de la sociedad.

3.2 La Responsabilidad Social (RS)

3.2.1 Origen y Evolución de la RS

Sobre el nacimiento del concepto de la RS, no se tiene en claro el momento preciso en el que se originó, aun así, la mayoría de investigadores sobre este tema han coincidido en que su nacimiento ocurre en el siglo XX, vinculado principalmente con el quehacer de las empresas de Estados Unidos, cuando comenzaron a reconocer el compromiso que tienen con la sociedad (Server y Villalonga 2005). Debido a las imprecisiones sobre el origen de la RS, este trabajo tratará su historia y evolución a partir de su época moderna.

Otros autores como Camacho et al (2005), asocian el origen de la RS con el de acción caritativa o filantropía empresarial, que se basaba en programas empresariales bien estructurados para realizar donaciones, surgiendo gracias a una legislación promulgada por el Congreso de Estados Unidos en 1935, que dio cabida a las grandes donaciones al permitir a las empresas deducir sus contribuciones caritativas de las declaraciones de impuesto sobre la renta (Madrakhimova, 2013; Soskis, 2010). Así, surge el mecenazgo como una fórmula de RSE para reducir impuestos.

Sin embargo, de acuerdo con Clark (1916), esta Filantropía Empresarial, solo puede confundir el verdadero comportamiento de una acción socialmente responsable cuando se habla solo de filantropía, es por ello que debe considerarse este tipo de prácticas como un aspecto intrínseco de la RS.

Ya para la década de los cincuenta, comienzan a aparecer los primeros planteamientos sobre RS, según Gaete (2005):

En virtud de estos antecedentes y según diferentes investigadores, es posible afirmar que la época en la que mayoritariamente existe coincidencia, en fijar las bases de la etapa moderna del concepto de responsabilidad social, es en la década del cincuenta del siglo pasado, a

partir de los planteamientos de Howard Bowen en 1953 a través de su libro "Social Responsibilities of the Businessman (...)" (p.17).

Para completar lo dicho anteriormente, cabe destacar el planteamiento del mismo Bowen (1953), quien considera la RS como: "las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad" (p.6).

Fue tal el deslumbramiento por las exposiciones de Bowen sobre el tema, que fue considerado como "el padre de la responsabilidad social corporativa" (Carroll, 1999; cp. Gaete, 2005).

En tanto, a partir de los años sesenta, Server y Villalonga (2005), apuntan lo siguiente sobre las prácticas socialmente responsables en las empresas norteamericanas:

(...) ya no solo se preocupan por los bienes y servicios que ofrecían sino que también comienzan a preocuparse por sus trabajadores y por la contaminación que estas grandes compañías ocasionan al medio ambiente (...). Son las empresas norteamericanas las que a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta, se vieron en la necesidad de tener que ofrecer información acerca de su responsabilidad social, dicha información quedaba recogida en lo que se podría concluir se trata de los primeros balances sociales (pp. 142-143).

Más tarde, esta información respecto a la RS, publicada por las compañías norteamericanas, comenzó a llegar hasta Europa, siendo más reclamada por el personal interno de la propia empresa.

Ya para la década de los años ochenta, surge un interés más amplio por la RS, apareciendo así una serie de normas y códigos que regulaban estas prácticas. Entre

estos códigos está la propuesta por la consultoría estadounidense *Abt Associates Inc.*, a través de la búsqueda de una cuenta socio-económica, los anexos descriptivos de actividades sociales incorporados a memorias clásicas de muchas empresas, iniciativas legales, como la Ley francesa nº 77 - 769 del 12 de julio de 1977, que se inclina por el uso de indicadores sociales para la medición de la actividad empresarial desde la óptica social, entre otros. Es para esta misma época, que autores como Donaldson y Freeman integraron el concepto de *Stakeholders* o partes interesadas al análisis de la RS. (Server y Villalonga, 2005; Gaete 2005).

En cuanto a la década de los noventa, la RS comenzó a ser condenada e impulsada por los miembros de la sociedad, desde las empresas, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y los clientes individuales. En esta misma década, la RS también adquiere mayor importancia debido a la globalización y la transnacionalización de las empresas. (Lee, 2008; Barañano, 2009).

Es así como entes internacionales tales como el Banco Mundial, las Naciones Unidas, la Comisión Europea mediante el Libro Verde, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la OCDE hicieron aportes sobre las directrices del comportamiento socialmente responsable por parte de las empresas (De la Cuesta et al, 2003; Barañano, 2009).

Finalmente, la RS se ha convertido en un tema de mucho interés para las organizaciones en los últimos años y hoy más que nunca los grupos de interés social se encuentran supervisando estas obras.

3.2.2 Conceptualización de la RS

Al explicar el concepto de RS, nos encontramos con la diversidad y excesiva cantidad de definiciones elaboradas por muchos autores y organismos internacionales. Gaete (2005), apunta lo siguiente:

Esta situación, en muchas ocasiones es aprovechada por los críticos de la responsabilidad social para señalar que se trata de un concepto ambiguo, sin nociones claras de como incorporarlo a la gestión organizacional y fundamentalmente, asociándolo con una moda de carácter pasajera que no tiene mayor relevancia e impacto en el quehacer corporativo (p. 41).

Así mismo, Matten y Moon (2004), destacan que la RS también tiene varios sinónimos tales como: Ciudadanía corporativa, gestión ambiental corporativa, ética empresarial, sostenibilidad, gestión de los *Stakeholders*, negocios y globalización, negocios y sociedad, al igual que negocios y gobierno.

Basado en lo anterior, el concepto de RS, está estrechamente ligado con el desarrollo sostenible, debido a que cada vez son más las empresas que desean asumir plenamente su RS, y es que son más conscientes de que la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos *stakeholders* con los que se relaciona la organización (De La Cuesta, 2003; Núñez y Alonso 2006).

También, cabe destacar que la RS ha dado origen a diferentes perspectivas sectoriales en el establecimiento del mecanismo de su aplicación entre las que resaltan la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE). (López, 2008 extraído de <https://diarioresponsable.com/opinion/6552-responsabilidad-social-eficiencia-desarrollo-sostenible> 22-8-2017).

En cuanto a la conceptualización de la RS, estas son algunas de las definiciones más destacadas al respecto, sobre todo en el caso específico de la RSE:

- Es la posibilidad cierta de incidir profundamente, pero esto supone trascender, de la buena administración de unos fondos, a la promoción activa y audaz de nuevas posibilidades (Rodríguez, 2005).
- Es la responsabilidad que tienen las personas, las instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (Zicari, 2006).
- Es la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las empresas, de la Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).
- El reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las ocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a las prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (De La Cuesta, 2003).
- Es el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental (Asociación para las Naciones Unidas en España, ANUE, s/f).
- La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores, es de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a

actividades se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2010).

Sin embargo, otros autores como De la Cuesta y Valor (2003), apuntan la RSE como una obligación:

Conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos (...) (p. 7).

Ante esto, Fahndrich (2007) expone que si la RS es obligatoria por ley, perdería su esencia, ya que las organizaciones aplicarían un “mínimo común denominador”, ejecutando solo básico que les exige la ley.

Frente a estas contradicciones, Argandoña (2013) aclara que la RS sí es obligatoria pero no en el sentido de obligatoriedad que podríamos entender a la ligera, sino más bien una obligatoriedad que cumpla con la excelencia de hacer lo mejor para las organizaciones y los individuos en cada caso.

Para finalizar, es oportuno explicar que el concepto de RS varía en función del público y del país en el que esta se desarrolle, por ejemplo en Argentina, el reclamo social está más vinculado al concepto de generar trabajo o al menos de hacer algo frente a la crisis económica, sin embargo en Alemania, suelen dar mayor énfasis a cuestiones medioambientales, que son un reclamo social más dentro del combo de la RS (Zicari, 2006).

3.2.3 Iniciativas internacionales de RS

A nivel internacional han surgido algunas iniciativas a favor del desarrollo de la RS, que facilitan la aplicación de esta a diferentes ámbitos y a un modelo de gestión concreto para las organizaciones. Dentro de dichas iniciativas, Gaete (2005), destaca las siguientes:

- *El Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social (2000)*: Es una iniciativa internacional elaborada por las Naciones Unidas con el objetivo de promover las responsabilidades sociales de las organizaciones. Tiene como principal objetivo involucrar a las empresas privadas en la gestión de algunos de los principales retos sociales y medio ambientales que se plantean con la creciente globalización integrándoles a la solución de los desafíos que envuelve la mundialización. El Pacto Mundial, proporciona una oportunidad para que las empresas de todo el mundo participen en la incorporación de estos retos. También sugiere a las empresas integrar principios universales en las áreas de derechos humanos, normas laborales y medioambiente para la consolidación de un marco sostenible para todos.
- *Global Reporting Initiative (GRI)*: O la Iniciativa del Reporte Global, es una organización fundada por el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA) y la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES). Su objetivo es ser una guía global a modo de memorias, para la elaboración de los reportes sobre la sustentabilidad de las organizaciones. El GRI facilita una línea de trabajo en relación con la RS que mejore la calidad de los reportes, al igual que su utilidad relacionado con los procesos financieros, que a su vez integre la triple cuenta de los resultados en solo informe. Este triple balance (Triple Button Line) se refiere al ámbito económico, social y medioambiental.

- *El Libro Verde*: Presentado por la Unión Europea, con el propósito de Fomentar un marco europeo para la RS de las empresas: tiene como principal propósito iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la RS de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.
- *El Libro Blanco*: Este es un gran aporte para la institucionalidad de la responsabilidad social corporativa. En éste se establecen líneas de acción generales sobre la gestión de caracteres, cuyo objetivo principal es avalar su aplicación en el mundo. La Unión Europea y países desarrollados como Estados Unidos de América y Japón, son los que más han contribuido a la consolidación del marco institucional de la responsabilidad social corporativa.
- *Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2000)*: Son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales. Enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables. Contienen principios y normas de buenas prácticas conformes con las disposiciones legales aplicables.

La RS ha provocado tanto interés en el mundo, que algunas instituciones han hecho de esta práctica una norma, pretendiendo crear un Sistema de Gestión Integral para medir los resultados sociales que generan las empresas. Según Rojas (2012), algunos ejemplos de estas normas son:

- *IS 1000: Social Responsibility and Community Involment*. Elaborado en Israel por organizaciones interesadas en la RS. Este estándar busca agregar políticas corporativas empresariales, involucramiento de empleados, la

asignación de recursos, mejoramiento del ambiente de trabajo, transparencia y ética.

- *Norma AS 8000*: Constituye una norma elaborada por la organización no gubernamental *Social Accountability International (SAI)*, que contiene en su estructura acápites para la auditoría social convirtiéndose en el diseño de estándares globales no obligatorios, los cuales garantizan a los empleados buenas condiciones laborales en las organizaciones, ya que se fundamenta en principios de credibilidad, verificación y transparencia.
- *AS 8003-2003: Australian Standar Social Responsibility*: Estándar diseñado por el comité Australiano de estándares MB-004- *Business Governance*, creado para los lineamientos de las instituciones agregando valor a la legislación.
- *SD 21000: Sustentable Development- Corporate Social Responsibility*. Elaborado en Francia y funge como una directriz a seguir garantizando el desarrollo sostenible en la conducción de la empresa y las estrategias utilizadas.
- *ISO 14000*: Esta norma fue creada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), con el fin de garantizar guías focales en la calidad de los pasos a seguir durante la producción en las empresas y los efectos que dicha producción genera sobre el medioambiente.
- *ISO 14001*: Es una norma internacional que ayuda y garantiza la efectividad del establecimiento de un Sistema de Gestión del Medioambiente (SGA). Además, proporciona equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el medioambiente.
- *ISO 26000*: Es una norma internacional desarrollada por seis grupos de distinta naturaleza interesadas entre sí: consumidores, gobierno, industria,

trabajadores, organizaciones no gubernamentales y servicios. Ésta, traza líneas de RS y se enfoca en medioambiente, derechos humanos, prácticas en el trabajo, organización gubernamental, prácticas de negocios adecuadas, integración de la comunidad, desarrollo de la sociedad y directrices sobre consumidores.

Con estas iniciativas y normas, queda evidenciada la importancia que tiene para las organizaciones la integración y desarrollo de la RS, a través de la creación de acciones responsables y credibilidad en sus informes para incrementar el conocimiento y la conciencia sobre el tema, como también la confianza y la satisfacción de los *Stakeholders*.

3.2.4 RS en la Empresa no es Filantropía

En una empresa no solo basta con tener empleados, elaborar productos, que los distribuyan y una estructura organizacional bien definida, sino más bien, que asuman una posición responsable con su alrededor reconociendo que pueden y deben ser parte del mejoramiento social. De ahí la intervención de la RS en la gestión de la empresa, la cual puede desarrollarse tanto en el ámbito interno como externo de las mismas (Comisión Europea, 2001).

El concepto de RS no solo está ligado a la filantropía y a las ayudas caritativas, sino que implica otros puntos dentro de las organizaciones. Las empresas deben incluir la responsabilidad empresarial en la política de toda la institución, establecer un sistema de gestión de responsabilidad social y divulgar adecuadamente las informaciones sobre sus actuaciones en esa materia (Núñez, Alonso, 2006).

De igual modo, los derechos humanos deben primar en las empresas, ofreciendo un trato digno y seguro en el que sus trabajadores puedan desarrollarse a nivel humano y profesional, sin afectar a la comunidad en la que se desenvuelven.

Hoy en día muchas instituciones confunden lo que realmente implica la responsabilidad social, y lo asocian a una simple “donación” en una fecha determinada, o solamente aportar cosas a instituciones sin fines de lucro. Sin embargo, la RS va mucho más allá de esto. Atehortua (2008) apunta varias actuaciones que realizan las organizaciones y que no necesariamente son responsabilidad social:

Por ejemplo aquello que la empresa hace en cumplimiento de sus obligaciones legales, pues esto es lo mínimo que cualquier organización tiene que hacer, a riesgo de someterse a las sanciones que el Estado puede imponerle, es decir lo hace para cumplir las leyes y evitar ser sancionado y que su empresa siga operando, pero no como una forma de contribuir voluntariamente y mucho menos se entiende como responsabilidad social las acciones de caridad empresarial, debido a que toda organización tiene la obligación de contribuir con sus empleados (para. 12).

Por otro lado, la comisión Europea, señala que a nivel interno, la RS está relacionada directamente con las acciones llevadas a cabo a favor de sus empleados y el respeto al medioambiente en sus actividades diarias de producción. Mientras que la dimensión externa incluye, además de trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONGs defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

3.2.5 Desde la filantropía a los ODS y su aplicación en Venezuela

Como se ha dicho anteriormente, el origen de la RS, especialmente en los países latinoamericanos, tuvo sus inicios con donaciones y obras de caridad por parte de las empresas privadas con un corte caracterizado por la filantropía. Sin embargo, la norma ISO 26000, aunque destaca la filantropía en varios de sus temas, al día de hoy, aclara que la misma no debe confundirse con la RS.

Por tal razón, se puede considerar la filantropía como el punto de inicio de la RS; la misma que ha venido evolucionando con la creación de nuevos temas tales como la preocupación por el medio ambiente, los derechos humanos, las buenas prácticas de operación, protección del consumidor, entre otros, hasta convertirse en lo que hoy conocemos como RS, teniendo como una de sus ventajas estrechar lazos con los *Stakeholders*, tal como se afirma en el Diario Responsable (2011).

Dentro de los grandes avances de las acciones socialmente responsable a nivel mundial está los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM):

Son las metas, cuantificadas y cronológicas que el mundo ha fijado para luchar contra la pobreza extrema en sus varias dimensiones: hambre, enfermedad, pobreza de ingresos, falta de vivienda adecuada, exclusión social, problemas de educación y de sostenibilidad ambiental, entre otras (Naciones Unidas, 2010).

Esta iniciativa adoptada por los 189 países perteneciente a la ONU, mejor conocida como *La Declaración del Milenio* del año 2000, asumió el compromiso de trabajar por el cumplimiento de ocho objetivos y diecisiete metas para erradicar los problemas más graves del mundo. Estos objetivos son:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal

- Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
- Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil
- Objetivo 5: Mejorar la salud materna
- Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
- Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medioambiente
- Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

El cumplimiento de los ODM, tenían como fecha límite el año 2015, no obstante, tal cumplimiento estaba muy lejos para esa fecha (Cardona, 2015). En el caso particular de Venezuela, en cuanto al logro de estas metas, también se encontraba muy lejos:

(...) los indicadores revelan que Venezuela se aleja cada vez más de esas metas, ha incumplido la mayoría de los Objetivos del Milenio, en especial en el área de salud. América Latina pasó de 1,2 millones de casos de malaria en el año 2000 a 427.000 en 2013. En Venezuela, en cambio, se expandió la enfermedad. Venezuela se comprometió a erradicar la pobreza extrema y el hambre, pero no cumplió. En materia ambiental, existen muy pocos datos para obtener un balance, sin embargo, lo poco que se sabe es negativo. El país sigue siendo una bomba de tiempo. En materia educativa también hubo retrocesos, aunque menos marcados si se comparan con el resto de los indicadores. El debilitamiento progresivo del mantenimiento de la infraestructura física, ambiental y de seguridad de los de los planteles educativos, principalmente en educación primaria y media (Cardona, 2015).

Para continuar el trabajo pendiente, la ONU propuso en el año 2015 los 17 *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS), con 169 metas, para completar desde esta fecha hasta 2030 lo que no se logró con la agenda de los ODM desde el año 2000. Los ODS de la nueva agenda 2030 para erradicar la pobreza de la ONU son:

- Objetivo 1: Fin de la pobreza
- Objetivo 2: Hambre cero

- Objetivo 3: Salud y bienestar
- Objetivo 4: Educación de calidad
- Objetivo 5: Igualdad de género
- Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento
- Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante
- Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico
- Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura
- Objetivo 10: Reducción de las desigualdades
- Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles
- Objetivo 12: Producción y consumo saludable
- Objetivo 13: Acción por el clima
- Objetivo 14: Vida submarina
- Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres
- Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas
- Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos

Estos objetivos buscan ir más allá para erradicar la pobreza, además de luchar contra el cambio climático de manera universal. Ahora se considera que ODM fueron simple iniciativas y los ODS aunque no son obligatorios, se espera que se cumplan y que los gobiernos lo adopten como propio.

3.2.6 Tipos de RS y sus implicaciones Éticas

En los apartados anteriores, se ha venido exponiendo la RS en lo concerniente a las empresas, sin embargo, esta responsabilidad no solo debe estar presente en el ámbito empresarial, sino que va desde la responsabilidad sobre las acciones de cada persona hasta organizaciones, instituciones y demás.

Es por ello que varios autores han hecho clasificaciones de la RS, pareciendo la más apropiada para el interés de este estudio las categorías de Vélez y Cano (2016):

- *Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSC o RSE)*: Esta categoría ya ha quedado descrita anteriormente, sin embargo, en palabras simples se puede resumir diciendo que se refiere a las acciones que tienen las empresas tanto en el ámbito comercial como productivo, de manera consciente, para reducir la explotación, degradación del medio ambiente y el irrespeto a los derechos fundamentales que pueden causar con sus actividades diarias de producción y comercialización a sus usuarios y al entorno, los cuales deben tener cada vez más presente.
- *Responsabilidad Social Pública o Gubernamental*: Se refiere a la responsabilidad correspondiente a las administraciones e instituciones que tienen como objetivo el diseño y la práctica de políticas públicas a fin de apoyar a los sectores menos favorecidos de la sociedad. Esto quiere decir que su propia razón de ser las hace socialmente responsables.
- *Responsabilidad Social Universitaria (RSU)*: Que es el tipo de responsabilidad de interés para este estudio, se refiere a que el deber de las universidades no solo consiste en la formación de buenos profesionales, sino que debe ir más allá, extendiendo su razón de ser a parte de la docencia a la investigación, la gestión y su proyección social, para que los individuos que forma sean profesionales con un sentido de compromiso por su comunidad y su país. (La RSU será expuesta a detalle a partir del punto 3.5).
- *Responsabilidad social de las personas*: Antes de pensar en todos los tipos de RS que pueden existir, el fundamental es la responsabilidad que tiene cada persona, ya que en cada individuo debe encontrarse la responsabilidad ante cada acción que realice sin importar el contexto y la forma en cómo esta acción repercutirá positiva o negativamente sobre las demás personas y todo el entorno que le rodea.

- *Responsabilidad Social Ambiental:* Este tipo de RS se refiere a los programas que pueden impulsar alguno de los tipos de organizaciones mencionados más arriba o también las personas de manera individual a fin de preservar el medio ambiente de forma sustentable.

3.3 La RS y la Comunicación Organizacional

3.3.1 La Comunicación

La necesidad de la comunicación está presente desde los primeros tiempos de la existencia del hombre, esto ha facilitado su desarrollo y convivencia de una forma efectiva y lógica, por ende, puede decirse que la comunicación es de suma importancia y necesidad para la humanidad, ya que como plantea Thomson (2008), la comunicación es un medio que permite mantener la conexión y la unión entre las personas mediante la transmisión e intercambio de mensajes.

De ahí la importancia de la comunicación para desempeñarnos en el diario vivir y poder entendernos. Sin embargo, para lograr esto último, un elemento necesario para completar el proceso de la comunicación es la retroalimentación, tal y como apunta Ogaz (2013) se refiere al punto central del proceso comunicacional y no a un elemento adicional, porque “la comunicación es retroalimentación”, es cuando intercambiamos ideas y la comprendemos, de lo contrario solo se trata de emitir información.

Entonces, una vez entendido que la comunicación ha sido un proceso histórico y que surgió como un necesidad humana se puede definir como “proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacios determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son

comprensibles para ambos” (Thompson 2008). Este mismo autor también destaca 5 elementos básicos que componen el proceso comunicacional:

- *Proceso*: se refiere a procesos ya que se compone de diferentes pasos. El primero de ellos se trata de un emisor que transmite el mensaje a un receptor que lo recibe. Segundo, la codificación de ese mensaje por parte del emisor para que pueda ser entendido por el receptor. Tercero, ese mensaje ya codificado es enviado a través de un canal, que a menudo corresponde a los sentidos o algún otro medio mediante el cual pueda ser enviado. Cuarto, trata del receptor que recibe el mensaje enviado por el emisor a través de un canal y lo decodifica. Quinto, el receptor da respuesta a ese mensaje, dando lugar a la retroalimentación como señal de su comprensión.
- *Emisor y Receptor*: Estos son los dos elementos para que pueda darse la comunicación, un emisor dispuesto a transmitir un mensaje y un receptor dispuesto a recibirlo. Si alguno de ellos no está interesado no se puede llevar a cabo el proceso de comunicación.
- *Conexión*: se refiere a la comunicación que conecta a las personas en tiempo y espacio determinado. Esta conexión puede darse en persona, a distancia o de manera impersonal.
- *Transmitir, intercambiar o compartir*: porque cuando se da el proceso de comunicación se transmiten, intercambian o se comparten los mensajes o las ideas entre emisor y receptor.
- Ideas, información o significados comprensibles: para que pueda entablarse la comunicación, haber retroalimentación, es necesario que emisor y receptor compartan ideas comprensibles para ambos.

Cabe destacar que para poder comprender mejor el proceso comunicacional, debemos tomar en cuenta que la comunicación se presenta en diferentes contextos, dentro de los cuales se puede destacar el contexto organizacional ya que es el que corresponde a este estudio. Por tal razón en el siguiente apartado se tratará el tema de la comunicación organizacional.

3.3.2 Comunicación Organizacional

En el punto anterior se decía que la comunicación surgió como necesidad de las personas y que es de suma importancia para que los mismos puedan desempeñarse en la vida cotidiana. Parte de ese desempeño o labor se extiende hasta el mundo de las organizaciones ya que en todo su contexto abarca la cultura y vida organizacional, las cuales van a depender del manejo adecuado de la comunicación que se tenga en la organización. Por estas razones es importante conocer que es la comunicación organizacional que según Andrade (2005), esta puede comprenderse de tres formas distintas por la amplitud del concepto:

1. La considera un proceso social, ya que se refiere a todas las ideas o mensajes que comparten los miembros de la empresa.
2. La Comunicación Organizacional es una disciplina, esto porque estudia el proceso de comunicación que se da en las organizaciones y con su medio; es un campo de estudio.
3. La Comunicación Organizacional es un conjunto de técnicas y actividades, ya que es utilizada para desarrollar estrategias que faciliten la comunicación entre la organización y sus públicos. Así, dependiendo del tipo de público a quien esté dirigida la comunicación pasará a ser comunicación interna o comunicación externa. La primera, se refiere a la comunicación que se dirige al público meta de la organización, a sus colaboradores, permitiendo así tener buenas relaciones entre sus miembros mediante la emisión de mensajes que

los mantengan informados, unidos y motivados para lograr los objetivos de la empresa. La segunda, se propone el mismo objetivo, solo que sus actividades de comunicación están dirigidas hacia su público externo para mantener buenas relaciones haciendo uso de las relaciones públicas y la publicidad (pp. 13-14).

Dicho esto se puede comprender que la Comunicación Organizacional es un proceso bastante amplio que incluye varios elementos y públicos para poder desarrollarse. Ahora bien, para hacerlo de manera adecuada, la responsabilidad de la Comunicación Organizacional debe ser responsabilidad de todos sus miembros. De ella dependerá la cultura y el clima de la organización como el logro de sus objetivos. Con buena comunicación los procesos empresariales pueden pasar de malos o buenos a óptimos, por ello se tratará la importancia de la comunicación en la organización más adelante.

3.3.3 Importancia de Comunicar la RS de las Organizaciones

No se puede considerar la relación entre la RS y la comunicación organizacional la solución para erradicar todas las dificultades en la empresa, pero sí una buena alternativa para ser exitosas, porque como bien apuntan Briceño y Moreno (s/f):

La labor de la comunicación está irrumpiendo con fuerza como instrumento de los nuevos estilos de dirección empresariales, hasta el punto de ser considerada cada vez con más fuerza en el entorno empresarial como herramienta imprescindible en la gestión diaria de la organización (p.45).

Dada la relevancia de la comunicación en las organizaciones, también es importante agregar que para tener un mejor desempeño comunicacional en sus acciones de RS, las empresas deben enfocarse primero en los procesos internos para que posteriormente, se proyecten en el exterior, como afirma Castaños (2011):

(...) no solo se debe hacer responsabilidad empresarial, es necesario comunicarla, pero no solamente hacia el exterior como ha sido costumbre hasta hoy, es vital integrar al público interno primero que todo, contado con que esto atrae un sinnúmero de beneficios que van más allá de la productividad, como el sentido de pertenencia, el compromiso, la motivación, la satisfacción y el trabajo en equipo (p. 21).

Según esta autora, la comunicación de la RS debe ser considerada como una estrategia y a partir de sus planteamientos se han resumido algunos puntos claves:

- Planear para Alcanzar: El lograr buenos resultados debe enfocarse en planear tanto la comunicación como la RS de la empresa, para de manera eficiente lograr un modelo de comunicación donde puedan integrarse todos los grupos de interés y que a su vez queden satisfechos. Aquí se debe asegurar la retroalimentación.
- La Cultura Organizacional, punto de partida y de llegada: Las empresas deben tener un proceso de cultura que facilite la integración de sus empleados en las acciones de RSE, las hagan parte de cada uno de ellos. Así mismo deben promover valores afectivos y cuidadosos hacia el entorno y valores sociales.

Las organizaciones deben utilizar diversos medios de comunicación y espacios formales e informales para entregar los resultados de sus acciones de RSE, primero a sus empleados, considerados como los mejores transmisores de valores, principios y características de la identidad y personalidad de la organización (Castaños, 2011).

Y es que tal y como expone Guédez (2014), debe haber amor entre la RSE y la comunicación, un amor responsable que permita “responder y rendir cuentas por lo que se hizo o no se hizo”. Ningún vocablo resulta mejor que la responsabilidad y el amor para velar por el impacto de la empresa ante sus *Stakeholders*.

En esos apuntes se señala claramente que la comunicación, en especial la comunicación de la RSE da muchos beneficios a la organización y que para ello deben considerarse como elementos fundamentales primero la comunicación interna hacia sus públicos externos y la comunicación externa con sus públicos externos. Ya que la relación con sus miembros y el tipo de comunicación que se da entre ellos es tan importante, se tratará a detalle la importancia de los *stakeholders* para la organización y cómo influye en ellos el proceso comunicacional.

3.4 Los Stakeholders

3.4.1 Origen y concepto de los Stakeholders

Resulta oportuno dedicar un apartado al tema de los *stakeholders*, ya que para considerar a una empresa socialmente responsable, las mismas deben reconocer quiénes son sus partes interesadas, las cuales se ven afectadas por las acciones que toma la organización.

El término *stakeholders* ha atravesado diferentes períodos, desde hace siglos atrás. Para un mejor entendimiento de lo que concierne al mismo, como una de las perspectivas más importantes dentro del concepto de la RS, este capítulo comenzará su historia a partir de la integración de este significado en la gestión de las empresas (Areté Gestiona, 2016).

La primera de las etapas de los *stakeholders*, se asocia con los negocios y la sociedad, más adelante, otros autores hicieron énfasis en la relación de este negocio y la sociedad, pero esta vez incorporando a sus investigaciones la RSE (Adams, 1969; Austin, 1965). No obstante, la relación de los *Stakeholders* con diferentes ramas del saber no queda ahí, autores como Blegger (2004), asociaban su aplicación con las ciencias políticas; otros con la economía, como es el caso de Andriof y Husted (2002).

Aunque el concepto de *stakeholders* se utiliza desde hace mucho tiempo atrás; tomamos como punto de partida el año 1938 con Edward Freeman, para asociar el término con la gestión empresarial, como se mencionó con anterioridad. A pesar de que Freeman no fue el creador del concepto, es considerado el padre de “la Teoría de los Stakeholders” (Areté Gestiona, 2016).

El motivo de la creación de la Teoría de los *stakeholders*, fue enfrentar la tesis de Milton Friedman, que sostenía una visión tradicional de considerar que la mayor responsabilidad que tenían las organizaciones era con sus propietarios y accionistas (Rivera y Malaver, 2011). La nueva alternativa de Freeman, sostenía que los beneficios de la empresa debían ser disfrutados por todos aquellos que estaban “al Stake” que tenían interés en el juego, o más bien, en lo que tenía que ver con la empresa (Gaete, 2011).

Cabe aclarar que los planteamientos de Freeman sobre los *stakeholders* también han venido evolucionando. La organización Areté Gestiona (2016), afirma que la primera definición del concepto de Stakeholders de Freeman, hacía referencia a cualquier grupo o individuo respecto del cual la organización es dependiente para sobrevivir (se refería más a las demás empresas que intervienen, una definición considerada restringida). Más adelante, el mismo autor hace modificaciones sobre el término, convirtiéndolo en un concepto más amplio; esta vez refiriéndose a los Stakeholders como cualquier grupo o individuo que afecte o se vea afectado por las acciones que tome la organización.

A partir de su segunda definición de Freeman (1984), donde incluye a todos los afectados de la empresa, el autor genera una nueva forma de hacer negocios: Centra la importancia en la creación de valor para el crecimiento de las empresas utilizando a las partes interesadas de la organización como la clave para alcanzarlo. Esto es, integrar o hacer parte de la organización a los grupos de interés para generar sentido de valor entre los accionistas (Rivera y Malaver, 2011).

Lo expuesto hasta el momento, da a entender que no existía como tal la RS desde una perspectiva ética de la empresa (Areté Gestiona, 2016). Sin embargo, los efectos

ocasionados del concepto de las partes interesadas en la incursión de la RS como nuevo paradigma de pensamiento para la gestión empresarial, se caracterizaba según Marín (2008) cp. Gaete (2011) por lo siguiente:

- La empresa comienza a enfocarse en el medioambiente y los asuntos sociales, dejando de ser exclusivamente económica.
- Las empresas amplían sus grupos de interés en gran manera.

Gaete, también apunta que es muy importante la identificación de los *stakeholders* a la hora de gestionar la buena RS ya que los mismos aumentan el capital social de la empresa, como también la participación permanente y la creación de comunidades de aprendizaje. Y como bien asegura Cortina (2006), el concepto de RS, exige al máximo situar las partes interesadas en el centro de su gestión empresarial.

Lo importante de identificar a los *stakeholders* es que “el primer paso del proceso estratégico de RSC es la delimitación de los partícipes de la organización, para lo cual existen diversas orientaciones, siendo la más habitual la diferencia entre grupos internos y externos de la organización” (Moneva, 2007, p. 58).

Además, se puede agregar que el significado de la RSE con la relación que existe entre la empresa y sus *stakeholders*, es que el logro del éxito depende del respeto de los valores de la gente, el medioambiente y la comunidad (Areté Gestiona, 2011).

3.4.2 Teoría de los *Stakeholders* de R. Edward Freeman y su identificación.

La Teoría de los Stakeholders elaborada por Edward Freeman en el año 1984, se considera como la primera organización de importancia respecto al concepto de Stakeholders. En la misma, los define como “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o se vea afectado por la consecución de los propósitos de la empresa” (Bowie, 1991; Freeman, 2005).

Esta teoría de los Stakeholders, se alimenta de otras teorías como la de los sistemas, de la RSE, la organizacional y la teoría de la planificación estratégica. Para

entender mejor de que trata la misma, Gaete (2011), define la teoría de las partes interesadas del siguiente modo:

(...) un conjunto de proposiciones que sugieren los gerentes de la empresa, que de acuerdo con el propio Freeman (2005) “tienen obligaciones con alguno de los grupos de las partes interesadas” (...), es una teoría que intenta dar respuestas a los grupos de interés de la empresa sobre las gestiones que lleva a cabo y también poder incluir a los *stakeholders* en la toma de decisión para así evitar conflictos y no discriminar los intereses estratégicos. (p. 90).

Por otro lado, sobre esta teoría de las partes interesadas, surgieron tres líneas de investigación, que según Donaldson y Preston (1995), son las siguientes: Una línea instrumental, que expone que para lograr los objetivos de las empresas sus gerentes deben dar importancia a los intereses de sus *stakeholders*, una línea descriptiva, para saber cómo los *stakeholders*, las empresas y sus gerentes interactúan entre si y una línea normativa, que indica que los gestores deben hacer frente a los *stakeholders*.

Esta teoría de los *stakeholders* tiene varios aspectos relevantes, entre los que según Freeman (1984), las empresas deben tener la capacidad para relacionarse con sus partes interesadas a través de tres niveles:

- La comprensión de su mapa de *stakeholders* y riesgos de cada grupo.
- Creación de Procesos para que cada grupo de *stakeholders* participe en las operaciones de la empresa de manera rutinaria.
- Mantener equilibrio entre los propósitos de la empresa y los intereses de sus *stakeholders*.

Ya que hasta este punto se ha explicado cómo las empresas deben relacionarse con sus partes interesadas, también resulta oportuno conocer los criterios que deben poseer estos grupos para considerarse como tales en una organización. Para ello, a continuación se exponen los planteamientos para la identificación de los *stakeholders* de Gaete (2011), inspirados en Mitchel (1997):

- *Poder*: Se refiere a la capacidad de conseguir lo que se quiere o desea, que poseen quienes lo detectan, y lo logran mediante el poder en cualquiera de sus diferentes formas de expresión.
- *Legitimidad*: Aprueba como bueno y válido la opinión generalizada de un sistema social sobre que las acciones de los individuos y organizaciones son correctas de acuerdo con sus creencias, valores y normas.
- *Urgencia*: Es una solicitud de atención rápida, sin embargo, requiere dos condiciones para llevarse a cabo: (1) la necesidad es importante para la parte interesada y, (2) la necesidad es sensible en cuanto al paso del tiempo.

3.4.3 Tipos de *Stakeholders*

Tras revisar una amplia literatura, se obtuvieron diversas propuestas sobre los tipos de *stakeholders* que pueden ser considerados a la hora de analizar la relación de la gestión empresarial con su entorno. La tipología a tratar en este apartado se encuentra dividida dos grande grupos: Las genéricas y las extendidas. De igual modo, también se expondrá la tipología de los *stakeholders* de la universidad, debido a su relación directa con esta investigación.

La primera de las tipologías, la genérica, fue desarrollada por Freeman (1984), considerando como las principales partes interesadas de la organización a los dueños, proveedores, clientes, empleados, ambientalistas, competencia y defensa del consumidor. Su desarrollo fue a través del concepto de mapa de los *stakeholders* que se mencionó con anterioridad.

De igual modo, otros autores como Carroll (1991); Donaldson y Preston (1995), clasifican varias partes interesadas genéricas de las cuales la organización debe prestar atención e importancia en cuanto a sus relaciones se refiere: Dueños de la empresa,

gobierno, grupos políticos, empleados, clientes, comunidad, competidores, proveedores, activistas sociales y público en general.

Cabe destacar, que otra de las tipologías genéricas más destacadas, es la del Libro Verde (2001), donde se identifican ocho grupos de *stakeholders*: Accionistas, proveedores, trabajadores, ONG, consumidores, medioambiente y autoridades públicas.

En cuanto a la tipología extendida de las partes interesadas, como su nombre bien lo indica, busca una clasificación de las partes interesadas de forma extendida, más allá de la clásica tipología de los *stakeholders* internos y externos. Esta clasificación también se ha encontrado relacionada con los enfoques de capital social y las redes.

Es así como Post et al (2002) examina la importancia de las relaciones de la empresa y su articulación con las redes de las partes interesadas, extrayendo de esto tres niveles de análisis: (1) Recursos básicos, que se refiere a los clientes/usuarios, empleados, e inversores, dígame accionistas y acreedores; (2) Estructura de la industria como los socios empresariales, autoridades, alianzas, sindicatos y socios de la cadena de suministros; (3) Aspecto Social-Político que incluye comunidades locales y ciudadanos, gobiernos y organizaciones privadas.

En el mismo orden, Ferrary (2005), también creó su tipología de *stakeholders* extendida de manera bastante amplia: Director, empleados, banca financiera, abogados, junta directiva, proveedores, clientes, competencia, banca financiera, miembros funcionario Europeo y nacional, periodista y analista financiero.

Por otro lado, la tipología de Durán (2006), apunta que cuando no existe acuerdo en las empresas y las partes interesadas entre las decisiones, ya que solo son tomadas por los accionistas, aun así entiendes como *stakeholders* a los clientes, accionistas, proveedores, hacienda pública, empleados y prestamistas, todos ellos con una perspectiva contractual. Posteriormente, extiende su clasificación de las partes interesadas e incluye en ella a los medios de comunicación, consumidores, gobierno, comunidad local y hasta a las generaciones futuras.

En el caso de Werther y Chandler (2006), hace una clasificación extendida de los *stakeholders* de tres grupos: (1) los organizacionales que abarcan los gerentes, empleados, sindicatos y accionistas; (2) los económicos que se refieren a los clientes, proveedores, distribuidores y acreedores; (3) los sociales, que son el grupo más externo a la organización se encuentran el gobierno, ONG's y comunidad.

En resumen, de todas las clasificaciones de los autores citados, se puede deducir que la tipología extendida se puede agrupar en: Gobierno, comunidad local, acreedores, empleados, clientes, accionistas y como nuevas partes interesadas extendidas se pueden considerar la administración pública, sindicatos y acreedores.

3.4.4 Los Stakeholders de la Universidad

Aunque ya se han analizado y comparado los diferentes tipos de *stakeholders*, estos enfoques se corresponden más al quehacer empresarial, no obstante, en esta punto se hará énfasis en las partes interesadas de las universidades, ya que como afirma Gaete (2001):

(...) la preocupación por responder a las demandas y exigencias de diversos Stakeholders, es un tópico importante en el léxico de los gestores de las Instituciones de Educación Superior, lo que les obliga a saber reconocer quienes son dichas partes interesadas y cuáles son sus expectativas respecto al quehacer de la universidad (p.127).

Para conocer lo tipología de *stakeholders* de las IES, la primera calificación a tratar es la de Burrows (1999), quien plantea las siguientes categorías:

- *Entidades Gobernantes*: Gobiernos estatales y federales, organizaciones religiosas y neutrales y consejo de administración.
- *Administración*: Rector y demás altos cargos.
- *Empleados*: Personal administrativo y de apoyo; profesores.

- *Clientes*: Estudiantes, padres o cónyuges, empresarios, empresas que reciben a los estudiantes en práctica, asociados al sector de servicio y organismos para el reembolso de las tazas.
- *Proveedores*: Otras escuelas y universidades, alumnos, proveedores de enseñanza secundaria, compañías de seguros, servicios de restauración, públicos y servicios de contratados.
- *Competidores*: que a su vez se dividen en tres: (1) directos, que son los proveedores de educación post-secundaria; (2) Potenciales, son las empresas y proveedores de educación a larga distancia y (3) Sustitutos, que son los programas de formación que patrocinan las empresas.
- *Donantes*: Este incluye diferentes miembros que van desde los amigos de padres, los del consejo social, alumnos, fundaciones, consejos de investigación y la industria.
- *Comunidades*: Sistemas escolares, cámara de comercio, vecinos, servicios sociales y grupos de interés escolar.
- *Organismos Reguladores Gubernamentales*: Ministerio de Educación, organismos de ayuda económica, consejos de investigación, organizaciones neutrales, oficina de patentes, autoridades tributarias y seguridad social.
- *Organismos Reguladores no Gubernamentales*: Fundaciones, asociaciones profesionales, entidades institucionales y patrocinadores eclesiásticos.

- *Intermediarios Financieros*: Bancos, analistas y gestores de fondos.
- *Los Socios de Joint Ventures*: Alianzas y consorcios, servicios de educación y copatrocinadores corporativos de la investigación.

Borrows también aclara que a las organizaciones no les sirve de mucho la identificación de los *stakeholders* por sí sola, por esta razón, plantea que es necesario identificar los intereses y necesidades de estos grupos. En este sentido, aporta cuatro categorías: La influencia en la organización, grado de participación, la posición y el potencial para la cooperación o la amenaza.

De su lado, Parra (2003), se refiere a los *stakeholders* como “partes de la sociedad” al tratar los grupos que tienen intereses sobre este tipo de organización y, ha elaborado tres categorías de dichas partes de la sociedad:

- Internos: Estudiantes y personal universitario, dígase rectores, profesores e investigadores y personal de apoyo.
- Externos: Titulados, proveedores, competencia, mercado laboral, la unión europea y la sociedad
- Intermedios: Abarca el Estado y el consejo social, las demás universidades asociadas, patrocinadores y los sindicatos.

La autora también señala que las universidades deben satisfacer las demandas de sus partes sociales con su quehacer universitario ya sean estas necesidades de salud, libertad, justicia, riqueza, cuidado del medioambiente, calidad, seguridad y conocimiento.

3.5 La Responsabilidad Social Universitaria (RSU)

3.5.1 Origen de la RSU

El concepto de RSU en las instituciones de Educación Superior (IES), siempre ha existido bajo el nombre de Fundación Social de las Universidades según Bustos e Inicarte (2012). Mientras que las primeras nociones al respecto surgen en la Declaración

de Talloires, Francia, en el año 1990 cuando ya se hablaba o más bien, se proponía que las universidades fueran base para el desarrollo y la sostenibilidad.

En cambio, para América Latina, sus orígenes se remontan con las nociones de Extensión Universitaria en el congreso Internacional de Estudiantes Americanos en Montevideo, Uruguay en 1908. Décadas después, este término fue recibiendo ajustes más concretos en el congreso de 1949. Tanto así que Tunnermann (2003) aclara que:

(...)El propósito de las IES comenzó a tomar un sentido más allá del académico. Para 1950 el término se hizo oficial a partir de la Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural. La segunda conferencia que estuvo conformada por universidades Latinoamericanas se destacó que: “Las Universidades son instituciones sociales que corresponden a partes del cuerpo social y que la Extensión es una de sus funciones (p. 274).

A partir de esos ajustes, La Responsabilidad Social Universitaria (en adelante RSU) está relacionada con la gestión socialmente responsable de la universidad con miras al desarrollo humano sostenible de la comunidad (Pancenza y Silva 2013).

En otra mano, la Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el Siglo XXI, aprobada por la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, respaldada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1998, trató sobre el compromiso de las IES de resolver problemas de índole social, formando a los estudiantes con valores que los orienten de manera responsable a la resolución de los mismos. En esta Conferencia Mundial se propuso recuperar y reinstalar el concepto de RS como un rol consustancial a la universidad, de acuerdo con Jugón, (2010). Esta visión fue modificada en el 2009 por la UNESCO cuando se agregó la necesidad de también colaborar con el desarrollo sostenible.

En cuanto al término de RSU como tal, y las investigaciones que se han llevado a cabo en esta área, Pancenza y Silva (2013), agregan que:

Es un campo de estudio reciente que comienza a tener visibilidad a partir del año 2002 y que el número de publicaciones al respecto ha aumentado a partir del año 2007. Venezuela, México, Colombia y Chile son los países que más documentos publicados acumulan. No se han encontrado estudios bibliométricos previos en este tema (p.28).

Su viabilidad en estas últimas décadas, según Gaete (2005), es debido a que cada vez van surgiendo nuevas necesidades en la sociedad, y las universidades en su rol de organizaciones enfrentan retos de dar respuestas y soluciones a problemáticas que van desde el ámbito social, económico y político; siendo las consecuencias de estos las que también se ven reflejadas en el entorno ambiental.

Frente a este desafío, el mismo Gaete aclara que las universidades deben estar preparadas para hacer frente a tales situaciones, alimentándose con las estrategias pertinentes sin dejar de lado el sentido ético y humanístico capacitándose para ofrecer respuestas y soluciones a sus grupos de interés de forma socialmente responsable.

Es por eso que hoy en día, “cada vez más universidades quieren promover y practicar la RSU, sobre todo en esta región, y se puede decir sin temor que está en pos de volverse uno de los temas prioritarios en la agenda universitaria latinoamericana” (Vallaey, 2011).

3.5.2 Conceptualización de la RSU

La RSU es un concepto relativamente nuevo, que ha venido tomando fuerza en los últimos años, de tal forma que diferentes autores han desarrollado diversos conceptos:

- Las Universidades tienen la responsabilidad de proporcionar formación científica, profesional, humanística, artística y técnica del más alto nivel, contribuir a la competitividad económica y al desarrollo humano sostenible; promover la generación, desarrollo y difusión del conocimiento en todas sus formas; contribuir a la preservación de la cultura nacional, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria,

reflexivas, innovadoras, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones del país y a la vigencia del orden democrático (Díaz de Aparraguirre, 2009, p. 8).

- Una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales, sociales y ambientales que la Universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover el Desarrollo Humano Sostenible. (Vallaey, 2005).
- Es la capacidad de la universidad para difundir y poner en práctica principios y valores a través de la gestión, docencia, investigación y gestión. (Carrillo, 2011).

Sin embargo, otros autores han elaborado conceptos de RSU donde además de destacar el sentido ético, también reconocen el valor humanitario, haciendo mención del Ser o la persona como eje fundamental de la labor universitaria, entre los cuales se pueden destacar:

- Responsabilidad Social Universitaria consiste en colocar a la persona en el centro de nuestra preocupación y llevarla a la enseñanza, a la investigación y a las decisiones que tomamos como parte de la Universidad y más allá de ella (Cevallos, 2008 p.5)
- Un llamado a las instituciones de enseñanza superior a reconstruir y reelaborar la cultura y el saber para desarrollar una sociedad más justa y humana" (Sánchez González, 2007 p. 12).
- El conjunto de acciones que realiza la universidad como resultado de la ejecución de su proyecto institucional (...); la orientación y coherencia de sus valores y actividades con la búsqueda de la felicidad y el bienestar de los seres humanos y la consolidación de una sociedad más justa y equilibrada (Martínez y Picco, 2008 p.1).

Estos conceptos se siguen reafirmando con la propuesta que vincula aún más a la RS en su gestión universitaria con el reconocimiento del otro, la sensibilidad y

comprensión de los problemas de los demás, tener como base fundamental ver al otro como un igual. Esto queda evidenciado en apuntes de Jugón (2010), cuando afirma que:

La educación superior se compromete no sólo a formar buenos profesionales, sino también personas sensibles a los problemas de los demás, comprometidas con el desarrollo de su país y la inclusión social de los más vulnerables, personas entusiastas y creativas en la articulación de su profesión con la promoción del desarrollo participativo de su comunidad (p.38).

Un ejemplo de esos compromisos, son los programas y proyectos de voluntariado en las universidades, que permiten a los docentes y estudiantes desarrollar valores como la solidaridad, la cooperación, la equidad, entre otros (Pancenza, Silva, 2013).

En tanto, uno de los conceptos más trabajados, es el que incluye y destaca todos los servicios de la universidad, afirmando que la RSU es una política de mejora continua de la universidad hacia el cumplimiento de su misión social mediante 4 procesos: gestión ética y ambiental de la institución; formación de ciudadanos responsables y solidarios; producción y difusión de conocimientos pertinentes y la participación social en la promoción de un desarrollo más humano y sostenible (Vallaey, 2008). Estos impactos o procesos, también definen 4 ejes que se refieren a la gestión socialmente responsable de universidad como organización, de la formación, de la producción y difusión del saber y la gestión socialmente responsable de la participación social, los cuales Vallaey agrupa de la siguiente forma:

1. *Impactos de funcionamiento organizacional*: Como cualquier organización laboral, la Universidad genera impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil (que su política de Bienestar social debe de gestionar) y también contaminación en su medioambiente (desechos, deforestación, polución atmosférica por transporte vehicular, etc.). La Universidad deja “huellas” en las personas que viven en ella y tiene también su “huella ecológica”.

2. *Impactos educativos:* La Universidad tiene por supuesto un impacto directo sobre la formación de los jóvenes y profesionales, su manera de entender e interpretar el mundo, comportarse en él y valorar ciertas cosas en su vida... Influye asimismo sobre la deontología profesional, orienta (de modo consciente o no) la definición de la ética profesional de cada disciplina y su rol social.
3. *Impactos cognitivos y epistemológicos:* La Universidad orienta la producción del saber y las tecnologías, influye en la definición de lo que se llama socialmente “Verdad, Ciencia, Racionalidad, Legitimidad, Utilidad, Enseñanza, etc.” Incentiva (o no) la fragmentación y separación de los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos de cada especialidad. Articula la relación entre tecnociencia y sociedad, posibilitando (o no) el control social de la ciencia. Genera actitudes como el elitismo científico, la “expertocracia” o al contrario promueve la democratización de la ciencia. Influye finalmente sobre la definición y selección de los problemas de la agenda científica.
4. *Impactos sociales:* La Universidad tiene un impacto sobre la sociedad y su desarrollo económico, social y político. No sólo tiene un impacto directo sobre el futuro del mundo en cuanto forma a sus profesionales y líderes, sino que ella es también un referente y un actor social, que puede promover (o no) el progreso, que puede crear (o no) Capital Social, vincular (o no) la educación de los estudiantes con la realidad social exterior, hacer accesible (o no) el conocimiento a todos, etc. Así el entorno social de la Universidad se hace una cierta idea de su papel y su capacidad (o no) de tener un interlocutor válido en la solución de sus problemas.

Estos apuntes dan muestra del trabajo que se ha estado realizando para el desarrollo de la RS, permitiendo marcar la diferencia entre RSE y RSU, que radica en los impactos que genera cada una al operar en su entorno. Los propósitos de la universidad tanto académicos como de investigación generan impactos o procesos en la sociedad distintos a los que provocan las empresas.

Luego de la revisión de estos conceptos de RSU, se puede concluir diciendo que las universidades no solo deben limitarse a la formación académica, sino también velar porque sus estudiantes tengan un sentido socialmente responsable y lo logran comprometiéndose con la sociedad, reconociendo en los demás un otro sí mismo, siendo sensibles a su dolor, para que pueda cumplirse la inclusión social y la participación de toda la comunidad a fin de que todos puedan obtener beneficios por igual y sobre todo disminuir las problemáticas sociales. Una de las tareas que implica la RSU, es la de formar la Responsabilidad Social del Universitario (De la Calle, Giménez, 2011).

3.5.3 Iniciativas de RSU a nivel internacional

A nivel internacional han surgido algunas iniciativas a favor del desarrollo de la RSU por parte de las universidades, entre ellas, Díaz de Iparraguirre (2009) destaca las siguientes:

- En el Reino Unido: Una asociación de dieciocho universidades para la sostenibilidad, financiada por el Ministerio de Educación (2002-04), que tiene como fin la promoción de debates de RSU y el desarrollo de un plan para promover proyectos de protección ambiental y uso eficiente de los recursos naturales.
- En Holanda: Aplican un programa intersectorial "Aprendizaje para la sostenibilidad" que pretende formar universitarios que investiguen y desarrollen tecnología ambiental con fines ecológicos.
- En Estados Unidos: Las Universidades adscritas a la iniciativas de RSU, tienen como fin definir y fomentar la participación de los grupos de interés, así como la comunicación tanto interna como externa al campus universitario, para la promoción de una red de Universidades responsables que optimicen los recursos y defiendan criterios éticos, sociales y medioambientales en los procesos de compras de las Universidades.
- En Nueva Zelanda: Se centran en la transferencia de conocimientos en diferentes disciplinas que busquen promover la formación y la investigación en materia

medioambiental y que trabajen en la creación de modelos para el desarrollo sostenible (Díaz de Iparraguirre, 2009).

En tanto, en Iberoamérica se pueden destacar 3 procesos sobre el desarrollo de la RSU, de acuerdo con Martí Vilar (s/f):

- *Construye País de la Universidad de Chile*: Es un proyecto conformado por 13 universidades Chilenas que tienen como lema “Un modo de ser Universidad”- Teoría y Práctica de la experiencia Chilena. Asumen la RSU como el conjunto de acciones que realiza la Universidad como resultado de la ejecución de su proyecto institucional, la orientación y coherencia de sus valores y actividades con la búsqueda de la felicidad.

Las acciones de la Responsabilidad Social de las Universidades, deben estar orientadas a lograr ciudadanos probos y honestos, que concluyan su carrera profesional con conocimientos que validen las incumbencias para las que les habilitan sus títulos; personas comprometidas con la sociedad de la que forman parte y a la cual volcarán sus conocimientos para mejorar su calidad de vida, tratando de solucionar los problemas que esa sociedad afronta. (Equipo coordinador Universidad Construye País, 2006 pp. 43- 57).

Luego se consideró conveniente tener una definición común de RSU como la capacidad que tiene la Universidad, de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos considerados claves en la Universidad, como son la gestión, la docencia, la investigación y la extensión universitaria.

- *Red de RSU de AUSJAL*: Es una red integrada por 30 universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina. Su misión es desarrollar proyectos comunes de acuerdo sus prioridades estratégicas, y en función de buscar una mayor contribución de las instituciones de educación superior a sus sociedades.

Las Redes de Homólogos y Grupos de Trabajo de AUSJAL están constituidas por equipos de profesionales, docentes e investigadores de las universidades asociadas, los cuales se desempeñan en áreas de trabajo comunes y complementarias, se comunican

entre sí y se basan en la común identidad y objetivos de AUSJAL a través del Enlace AUSJAL. Trabajan con el apoyo de la Secretaría Ejecutiva y el respaldo institucional de sus respectivas universidades y han sido el motor de los proyectos y planes que lleva a cabo AUSJAL alrededor del continente. Red de homólogos lleva a cabo trabajos para combatir la desigualdad y la pobreza. También se enfocan en el área de educación, ambiente y sustentabilidad.

- *Banco Interamericano de Desarrollo, mediante el programa Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social:* Este programa con 10 universidades de México, Paraguay, Argentina y Colombia, fueron elegidas para recibir las atenciones técnicas necesarias con el objetivo de desarrollar iniciativas de responsabilidad.

En este proyecto fueron recibidas un total de 92 propuestas de des16 países de América Latina, con lo que quedó evidenciado el interés de las IES por el fortalecimiento y la promoción de los temas de Responsabilidad Social y ética.

Tapia (2008), plantea que en los últimos años, las prácticas de aprendizaje-servicio articuladas con contenidos académicos se han difundido en la Educación Superior en América Latina desde modalidades más voluntarias hasta modalidades curricularizadas.

3.5.4 Enfoques de la RSU. Teorías y modelos.

En la actualidad, se encuentran disponibles diversos enfoques para el análisis de la aplicación de la RSU que tienen diferentes perspectivas con respecto a lo que debe ser el comportamiento socialmente responsable de las universidades. Gaete (2011), destaca tres grandes teorías:

- *Teoría Gerencial o Directiva:* Esta analiza el impacto de la labor universitaria en la sociedad mediante la rendición de cuentas de sus acciones y las decisiones tomadas hacia sus Stakeholders. Dentro de los exponentes más destacados de esta teoría están el Informe Bricall (2000), la Asociación Europea de Universidades, Valleys et al (2009). Su objetivo principal es lograr mayor

interacción y participación de las partes interesadas en la gestión de las universidades.

- *Teoría Transformacional:* Está orientada a la revisión de la contribución del quehacer de las universidades y considera el debate como necesario para alcanzar una sociedad más justa y sustentable. Se enfoca en la formación, investigación, liderazgo social y el compromiso. Sus exponentes más destacados son la UNESCO (1998, 2009), Gibbons et al (1997), Kliksberg (2009), Chomsky (2002) y la Cooperación Universitaria al Desarrollo. Este enfoque tiene varios objetivos como la formación de ciudadanos responsables, transformación social, responsabilidad en la producción del conocimiento científico, liderazgo ético, rol reflexivo, crítico y propositivo sobre la sociedad y respuestas académicas a la creciente expectativas sociales sobre su quehacer.
- *Teoría Normativa:* Procura el desarrollo de marcos valóricos desde la universidad como un eje normativo para hacer lo correcto de la vida en sociedad, mediante el establecimiento de redes universitarias nacionales o globales en torno a la responsabilidad social. Sus principales exponentes son la Corporación Participativa (2001), Global Compact PRME, declaración de Talloires (2005). Tiene como objetivos la transmisión de valores de la universidad a la sociedad, principios responsables y globales y el fortalecimiento de las responsabilidades sociales y cívicas de la educación superior.

En base a las teorías expuestas, cabe mencionar el planteamiento de Rodríguez (2010), en lo que podría denominarse un doble enfoque del concepto de la RSU que son: (1) la aparición de un conjunto de principios y de valores éticos medioambientales, sociales y personales que se asumen en el quehacer de la universidad (2) el compromiso de la universidad para encargarse del impacto que pueda causar ese quehacer. De esto, el autor clasifica cuatro modelos de RSU:

- *Modelo Académico Tradicional:* Está enfocado en la formación y donde la universidad se mantiene al margen de la injerencia externa de sus acciones. Este modelo está ambientado en un paternalismo clásico.
- *Modelo Académico Moderno y Corporativo:* El quehacer de la universidad está orientado por un grupo interno o externo para la satisfacción de las necesidades propias de ese determinado grupo de poder.
- *Modelo Empresarial e Instrumental:* Se enfoca en la transformación de las comunidades universitarias en empresas para el conocimiento.
- *Modelo Pluralista:* La organización universitaria se centra en la identificación de sus Stakeholders para asegurar la participación de estos grupos en las decisiones de la institución.

Por otro lado, Gaete (2001), también destaca aspectos claves que deben tener las universidades para llevar a cabo la responsabilidad social:

- *Gobierno Universitario Pluralista o Stakeholders:* Este gobierno se refiere a las personas que toman las decisiones en la organización ya sea de manera unipersonal o colegiada. Y es que las tomas de decisiones son muy importantes en el desempeño de la RS, en especial sobre las acciones de la organización y sus impactos sobre sus *stakeholders*. De ahí la importancia de mantener el dialogo con sus grupos de interés para poder manejar las demandas del sistema y seguir adelante. Tal diálogo busca crear una conectividad entre la organización, sus partes interesadas y su entorno a fin de generar afecto y receptividad en sus partes interesadas.
- *Inserción Laboral de los Titulados:* La RSU no solo debe enfocarse en el egreso de su comunidad estudiantil, sino que debe ir más allá procurando que sus titulados tengan capacidad para satisfacer las demandas del mercado laboral, ya que hoy día, la inserción laboral de los titulados es una gran problemática. Esto

también se ve influenciado por la calidad de la educación impartida por los docentes, no obstante, de ahí la importancia de tener un gobierno universitario pluralista que de oportunidad a sus *stakeholders* de intervenir en la empleabilidad de los egresados. Así la universidad socialmente responsable debe velar para que sus estudiantes como egresados mantengan contacto con las empresas a fin de ganar experiencia laboral, en tanto, empleo digno.

- *Rol Garante del acceso al conocimiento como bien público:* Este es otro de los puntos que las universidades deben tomar en cuenta a la hora de considerarse como socialmente responsables, ya que no todo el que quiera puede acceder a las universidades por sus altos costos, a tal punto que puede ser considerado un bien privado por la mercantilización de la educación. También destaca que para las organizaciones universitarias ser socialmente responsables, deben considerarse las formas que utilizan para autofinanciarse, al igual que el método al que recurren para la selección de sus estudiantes. En otras palabras, este punto quiere decir que para la universidad ser socialmente responsable, debe garantizar el acceso a la educación superior sin importar género, raza o mucho menos la situación socioeconómica.

3.5.5 La Universidad y la Sociedad

En este apartado puede surgir la duda de si es la universidad quien debe adaptarse a satisfacer las demandas de la sociedad o, si es la sociedad misma la que debe responder y acomodarse a la necesidad de las IES.

Para responder lo anterior, se puede decir que aunque la RS se originó en el ámbito empresarial, este concepto también está siendo incluido en el quehacer de las universidades y su rol ante la sociedad. “Esto, debido a que las instituciones de educación superior deben establecer relaciones con la sociedad, que les permita consolidar su quehacer, cada vez más trascendente para diferentes personas grupos e instituciones del Estado, el mercado y la sociedad civil” (Rodríguez 2010 cp. Gaete 2005).

En cuanto al rol que deben desempeñar las IES, existen diversas perspectivas que tratan de explicar las verdaderas responsabilidades que debe tener la universidad de hoy en día con la sociedad, ante esto, de la Cruz (2010), afirma que tales compromisos o responsabilidades están siendo influenciados por el aspecto económico atribuido a las universidades.

La universidad debe cumplir con muchos roles para poder mantener una buena relación con la sociedad, debe comprometerse con aspectos tanto sociales como culturales de su misión. Dichos aspectos son agrupados por De la Cruz en tres niveles, que son:

- Proteger y promover a la educación superior como un bien público
- Proveedora de servicios competitivos asociados a la investigación de excelencia
- Prestación de servicios a agentes económicos privados

Es así como la universidad debe ir cada vez más de la mano con la sociedad del conocimiento, como explica Gaete (2005):

(...) la evolución de la relación de la universidad con la sociedad, nos muestra la transición hacia una universidad socialmente responsable, inserta en una sociedad del conocimiento, en donde todos los actores tienen pleno acceso a la educación superior, y en donde la universidad mantiene un entero compromiso con la transformación social (p. 136).

Un tema que no puede quedar de lado, es el referente a la aplicación de la RS por parte de las IES. Frente a esto, Hill (2004), dice que su ejecución es mucho menor que la llevada a cabo por las empresas, esto debido a que los académicos encargados del análisis de estas acciones, se enfocan a nivel de la enseñanza cuando se refieren al aspecto interno de las universidades en vez de enfocarse más en los comportamientos éticos o adecuados que las IES deben alcanzar para ser consideradas socialmente responsable.

3.5.6 El quehacer Universitario socialmente responsable

Para considerar que una universidad como socialmente responsable, no es algo que se determina a la ligera, ni tampoco, a través de una o dos condiciones, al contrario, deben unificarse aspectos de la gestión universitaria a favor de la integración y el desarrollo sostenible, la cultura y la responsabilidad hacia todos los actores vinculados a la institución. Por ello, autores como Arana et al (2008), han señalado algunos de los componentes que deben estar presentes en la cultura socialmente responsable de las universidades:

- Formar profesionales con sólidos conocimientos científicos, tecnológicos y comprometidos con valores y principios de sensibilidad humana, social y ecológica.
- Formar actividades de RS en la comunidad.
- Formar egresados con conciencia social sobre su profesión, como su compromiso de servicio hacia el desarrollo humano.
- Contribuir con la extensión a la solución de problemas de la comunidad y del medioambiente.
- Desarrollar espacios y grupos de investigación e innovación hacia el avance del conocimiento teórico y práctico con RS, con sólidos fundamentos, científicos y valores, que permitan transformar dinámicas sociales y ambientales para el desarrollo humano.

En este mismo orden, Valleys (2008), propone tres estrategias para que las IES puedan alcanzar una mejor integración:

- Participación integrada de los GI internos y externos en el quehacer de la universidad.
- Articulación de los planes de estudios, la investigación y la extensión y los métodos de enseñanza con la solución de los problemas de la sociedad.
- Auto diagnóstico regular de la institución con herramientas apropiadas de medición para la rendición de cuentas hacia los GI.

3.5.7 Medición e indicadores de la RSU

La medición de la RSU o como bien es conocido en Australia, “compromiso universitario con la sociedad”, puede ser evaluada de tres formas diferentes: Evaluación en base a indicadores, guías de autoevaluación o la combinación de ambas, según Ramaley (2005).

Ahora bien, los instrumentos que permitirán evaluar la RSU se encuentran enfocados en el perfecto estado de las funciones tradicionales de la universidad, que como se ha venido diciendo recaen en su gestión, docencia, investigación y la vinculación-extensión con la sociedad. Estas dimensiones se pueden agrupar con subdimensiones para lograr la medición de la RSU, las cuales se resumen de la siguiente forma de acuerdo con Rondán (2015):

- *Gestión*: Su evaluación se basa en los principios éticos, la comunicación interna y marketing responsable, contratación de personal, capacitación del personal, y equidad remunerativa, ambiente laboral, oportunidades laborales, servicios de asistencia, bienestar a estudiantes, proveedores y adopción institucional de la RSU.
- *Docencia*: Puede ser evaluada a partir de la estructura pedagógica de la universidad con contenidos de RS, la crítica social y la promoción de la iniciativa, y habilidades de los estudiantes y docentes
- *Investigación*: Vinculación entre la formación y la investigación, la producción del conocimiento con sentido social, vigilancia ética de la investigación, democratización del conocimiento e interdisciplinariedad de la investigación y comunicación de la investigación.
- *Vinculación-Extensión*: Evalúa la accesibilidad social de la universidad, educación para el desarrollo, socios internos, voluntariado y programas, servicios educativos, comunidades beneficiadas y la relación con sus demás *stakeholders*.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de investigación

El proyecto sobre los factores incidentes en el desconocimiento de la RSU de la UCAB por parte de sus *stakeholders* internos, es un estudio descriptivo ya que según Hernández (2006) sirve para: “medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Este tipo de estudio sirve para saber cómo es y se manifiesta un fenómeno y sus componentes, centrándose en medirlos con la mayor precisión posible” (p. 27).

Por otro lado, para describir las prácticas de la RS por parte de la universidad y el impacto que ha tenido sobre su público interno, se utilizó un enfoque mixto, debido a que se utilizaron variables tanto cualitativas como cuantitativas, convirtiendo este estudio en una investigación de campo, que consiste en la recolección de los datos que se recogen de forma directa desde la realidad donde se desarrollan, sin la necesidad de controlar o manipular las variables de estudio (Arias, 1999, p. 21).

Otro factor importante, que estuvo presente durante el proceso de investigación fue el paradigma interpretativo, porque éste no pretende hacer generalizaciones a partir de los resultados expuestos, sino, más bien, se centra en elaborar una explicación profunda en donde el objeto de estudio queda individualizado (Martínez, 2012, p. 6). Dentro de esta perspectiva logramos comprender la dinámica y diversidad de la realidad y su interés va direccionando al significado de las acciones humanas y de la práctica social.

4.2 Diseño de la investigación

Ya que la finalidad de este estudio es determinar las principales causas que provocan el desconocimiento de la RSU por parte de los *stakeholders* internos de la UCAB, con los resultados obtenidos de la investigación, se elabora una propuesta a modo de recomendaciones que permita mejorar el actual problema comunicacional de la universidad. Por ello, tal y como sugiere Dubs (2002), el proyecto contempla el planteamiento de la necesidad, la formulación de la propuesta, su fundamentación teórica, actividades y recursos a emplear.

Así, teniendo una perspectiva clara sobre el tema, se procedió a determinar los objetivos, las preguntas a investigar, la justificación e importancia, como también, la factibilidad y el alcance de la investigación. La determinación de estos componentes, sirvió de guía para la elaboración del marco teórico, el cual ha sido redactado, al igual que el resto del anteproyecto, siguiendo las pautas del denominado estilo APA, que es un modelo estándar adaptado por la Asociación Estadounidense de Psicología (*American Psychological Association, APA*). Este estilo posee una guía completa para la redacción de documentos, principalmente para trabajos de esta magnitud, perteneciente al campo de las ciencias sociales.

De este modo, el presente estudio se apoya en la investigación documental, que según UPEL (2006), consiste en “el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza con apoyo principalmente en trabajos previos, y en general el pensamiento del autor”. En tanto, para lograr cada uno de los objetivos propuestos, entre ellos, describir las prácticas de RSU llevadas a cabo por la UCAB, se realizó una revisión documental, a través de los principales canales de comunicación de la universidad, principalmente a mediante la versión antigua de su página web, ya que la actual no presenta mucho contenido sobre la RSU. De igual modo, también se analizó el contenido y la frecuencia con que se difunden informaciones en este sentido en los principales canales de comunicación que utiliza la UCAB.

Para hacer este objetivo más congruente, se realizó una entrevista intencional y a profundidad a los voceros o directores de los departamentos de comunicaciones y

promoción de la RS para conocer con mayor exactitud las prácticas socialmente responsables que realizan, las publicaciones que emiten y de no se realizar ningunas, saber el por qué.

En tanto, para conocer el impacto en los *stakeholders* internos de la UCAB sobre la RSU, se aplicó una encuesta a los estudiantes de Comunicación Social tanto de pregrado como de postgrado de la universidad. El instrumento del cuestionario está inspirado en la encuesta de la asignatura de Responsabilidad Comunicativa impartida por el profesor Blas Fernández a los estudiantes de postgrado en la UCAB, como también en la encuesta de RSU de la Universidad Católica Silva Henríquez, en la encuesta de la Universidad Construye País (2005) y en los diversos planteamientos que ha propuesto Vallaeys (2008) sobre los impactos del quehacer universitario.

Con las informaciones obtenidas a través de cada procedimiento, se evaluó la coherencia entre lo que dijeron los directores de los departamentos de comunicación y promoción antes mencionados, sus respectivas publicaciones, más, los resultados de la encuesta que se aplicó a los estudiantes de pre y postgrado de la UCAB. Con todos estos datos, se pudo concluir con las verdaderas razones que provocan el desconocimiento de la RSU de la UCAB por parte de sus *stakeholders* internos. Esto permitió la propuesta de recomendaciones pertinentes para mejorar el problema comunicacional actual de la universidad católica.

4.3 Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

En este estudio se adoptó el uso de documentos escritos y en línea que avalaran la investigación y ampliaran el tema que se persigue aclarar sobre el desconocimiento de los grupos de interés internos de la UCAB acerca de labores llevadas a cabo en cuanto a RS se refiere. Por dichas razones, la investigación se caracteriza por recurrir a técnicas como el análisis descriptivo, ya que se centra en el análisis de los datos, la relación entre las variables, el encuentro de patrones y también las diferencias que pueden aparecer entre los grupos bajo estudio (Ibíd. p. 24).

De igual modo, también se utilizará el análisis interpretativo, ya que este engloba operaciones de síntesis que conducen a la formación y explicación del objeto a través de

las inferencias teóricas, por medio de métodos de interpretación, o como bien dice López (1999), “métodos lógicos”. (p. 23).

Dentro de las técnicas de investigación, se encuentra la entrevista a profundidad, que se utilizó para conocer más a fondo las acciones y la promoción de RS llevadas a cabo por la UCAB, a través de las opiniones de los voceros de las diferentes direcciones de la universidad relacionados al tema de la comunicación, promoción y RS de esta entidad educativa.

La entrevista a profundidad, se constituye por el seguimiento de un guión de entrevista. En el mismo, quedan plasmados los temas que se desean conocer durante el tiempo previsto, siendo por estas razones que los temas deben ser preparados con antelación del encuentro a fin de mantener el control del tiempo y evitar cualquier tipo de inconveniente (Robles, 2011, p. 41).

Cabe mencionar que la entrevista a profundidad hace posible que un informante clave, transmita su definición personal de una situación al entrevistador (Acosta, 2006, p. 104). La misma fue aplicada de la siguiente forma:

Dirección	Director o Vocero	Publicación
Dirección de Comunicaciones	Tamara Slusnys	El Ucabista
Dirección de Promoción de RS	Mercedes Morales	
Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias	Adle Hernández Rondón	Voluntariado Hoy (no se está publicando)
Dirección de Programas y Proyectos Sociales	Javier Alfredo Mijares	
Dirección de Comunicaciones y Extensión Social	María Fernanda Mujica	Blog Parque Social UCAB
Dirección de Sustentabilidad Ambiental	Joaquín Benítez	Twitter, Facebook

Cuadro No. 1 Direcciones, directores y publicaciones de comunicaciones y RS de la UCAB

Cabe aclarar que la entrevista no pudo ser aplicada ni a Adle Hernández y ni a Javier Mijares, sin embargo, sus direcciones fueron tomadas en cuenta para la revisión documental y la encuesta a los *stakeholders* internos.

Las publicaciones utilizadas por cada una de las direcciones antes presentadas, fueron analizadas en cuanto a contenido, basado en las diferentes categorías de la RS que se han mencionado anteriormente, para determinar su enfoque sobre el tema socialmente responsable y la frecuencia con que lo hacen. Sobre las direcciones que no presentan ningún tipo de publicación en la tabla, se explicará mas adelante las razones del por qué no emiten informaciones mediante ningún canal. A esto se puede llamar un análisis de contenido simple, que como bien afirma López (2002), en palabras sencillas, “es la forma particular de análisis de documentos; una técnica que no busca analizar el estilo del texto, sino las ideas expresadas en el” (p. 173).

Así, las publicaciones que emiten los departamentos encargados de comunicación y promoción de la RS de la UCAB fueron evaluadas tomando bajo consideración las mismas categorías empleadas en la entrevista a profundidad y en la encuesta: cuidado al medio ambiente, comportamiento ético, ayuda comunitaria, buenas condiciones laborales, entrega de información, relación con el público como también informaciones sobre las funciones tradicionales de la universidad en cuanto a docencia, investigación, extensión-vinculación y gestión. Además el análisis a la estructura web de sus páginas y la presencia en las redes de las publicaciones bajo consideración.

Otra de las técnicas más utilizadas en la investigación es la encuesta, que tal y como apunta Malhotra (2004), son entrevistas de la investigación descriptiva dirigidas a una cantidad considerable de personas que incluyen un cuestionario estructurado que se entrega a los encuestados y con el que se busca información específica sobre algo (p. 115).

En tanto, para conocer la percepción de los *stakeholders* internos de la UCAB sobre la RSU, se aplicó una encuesta a través de su instrumento el cuestionario, con el objetivo de determinar el nivel de conocimiento que poseen, en este caso, a los estudiantes de pre y postgrado de Comunicación Social, acerca del término de la RS, las prácticas llevadas a cabo por la universidad y, de este modo, determinar las razones del

desconocimiento en estos actores clave, como también sus opiniones sobre posibles mejoras ante el problema comunicacional.

El cuestionario fue aplicado *on line* a través de la plataforma de *Google Drive*, que lleva por nombre *formularios de Google o Google Forms* (en inglés), ya que es una herramienta de fácil uso que permite enviar encuestas, planificar eventos, conocer opiniones sobre productos, medir satisfacción o recopilar cualquier otro tipo de información, según se explica en las Nuevas Tecnologías de la información de Sites.Google.com. Esta plataforma fue elegida por la investigadora, porque que la misma va creando los gráficos con las estadísticas correspondientes según se van recibiendo las respuestas.

El formulario de Google se envió mediante el correo electrónico a ciento treinta (130) estudiantes de pregrado del primer, tercer y quinto semestre de la carrera de Comunicación Social de UCAB, cantidad que equivale al 5% de la muestra seleccionada de una población total de dos mil seiscientos (2600) estudiantes. De igual modo, también se aplicó el cuestionario al total de veintinueve (29) estudiantes activos del semestre septiembre 2017- enero 2018 del postgrado de Comunicación Organizacional.

Como los datos suministrados en los cuestionarios a través de la aplicación de *Google Drive* se van graficando de forma automática, una vez que se obtuvo el total de ambos grupos, ciento cincuenta y nueve (159), se procedió al respectivo análisis de las entrevistas a profundidad, el de las estructuras web y de contenido de las publicaciones de la universidad y los resultados de la encuesta. De este modo, se comprueba si existe coherencia entre los resultados obtenidos a través de las diferentes técnicas y se determinan las razones que provocan el desconocimiento por de los *stakeholders* internos de la UCAB sobre la RSU.

4.4 Cuadro de Operacionalización de las Variables.

En esta parte, se tratará la el aspecto operacional de las variables, que se refiere a todo tipo de actividad o de operación para la manipulación de las mismas. Es así como la variable pasa a ser objetiva a la que cualquier investigador puede replicar o más bien provocar (Egea y Conesa, 2000, p. 157).

Y ya que el punto fundamental gira en torno a las variables, es bueno aclarar que las mismas se tratan de constructos, características y propiedades que pueden adquirir diferentes valores. Las variables se pueden representar de modo conceptual u operacional. También se refieren a todo lo que se puede estudiar, controlar y medir en la indagación (Ibíd, p. 168; Núñez, 2007, p. 166).

Arias (1999) dice que las variables son definidas de manera operacional en función de sus indicadores o unidades de medida en el tipo de variables complejas, siendo los indicadores, los aspectos que dan la posibilidad para identificar las características de las variables, en otras palabras son señales de comparación (Ibíd, p. 125). Luego de esta breve explicación, a continuación se presenta la Operacionalización de variables de este estudio:

Objetivo General: Identificar los factores incidentes en el desconocimiento de la RSU de la UCAB por parte de los *Stakeholders* internos.

Objetivos específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumento			
Describir las prácticas de RSU llevadas a cabo por la UCAB	Prácticas de RSU de la UCAB	Social: Parque Manuel Aguirre Administrativa/Funciones Tradicionales: Docencia, Investigación, extensión-vinculación y gestión	Cuidado al medio ambiente	Investigación documental			
			Comportamiento ético				
			Trato igualitario a las personas				
						Ayuda a la comunidad	Entrevista a profundidad
						Buenas condiciones laborales	
						Entrega de información	
						Relación con el público	
Identificar los medios, contenido y frecuencia que utiliza la UCAB para difundir informaciones de RSU	Comunicación de la RSU	Medios Contenido Frecuencia	Página Web	Entrevistas a profundidad			
			Redes Sociales				
			Revista online	análisis de contenido			
			Blog				
Conocer la percepción que tienen los <i>stakeholders</i> internos de la UCAB sobre la RSU	Impacto en los Stakeholders	Conocimiento de la RS Percepción Beneficios que han recibido Opiniones personales sobre posibles mejoras	Valoración interna	Cuestionario			
			Positiva				
			Negativa				
			Desconocida				

Cuadro No. 2 Operacionalización de Variables.

4.5 Población y Muestra

La población es entendida por Balestrini (2006), como “un conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presenten características comunes” (p. 137). A partir de esta definición, se puede decir que en el caso particular de este estudio, la población está conformada por 2,600 estudiantes de pregrado y 29 de postgrado de la carrera y maestría de Comunicación Social respectivamente de la UCAB, en su sede Montalbán, Caracas, según los datos suministrados por la Unidad de Estadística de la universidad y el director de postgrado, profesor Blas Fernández.

En cuanto a la muestra, “es la que se obtiene con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población, por medio de un número de individuos u objetos que se seleccionen, que a su vez son parte del universo bajo estudio (Balestrini, 1997; *Ibíd*, p. 141).

En base a los criterios planteados por Mendicoa (2006), sobre el tipo de muestreo que cada tipo de muestra le corresponde como procedimiento, se tomará una muestra no probabilística, donde la selección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las causas que se relacionan con las características de la investigación y de la decisión del investigador (Hernández, 2006 p. 241).

En base a la exposición anterior, la muestra de este proyecto, estará conformada por el 5% del universo de estudiantes de pregrado de la carrera de comunicación social de la UCAB, cuya representación es de ciento treinta (130) estudiantes, al igual que el total de los estudiantes activos del postgrado en comunicación organizacional durante el semestre septiembre 2017- enero 2018, siendo la sumatoria de ambos grupos ciento cincuenta y nueve (159) en total.

De los estudiantes de pregrado que se seleccionaron para la encuesta, se dividieron en tres grupos: Cuarenta y tres (43) estudiantes del primer semestre, ya que se supone deben ser los que tengan más expectativas y entusiasmo respecto a la carrera y de paso, se podrá conocer el nivel de conocimiento sobre la RS con que ingresan a la universidad. Cuarenta y tres (43) estudiantes del tercer semestre, porque a este nivel, deberían manejar conceptos fundamentales e informaciones sobre la universidad y

cuarenta y cuatro (44) del quinto semestre, porque deben poseer suficiente información consolidada. Así queda conformado un total de ciento treinta (130) equivalente al 5% de la población de pregrado.

A esta muestra, le será aplicado un cuestionario en línea, bajo la técnica del muestreo a conveniencia de la investigadora, que según Crespo y Salamanca (2007), consiste en un muestreo fácil, eficiente y económico que permite a medida que se obtiene la información, pasar a otros métodos (p. 2).

4.6 Confiabilidad del Instrumento

La confiabilidad del instrumento es lo que permite, tal y como su nombre lo indica evaluar la confiabilidad, por tanto, Corral (2009) recomienda aplicar antes a una pequeña muestra con características similares a la muestra del estudio, lo que también puede denominarse prueba piloto para garantizar la confiabilidad del trabajo real.

En el caso de este estudio, la investigadora aplicó una prueba piloto a 16 estudiantes del pregrado de comunicación social de la UCAB. Tras esta prueba se procedió a agregar 3 preguntas adicionales sobre la comunicación y a eliminar dos para obtener un instrumento más coherente.

4.7 Validación del instrumento

De acuerdo con Rusque (2003), “la validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas”. Entonces, para la investigadora asegurarse de responder las interrogantes formuladas elaboró un extracto de la tesis y la metodología y envió estos documentos y los instrumentos cuestionario y entrevista a profundidad para ser evaluados por expertos en el tema de la comunicación y la metodología, entre ellos la profesora Rafi Ascanio, profesora Thairí Ramos y el profesor Eduardo Valero, este último solo sugirió cambiar el orden de algunas de las preguntas de la entrevista destinada a los directores de los

departamentos de comunicaciones y promoción de la RS de la UCAB. (Validación disponible en Anexo A).

4.8 Procedimiento

Primera parte: Se solicitó la aceptación del tutor para guiar este estudio y la autorización para tomar como caso de estudio a la UCAB.

Segunda parte: Se diseñaron los diferentes instrumentos de recolección de datos y el modo en cómo serían evaluadas la página web de la universidad y demás publicaciones en cuanto a su estructura y contenido para su posterior aplicación.

Tercera parte: Se aplicaron los instrumentos y se levantaron los datos.

Cuarta parte: Una vez obtenidos los datos, fueron analizados detalladamente y comparando los que guardaban coherencia y los que no, pudiendo obtener las conclusiones del por qué los *stakeholders* internos de la UCAB desconocen la RSU.

Quinta parte: En base a las conclusiones se hicieron propuestas estratégicas a modo de recomendaciones a fin de mejorar el conocimiento de la RSU en los *stakeholders* de la UCAB.

¹ Todos los datos de los instrumentos fueron recolectados desde octubre 2016 hasta julio 2017, cuando Venezuela atravesaba la difícil “situación país” caracterizada por la crisis sociopolítica y económica. Así, cualquier otro hallazgo no contemplado en la investigación se acredita a tales circunstancias durante el período bajo estudio.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

5.1 Prácticas de RSU de la UCAB

Este capítulo expone a detalle las prácticas socialmente responsables que ha venido desarrollando la UCAB y, que según las informaciones presentadas en la página web de la universidad, este compromiso social, como así lo denominan, data desde 1976.

Estos datos han sido recopilados a través de una revisión documental del *website* de la universidad (versión antigua), el blog del Parque Social Manuel Aguirre, como también una entrevista a profundidad, realizada a los directores de los departamentos relacionados con la comunicación y la promoción de la RS de la institución de educación superior bajo estudio.

Tras esta revisión documental y la entrevista a profundidad antes mencionada, se pudo encontrar suficiente información que ponen en evidencia la RSU que ha venido desarrollando la UCAB, tanto en la dimensión administrativa, que comprende las funciones tradicionales universitarias de docencia, investigación, extensión-vinculación y gestión, así como también una dimensión social, entendida principalmente con toda la labor realizada a través del Parque Social Manuel Aguirre.

5.1.1 Revisión documental

Esta revisión fue iniciada en el primer trimestre del año 2016. Está basada principalmente en la página web de la universidad <https://www.ucab.edu.ve/>, y el blog del Parque Social Manuel Aguirre <http://parquesocialucab.blogspot.com/>, donde se pudo encontrar las siguientes informaciones que dan muestra de la RSU de la UCAB a través de diferentes órganos y actividades que son:

- **La UCAB realiza responsabilidad social desde el año 1976:** siendo la dirección de promoción, la encargada de encontrar los recursos necesarios para poder apoyar las líneas académicas en cuanto a investigación y ayuda económica a los estudiantes, de acuerdo con lo que está establecido en el Artículo 6 del Estatuto Orgánico de la universidad. Por otro lado, también se gestionan diálogos y alianzas con las empresas, entre ellas: industriales, financieras, de servicio, embajadas, agrupaciones culturales y organizaciones sin fines de lucro. Otro grupo importante, es el de los egresados Ucabistas, quienes ofrecen financiamiento mediante alianzas y donaciones, manteniendo a su vez un sentido de responsabilidad ciudadana y social desde su mundo profesional.
- **Fe y Alegría:** nació un año después de la fundación de la universidad, exactamente el día 11 de diciembre de 1954 y, es considerado el primer hito de acción social y compromiso de la universidad hacia su entorno. Inició a partir de la primera cruzada de la universidad, de carácter social, a cargo de R.P. José María Velaz S,j. El mismo, tenía como fin ayudar a los niños de los barrios de Caracas. Al día de hoy esto que nació como una cruzada, se conoce como “Fe y Alegría”: modelo educativo en 15 países Latinoamericanos.
- **Parque Social Manuel Aguirre:** tuvo su apertura en el año 1999, con el objetivo de ser un espacio dedicado al fortalecimiento y crecimiento de las comunidades, siendo puente tanto para el acercamiento de los vecinos con la universidad, como también que la universidad pueda llevar sus servicios a los cerros vecinos. Este parque social, es la prueba del servicio que lleva la universidad a las comunidades. Dentro de sus cuerpos de servicio se encuentran:

- *Centro de Salud Santa Inés UCAB.* Es un centro de salud que desde 1999, tiene como misión promover la calidad de vida mediante la evaluación permanente de un modelo de salud integral. Es de servicio público y gestión privada que procura calidad en sus servicios sin fines de lucro de consulta, diagnóstico y otros como farmacia (en alianza con Fundafarmacia), rehabilitación, vacunación y nebulización.

- *Centro de Clínica Jurídica P. Luís olaso S.J.* Su misión es poner la justicia al alcance de todos los necesitados. También tiene como meta académica, darle la oportunidad a los estudiantes de la Facultad de Derecho de la UCAB de aplicar sus conocimientos en esta clínica jurídica, como también una meta social, prestando asesoría jurídica gratis a personas de pocos recursos.

- *Unidad de Psicología P. Luís Azagra S.J.* Está centrada en el trabajo psicológico hacia persona, grupos o comunidades de bajas condiciones económicas. Enfoca sus temas en problemáticas sociales como pobreza, violencia de género, abuso y negligencia, exclusión, dificultades escolares, entre otros.

- *Áreas de Proyectos Pedagógicos y Servicio Social.* Busca promover en las zonas vecinas de la universidad, la calidad educativa de niños y adolescentes con prácticas sociales, pedagógicas y comunitarias a través de las comunidades educativas de la UCAB.

- *Unidad de Asesoría Económica.* Procura la creación de una cultura económica en las comunidades vecinas a la universidad, mediante la formación en este sentido, con herramientas microfinancieras de desarrollo y consolidación de negocios y emprendimientos.

- *Dirección de Proyección a la Comunidad.* Esta dirección busca fundamentalmente fortalecer el vínculo entre la universidad y sus comunidades vecinas más desfavorecidas, apoyando y coordinando proyectos en alianzas con las escuelas y dependencias de la UCAB. Desarrolla diagnósticos sobre las comunidades necesitadas y crea vínculos con actores relevantes de esas mismas comunidades a fin de garantizar un mejor cumplimiento de la extensión social. Esta dirección también es responsable de programas como:
 - a) *Voluntariado UCAB.* Cuenta con varias agrupaciones de estudiantes y profesores a fin de ofrecer las capacidades profesionales y humanas con que cuentan a favor de las comunidades más desfavorecidas de Caracas. Dentro de sus actividades están las recreativas, deportivas, pedagógicas, culturales, derechos humanos, formación en ciudadanía, refuerzo escolar, promoción de valores, entre otras, son algunas de sus iniciativas.
 - b) *Secretaría Social y ley de Servicio Comunitario.* Sobre la Secretaría Social no se encontró ningún tipo de información. En cuanto a la Ley de Servicio Comunitario, trata de que para obtener el título universitario de cualquier carrera de la universidad, los estudiantes deben cumplir con 120 horas mínimo en período comprendido entre tres meses hasta dos años de servicio comunitario. Este requisito académico busca fomentar la solidaridad y el compromiso, enriquecer la actividad educativa, integrar a la universidad con la comunidad, contribuir con el desarrollo de la sociedad y formar capital social.
 - c) *Cátedras de Compromiso Social.* El compromiso social es el sello distintivo de la UCAB. Las cátedras en este sentido, tratan de alguna

práctica o trabajo social como requisito académico de alguna asignatura de la carrera, de la cual el estudiante de pregrado debe formar parte. Estas cátedras están comprometidas con las comunidades más vulnerables, prestando servicios a través de prácticas anuales de los estudiantes.

- d) *Línea Pedagógica*. Instancia que apoya los procesos de aprendizaje y enseñanza a través de herramientas pedagógicas a docentes y estudiante de las comunidades y centros educativos que pertenecen al Plan de Acción Comunitaria UCAB (PACU). Al mismo tiempo, con este programa, se acompaña al estudiante en la ejecución de sus actividades comunitarias correspondientes a través de las cátedras de compromiso social, el voluntariado o la ley de servicio comunitario. Esta línea también cuenta con un Centro de “*Préstamos de Recursos Didácticos*”, que se encarga de crear, revisar y rediseñar estrategias de alcance pedagógico de un juego y también preparan manufactura del recurso para beneficiar a los centros educativos de Antímano, La Vega, Las Mayas y San Agustín del Sur ofreciéndoles materiales didácticos creados en el centro de forma gratuita.

Esta Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias, también se encarga de programas de organización comunitaria y desarrollo integral, sin embargo, no se encontró informaciones sobre las mismas.

- e) *Aliados del Parque Social*. Lo constituyen otras unidades de trabajo que comparten la misma visión del Parque Social, pero ejecutan sus proyectos de manera autónoma. Estos aliados son AVESOC, Asociación Venezolana de Servicios de Salud de Orientación Cristiana, sin fines de lucro, que promueve la salud hacia los más

necesitados y una sociedad más solidaria. El otro cuerpo aliado es SUPERATEC, Centro de Capacitación Laboral a través de la Tecnología, que busca ofrecer oportunidades a las personas de escasos recursos por medio de programas de capacitación tecnológica, humana y laboral.

Sin embargo, sobre los cuerpos del Parque Social Manuel Aguirre, en el blog, solo se menciona la Dirección de Proyección a la Comunidad, pero no incluye la Dirección de Extensión Social ni la Dirección de Promoción de Responsabilidad Social. Por otro lado, en la página web de la UCAB, no se habla de una sola dirección de proyección a la comunidad sino de una Dirección de Programas y Proyectos sociales, a cargo del señor Javier Mijares, quien dijo en varias ocasiones no tener tiempo para responder a la entrevista de la investigadora de este estudio, como también una Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias, a cargo de la señora Adle Rondón a la que nunca se pudo contactar.

- **Programas:** en la versión anterior del *website* de la UCAB, estaba disponible informaciones de los programas de ayudas siendo los más relacionados al área de la Responsabilidad social los siguientes:

f) *Fundación Andrés Bello:* institución sin fines de lucro, con mas de 55 años de trayectoria. Es sostenida por las donaciones de empresas y laicos que han asumido el compromiso de hacer aportes a la universidad cada año. Impulsa las obras benéficas y de asistencia social y se enfoca principalmente en aquellos estudiantes de escasos recursos. Cuenta con el “*Programa Andrés Bello*”, que ofrece oportunidades de estudio, mediante una plataforma de acompañamiento y seguimiento de los estudios universitarios de estudiantes de pregrado con altas necesidades socioeconómicas. Atiende integralmente al estudiante beneficiado en lo académico, pedagógico, social y espiritual y sobretodo la cobertura de la carrera

del estudiante beneficiado. Estas líneas son desarrolladas a través de la Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias (Voluntariado UCAB), la Dirección de Identidad y Misión y Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano (iniciativa PASA).

- g) *Campaña Amigo Solidario*: Esta es una campaña de recaudación anual para crecimiento del fondo solidario del Centro de Salud Santa Inés. Incluye la actualización de equipos especializados para restar servicios de alta de alta calidad y precisión en el Parque Soc
- h) *Programa de Cooperación Económica*: Es un programa que a través de la Dirección de Cooperación Económica Estudiantil (DCEE), dirigido a los estudiantes de escasos recursos que cumplan con los requisitos de admisión de la universidad. De acuerdo con el semestre que curse el estudiante, puede optar por las siguientes modalidades: Pensión proporcional, financiamiento educativo, beca trabajo, programas de apoyo integral, cooperador estudiantil o programas de apoyo a estudiantes con discapacidad.
- ***Programas de Estudios Avanzados en Derechos Humanos***: el Centro de Derechos Humanos de la UCAB (CDH), es el primer centro académico de Venezuela dedicado a los DDHH en labor de docencia, investigación, extensión y acompañamiento jurídico en áreas como derecho a la participación, libertad de expresión, protección de personas refugiadas y migrantes. Está dirigido a profesionales universitarios, líderes de partidos políticos, comunitarios y juveniles, operadores de justicia, educadores, entre otros.

- **Investigación:**

a) El instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la UCAB, realizó una encuesta nacional de juventud. La misma trata de cómo perciben los jóvenes Venezolanos la democracia, la educación, el empleo y su salud sexual y reproductiva, planteando un proyecto dedicado a atender las problemáticas de este segmento de la población. El Proyecto Juventud, brinda a la UCAB, la oportunidad de congregar a integrantes de movimientos juveniles, a los fines de incidir política y socialmente para enfrentar las principales problemáticas que atentan contra los derechos esenciales de la población juvenil de Venezuela.

b) *Estudio y Cálculo de la Captura de CO2 en el Campus/ Techo Verde Postgrado:* Se realiza para la identificación e implementación de la reducción de huella de carbono en el campus universitario. En este estudio se toma en consideración las actividades características de la universidad, el consumo de agua y energía, las emisiones a la atmósfera, todo a fin del fortalecimiento sustentable de sus actividades. Por otro lado, procura la creación de un techo verde para el edificio de postgrado, con el objetivo de hacer factible el ahorro y disminución del consumo eléctrico en el campus.

Dentro de la UCAB, existen centros e institutos dedicados a la investigación en distinta áreas del saber, realizando su labor en concordancia con los objetivos establecidos en el estatuto orgánico de la universidad orientados a:

- Contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario.
- Apoyo a los trabajos especiales de grado en el área.
- Medición de la cultura de los estudiantes de la UCAB. Prueba piloto de 500.

- Líneas de investigación: Tecnología del Desarrollo sustentable e identificación y evaluación de riesgos socio-naturales.
 - ***Dirección de Sustentabilidad Ambiental:*** Esta es una unidad adscrita al rectorado con el propósito de implementar un modelo de sustentabilidad ambiental en la universidad. Su objetivo principal es lograr una universidad sustentable, que aporte al proceso de transformación hacia una sociedad responsable con el ambiente y también busca convertirse en referente nacional e internacional del área ambiental en todas sus labores.
 - ***Distinciones:*** La UCAB recibió un certificado de Sistema de Gestión de Calidad de acuerdo con las normas ISO 9001:2008. El mismo tuvo validez desde el 26 de mayo de 2015 hasta el 27 de enero de 2017 y fue otorgado por el ente certificador BUREAU VERITAS.
 - ***Transparencia en la Gestión:*** De acuerdo con la página web de la UCAB, esta universidad sus avances de su ejecución con sus benefactores y organizaciones de la universidad que requieren esta información. Trimestralmente se les solicita a los gerentes de proyectos la rendición de cuentas acerca de los avances obtenidos. Estas informaciones son enviadas en forma digital a cada benefactor para que se mantenga informado sobre los beneficios que se han obtenido gracias a sus aportes cada vez que finaliza un proyecto.

5.1.2 Entrevista a Profundidad

Para completar la revisión documental expuesta en el punto anterior y realizar un mejor abordaje de este primer objetivo de investigación sobre las prácticas llevadas a cabo por la UCAB en cuanto a RS se refiere, la entrevista a profundidad fue empleada para conocer más detalles sobre estas prácticas y también comparar lo encontrado en la revisión documental y lo expuesto por los entrevistados.

Las personas seleccionadas para esta entrevista fueron los voceros o directores de las diferentes direcciones de la UCAB que realizan trabajos relacionados con la comunicación y promoción de la RS. A continuación se presentan los entrevistados seleccionados:

1. *Tamara Slusnys*: Actual directora de Comunicaciones y profesora de producción de contenidos para medios II en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). También se ha desempeñado como presentadora de Topnetradio.net, coordinadora de medios y redes y contenidos multimedia en la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), jefe de redacción en Grupo Editorial Producto, periodista en RCTV. C.A. y empresas Polar.
2. *Mercedes Morales*: Directora de Promoción de la RS en el Parque Social Manuel Aguirre. Se ha desempeñado como docente en la UCAB en el ámbito social y estuvo al frente de proyección a la comunidad hasta el año 2014.
3. *María Fernanda Mujica*: Directora de Comunicaciones de Extensión Social en el Parque Social Manuel Aguirre. También ha sido directora de prensa de la UCAB, siendo periodista como más de 30 años de experiencia.
4. *Joaquín Benítez Maal*: Director de Sustentabilidad Ambiental de la UCAB. Consultor ambiental, docente en impacto ambiental en la UCAB, CAURA, ICADINH.

ENTREVISTAS				
Preguntas	Tamara Slusnys	Mercedes Morales	María F. Mujica	Joaquín Benítez
1. ¿Diga si su dirección realiza acciones socialmente responsables y en qué áreas están enfocadas?	<p>“Primero, debo aclarar que la Dirección de comunicaciones es un área que presta servicio y apoyo a otras áreas de la universidad. Es una entidad transversal a todas, entonces, más que hacer trabajos de responsabilidad social, digamos que presta apoyo en la divulgación de mensajes y contenidos que están involucrados con cada una de las distintas áreas de la universidad. Sin embargo, apoyamos a las demás direcciones o departamentos, por ejemplo, la de Sustentabilidad Ambiental, a emitir sus informaciones y así apoyamos. Aunque no sea de manera directa, indirectamente sí”.</p>	<p>“Para yo poderte decir si mi dirección realiza actividades de responsabilidad social universitaria, que es lo que nos compete, primero debo decir por qué las realiza. Nosotros asumimos que en la universidad católica, la responsabilidad social, está centrada en los impactos que la universidad causa tanto interna como externamente a la institución. En el impacto educativo, cognitivo-epistemológico que tiene que ver con toda el área de investigación y de innovación, impacto propiamente social, que tiene ver con lo que realiza e impacta la universidad en su entorno, el impacto ambiental, que tiene que ver con todo dentro y fuera de la universidad con ambiente y sustentabilidad y el impacto</p>	<p>"En el parque Social de la UCAB, hay muchísimas cosas, está en centro de salud Santa Inés con 18 que presta servicios de salud, también un centro de salud en la Pradera, en la Vega, para que la gente de las comunidades vecinas se beneficien con calidad y a bajo precio. La idea tampoco es que sea gratis. También está la Unidad de Psicología P. Luis Azagra, que hace psicología comunitaria, uno de los pocos sitios de América Latina donde se hace psicología comunitaria. Luego, esta Clínica Jurídica, que atiende jurídicamente, da atención a las comunidades en cualquier área, menos la penal... En lo civil, en muchas facetas, que tiene muchísimos años y la asesoría legal a las comunidades. Luego está el voluntariado, que tiene que ver con todas las escuelas. Eso lo están organizando mejor, porque antes era más fácil con eso</p>	<p>"La Dirección de sustentabilidad Ambiental, tiene iniciativas concretas, con un área que se llama extensión social, específicamente con unos aliados internos de proyección a la comunidad. En sustentabilidad ambiental trabajamos en las comunidades aledañas a la UCAB, básicamente en tres áreas: 1.Diagnóstico ambiental de las comunidades vecinas de la universidad para poder diseñar iniciativas y planes de educación en esta área. 2. Investigación del reciclaje en las comunidades vecinas a la universidad y 3. Trabajos con líderes comunitarios en procesos formativos,</p>

		<p>organizacional, que tiene que ver con todas las buenas operaciones en el ámbito de la responsabilidad organizacional, eso implica todo lo que hace a la administración operativa. Entonces si somos responsables. Yo debo velar y acompañar que todos los impactos en esa 5 áreas sean socialmente responsables en el marco de la ética y en el marco de la misión y visión de la universidad, en el marco de los derechos humanos, debo velar que la universidad sea socialmente responsable y sobretodo, en el marco de nuestras políticas de responsabilidad social de las universidades confiadas a la compañía de Jesús en América Latina.</p>	<p>de la situación país, ya que ha hecho que a veces sea difícil subir a las comunidades, pero el proyecto sigue y hay muchos estudiantes que son voluntarios, pero hay otros que por la ley de servicio comunitario (que también hay una oficina, aquí, en la universidad...). Todo estudiante para poderse graduar debe cumplir con 120 horas de servicio comunitario, entonces lo que ha tratado la universidad es que los estudiantes participen en proyectos que ayuden a las comunidades, no que simplemente hagan 120 horas por hacerlas".</p>	<p>ayudando a que estos líderes entiendan cuales son los problemas ambientales que sufren sus comunidades, que lo visibilicen y que luego diseñen iniciativas para poder trabajar esos problemas ambientales y buscarles solución. Esa son las áreas en que trabajamos en algo que pudiera llamarse Responsabilidad Social".</p>
<p>2. ¿Cree usted que es importante que las universidades, en especial la UCAB, practiquen la Responsabilidad Social? ¿Por qué?</p>	<p>"Sí, claro, yo creo en el caso de la universidad es un compromiso, es contribuir, es devolverle a las comunidades, tal vez las más necesitadas, todo</p>	<p>"Bueno, la respuesta es sí (risas), porque nosotros somos una universidad cuyo sello es ser una universidad católica y no católicos</p>	<p>"Pues claro que sí, porque las universidades forman a la gente en sus diferentes profesiones para que sirvan al país, no solo para que se gradúen y hagan dinero, aunque</p>	<p>"Sí, nosotros entendemos al menos en nuestra óptica que sí. Además la universidad reúne un grupo importante</p>

	<p>el conocimiento que nosotros tenemos como universidad, apoyarlas en sus procesos, es de alguna manera contribuir a mejorar las condiciones de las comunidades. Entonces, sí creo que es importante que las universidades, y en especial la UCAB, que además creo que lo hace muy bien a través del parque social, a través del financiamiento con becas de trabajos sociales, creo la universidad si lo cumple perfectamente y por supuesto creo que es muy importante que instituciones como las universidades estén en esa onda.</p>	<p>cualesquiera, sino de la compañía de Jesús... porque la formación del estudiantes está en un espíritu cristiano y esto implica para nosotros el valor que tienen los DDHH desde todos los ámbitos. La responsabilidad que nosotros llamamos compromiso social, va más allá y es un tema de estatutos”.</p>	<p>la idea es que mejoren su forma de vida... Pero toda carrera tiene una responsabilidad social: el ingeniero que haga bien las casas y no robe el dinero a la gente, que también busque formas de construcción y se unan a los de arquitectura de otras universidades, para que tengan más innovación, que las casas sean más accesibles para la gente que no tiene. Todas las carreras, comunicación social, es una carrera de responsabilidad social porque tienes que ser responsable de lo que dices, haces. Entonces las universidades si tienen responsabilidad social, públicas, privadas, todas”.</p>	<p>de conocimientos, experiencias, iniciativas y capacidades que pudieran ayudar mucho a nuestros vecinos, no solo un tema de vecindad, si no de Responsabilidad Social. El hecho de que nuestros vecinos, los actores que están vinculados a la universidad, por proximidad, cercanía o necesidad, de alguna manera es importante que la universidad trabaje con ellos, cree valores afuera y que esta responsabilidad social sea un aporte importante al desarrollo.</p>
--	--	--	--	---

<p>3. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social?</p>	<p>“Responsabilidad Social para mí es un conjunto de actividades que permiten a las empresas contribuir con su entorno, mejorar su entorno, aplicar recursos, distribuir recursos para mejorar las comunidades, tal vez donde están enfocadas, aunque esto no necesariamente es así”.</p>	<p>“Bueno, creo que lo que yo pienso coincide con las definiciones, nosotros en la universidad tenemos que velar por todos los impactos en el marco de nuestras acciones de las cuales somos responsables. Esto quiere decir, que cualquier organización que tenga poder tiene responsabilidad para ejercerlo y mientras mayor es el poder, mayor la responsabilidad. Esta universidad tiene un poder de enseñar, investigar, de accionar, por tanto, es responsable sobre lo que debe hacer”.</p>	<p>“Bueno, mira, yo creo que Responsabilidad social es ser responsable primeramente. Todos debemos ser responsables de lo que hacemos y cuando digo social, es que debemos ser responsables ante los demás. Cuando vives en un país donde hay tanta miseria, no se puede ser irresponsable porque creas más miseria. Entonces no es ser responsable llevando una canastilla, sino crear organizacionalmente la forma de servir a los demás”.</p>	<p>“Aquí ya empiezo a tener algunas dificultades (risas). Por responsabilidad social entiendo el poder para utilizar las capacidades tanto de las personales como de la universidad en procura de construir una mejor ciudad, un mejor país y digamos, no tiene ningún sentido tener capacidades y no usarlas para eso. Por supuesto, esto es orgánico, estructurado, hay unos principios, métodos, formas de validarlo y sé que la UCAB tiene iniciativas concretas en Responsabilidad social”.</p>
<p>4. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Universitaria?</p>	<p>“Me atrevo a decir que la Responsabilidad Social de las universidades es en el ámbito académico y en el ámbito comunitario. Es contribuir con la mejora de la sociedad. En el campo académico, con la formación de profesionales de excelencia y en ámbito</p>	<p>“En la universidad tenemos que velar por todos los impactos en el marco de nuestras acciones de las cuales somos responsables. Esto quiere decir que cualquier organización que tenga poder tiene responsabilidad para ejercerlo y mientras mayor es el poder, mayor la responsabilidad. Esta universidad</p>	<p>“Bueno, primero que sus egresados, o primero que sus estudiantes sean voluntarios y conozcan el país donde viven, que no vivan en una burbuja y que solo quieran graduarse para irse a ser dinero, tienen todo el derecho a irse pero la Responsabilidad Social es eso, pues que los egresados puedan formarse para servir a la sociedad</p>	<p>“...”.</p>

	comunitario, mejorando las condiciones de los más necesitados”.	tiene un poder de enseñar, de investigar, de accionar, por tanto, es responsable sobre lo que debe hacer”.	en que viven sea cual sea”.	
5. ¿Cuál es razón de ser de la dirección que tiene a su cargo?	<p>“La razón de ser es precisamente apoyar las comunicaciones y los procesos de distintas áreas que necesitan divulgar su contenido, que necesitan divulgar lo que hacen. Ellos recurren a la Dirección de Comunicaciones para que nosotros, a través de nuestros medios oficiales y de medios externos, porque acá se hacen comunicaciones internas y externas, divulguemos sus logros, sus actividades, eventos, contenidos que a ellos les interese destacar”.</p>	<p>“Es lograr consolidar, viabilizar y acompañar a los distintos entes de la universidad, que deben gestionar y desarrollar la responsabilidad social”.</p>	<p>“La dirección de Comunicación de Extensión Social, que va a unirse a la dirección general de comunicaciones de la universidad, busca mostrar esa faceta que tiene la universidad católica para las comunidades. Su responsabilidad social en el país, bueno, en su entorno. Lo hace con cuidado Guayana y sus alrededores y lo hace aquí en Caracas y UCAB los Teques también”.</p>	<p>“Contribuir a desarrollar una universidad sustentable, ese es el objetivo. Fomentar la sustentabilidad en todos los ámbitos del quehacer universitario que son docencia por supuesto, investigación, la gestión interna de nuestros procesos desde el punto de vista sustentable, que no generen problemas ambientales y la extensión, que digamos son las cuatro aristas que tiene el funcionamiento universitario. Entonces, es contribuir a lograr una universidad con trayectoria sustentable en esas 4 áreas. Lo que compete a Responsabilidad Social universitaria es intrínseco a nuestra dirección”.</p>

<p>6. ¿Su dirección emite informaciones (revista, boletín, blog, redes sociales, etc.) sobre las labores que realiza? Si es así, diga el nombre de la publicación, frecuencia con que publican, en qué consiste, que tipo de información difunde, hacia quién va dirigida y con qué fin.</p>	<p>“Sí, tenemos una página web que se llama elucabista.com, tenemos redes sociales @lacatólica, en twitter, en Instagram, Universidad Católica Andrés Bello en facebook. Estamos también en linkedin, google map y en youtube. Tenemos una revista impresa, El Ucabista Magazin, que hasta el año pasado salieron 4 ejemplares por año, pero este año, por los problemas del país, que afectó el personal que hace las revistas, no ha salido. Aunque esta revista no es tanto para estudiantes, más bien, es una carta de presentación para empresas, cuando salimos fuera de la universidad la llevamos para que nos conozcan, realmente tiene otra finalidad, aunque si abarca temas universitarios que involucra a todos sus públicos. La versión en línea si es para los estudiantes, es más</p>	<p>“No, nosotros no tenemos una revista, porque aquí nuestras informaciones son unificadas y salen por elucabista.com. Nosotros en este momento estamos creando un blog y un portafolio básico específico de extensión social. En el marco de la extensión social va aparecer un área básica de responsabilidad social universitaria, donde trabajaremos temas vinculados con los impactos que estamos desarrollando tanto a lo interno como a lo externo, pero estamos trabajando en eso ahora”.</p> <p>“En elucabista.com tenemos una sección – compromiso con el país- aparecen cosas vinculadas al ámbito educativo y los impactos hacia el exterior, todos los programas. Eso es semanalmente”.</p>	<p>“Sí, tenemos un blog que se llama Parque Social UCAB, en el que se han descrito las actividades que aquí se hacen, sobre todo la parte humana de la gente que trabaja allí, tanto del centro de salud Santa Inés, como de todas las dependencias que mencioné anteriormente, que están en ese Parque Social UCAB. El blog va dirigido a todo público o a la gente que está adentro, porque bueno, uno parte de lo personal de uno como comunicador: hay que conocerse, porque si tú conoces a la gente, tú la respetas, la valoras, pero si desconoces lo que hace, entonces ¿quién es? Entonces también se proyectan los logros, hacia afuera, hacia los medios, los pocos que hay: twitter, por blog. Este se actualiza semanalmente, pero yo estoy sola ahora, y como tengo que actualizar el blog y hacer programa de radio, entonces estoy actualizando el blog cada 15 días más o menos. A veces publicamos en el Ucabista.com, hay mucha información de lo que se hace en parque social,</p>	<p>“Sí, tenemos un boletín que difunde las labores que realizamos, se llama UCAB Sustentable y va dirigido a la comunidad universitaria. Sale unas 4 veces al año, vía correo electrónico. Un correo que emito yo y eso es digamos el deber ser. El trimestre pasado no pudimos emitir ningún boletín, es trimestral. También tenemos redes sociales, facebook y twitter @ucabsustentable para decir lo que estamos haciendo.</p> <p>Nuestro twitter, se dedica básicamente a las efemérides ambientales. Ubicamos cada dos o tres meses cuales son las efemérides ambientales de los próximos tres meses y programamos una serie de tweets con relación a esas efemérides ambientales que salen programados bajo un calendario. Luego hay una serie de mensajes institucionales que salen con las</p>
--	--	--	--	---

	<p>permisiva, y permite tratar mas diversidad de temas y conviene llamarla versión porque no necesariamente tiene los mismos temas de la impreña. Puede que para noviembre se vuelva a publicar y de ser así, este año habremos sacado una sola y cada mes hacemos un boletín electrónico que recopila las notas más importantes o mas leídas durante el mes en el "Ucabista.com" que se actualiza semanalmente".</p>		<p>entrevistas, pero no con una periodicidad, eso ya es política de la Dirección de Comunicaciones. En la universidad hay una dirección general de comunicaciones, ellos si están equipados con personal para su página web... Luego va a haber "un algo" en la página web donde estén todas las informaciones del Parque Social. Los demás departamentos del parque trabajan en conjunto y aportan informaciones para el blog, si, (pausa)..."</p> <p>"También un programa de Radio que se transmite por radiocomunidad.com, dirigida por un periodista egresado de aquí (la universidad), donde hay muchas ONG que tienen su programa y la universidad tiene un programa que se llama Modo UCAB y sale todos los sábados a las 7 de la noche".</p>	<p>campañas internas que se han hecho con el tema ambiental, donde le hacemos una difusión. También tenemos las noticias generales del tema de ambiente que sean importantes destacar, como por ejemplo, el cambio climático y por último, los eventos que organizamos nosotros como también aquellos en los que participamos. Todo eso es la cuenta de twitter".</p> <p>"...Nosotros somos regulares (publicando informaciones), en la medida en que contamos con el recurso humano para poder desarrollar un el boletín. Aquí ofrecemos desde el inicio dos becas trabajo a estudiantes de comunicación social para que nos ayuden con el twitter y boletín, nosotros con la parte editorial y el estudiante con los contenidos (foto, entrevistas, etc.), una cosa muy sencilla, pero cuando no</p>
--	---	--	---	--

				contamos con este recurso humano, el boletín no sale”.
<p>7. En caso de que la respuesta anterior sea No, ¿Por qué su dirección no publica informaciones sobre la labor que realiza?</p>		<p>“Siempre fuimos muy callados, por ese tema del Espíritu Cristiano que no ve bien proclamar lo que uno hace, eso no es correcto. Luego problema de tipo político, no podíamos decir lo que hacíamos porque si no, no nos dejaban, nos boicoteaban las acciones, o sea, había que estar callados porque políticamente no convenía. Hoy en día hay muchas acciones que de alguna manera no se pueden comentar porque políticamente no es bueno porque podemos perjudicar a gente que trabaja con nosotros. Hacemos esto desde el año 86. Es un dilema de qué decimos y que no decimos, entonces a veces es mejor estar callados. Tanto así que teníamos un observatorio de buenas prácticas de responsabilidad social y tuvimos que cerrarlo, porque cualquier práctica</p>		

		<p>que dijéramos públicamente podían cerrar una empresa por culpa nuestra. Nosotros no buscábamos sancionar empresas sino mejorar sus prácticas. Es así como desde la perspectiva política muchas cosas no permitieron que avanzáramos en la publicidad.</p>		
<p>8. ¿Considera usted que la comunicación de las funciones que realiza su dirección es necesaria?</p>	<p>“Sí, claro, porque nosotros divulgamos la información oficial que emite la universidad a través de comunicados, reglamentos. Por ejemplo, ahora se hicieron modificaciones al reglamento del comportamiento de los estudiantes y si no existiera esta comunicación, pues sería difícil su divulgación. Como existe nosotros tomamos esos contenidos y los difundimos utilizando todos los órganos de los que disponemos para tales fines, es decir, página web, y no te hablé de una tecnología que se llama Bicoms, son unos dispositivos</p>	<p>“Es total y absolutamente necesario, indispensable, porque lo que no se informa no existe. Algo existe cuando tú puedes encontrarlo en la web, en donde sea, si no, no existe. Ahora, el tema en este momento es, ¿nos interesa que exista? Si queremos sobrevivir institucionalmente, no todo lo que hacemos se puede decir y hay que saberlo decir”.</p>	<p>“Si y debería crecer, pero como se va aliar con la dirección general de comunicaciones de la UCAB, pues yo creo que va a tener un buen camino. Pero hay que tener gente sensible que crea en lo que está haciendo, que conozca bien lo que ha hecho, el crecimiento de la universidad, de la parte social, del centro de salud Santa Inés, de la unidad de psicología, del voluntariado... Fe y Alegría nació en esta universidad con los voluntarios del año 53, 54”.</p>	<p>“Claro, pero mira el nombre del boletín es –Excelencia Sustentable”.</p>

	<p>muy pequeños que funcionan con tecnología <i>Bluetooth</i> en los celulares, funcionan con <i>Android</i> y están ubicados en 8 zonas muy transitables de la universidad: Feria, módulo 3, postgrado, ingeniería, centro cultural. Lo importante es que los estudiantes, nuestro público principal reciben mensajes. Ejemplo, si están en el centro cultural reciben mensajes con obras, eventos y son mensajes relevantes para el estudiante y utilizamos esta tecnología para hacerle llegar estos contenidos que son de su interés”.</p>			
<p>9. Estudiantes han afirmado desconocer la Responsabilidad Social que realiza la UCAB, ¿A qué cree usted que se debe este desconocimiento?</p>	<p>“Los estudiantes tienen desconocimientos en varios temas. A mí me llama la atención que por ejemplo, la semana pasada, el rector habló a la comunidad Ucabista, el mensaje inaugural de semestre, sobre la situación país y la postura de la universidad frente a</p>	<p>“Bueno, que no lo publicitamos, así de simple, no lo decimos. Mira, actualmente, cada escuela tiene grupos de voluntariado, cada escuela tiene estas materias, todos los estudiantes pasan por ley de servicio comunitario, pero el tema es que solo existe para un grupo, cuando te</p>	<p>“Ahorita que hay facebook, twitter, existe un grupo de estudiantes que no sabe nada de la universidad, pero yo creo que quizás un público que esté de representantes estudiantiles, de cada escuela, más dinámicos, más activos, más comprometidos, quizá saben un poco más, pero siempre hay eso,</p>	<p>“Bueno, mira, sé por experiencia propia que los mensajes se emiten por las redes sociales de la universidad. Si hablamos de pregrado, el estudiante de pregrado para poder llegarle con un mensaje debe ser una cosa muy contundente y contar con el</p>

	<p>esto. Lo publicamos en la página, redes, <i>Bicoms</i>, nos faltó el boca a boca, pero eso es más complicado. Además hicimos una cobertura en el momento, un post y los estudiantes no estaban enterados. Entonces, creo que si desconocen algunos temas pudiera ser por falta de interés, porque no leen nuestros medos internos. No tengo pruebas para afirmar esto, pero es la percepción que tengo porque no entiendo por qué si hubo una actividad de promoción, divulgación y postevento, cómo ellos no estaban enterados, entonces, creo que puede ser falta de interés y que no leen nuestros medios y eso afecta indudablemente.</p>	<p>toca o aquí el voluntariado no sobre pasa el 3% de la población total de la universidad, sin embargo 900 personas pueden hacer muchas cosas...</p> <p>“...Pero no es nada, si nosotros fuéramos más inteligentes a nivel informativo, de algún modo no decir todo, pero saber que decir, cómo decirlo, debería ser muy interesante”.</p>	<p>que le puedes poner a la gente un periódico en frente y no lo lee”.</p>	<p>apoyo de muchas otras redes, difusoras y asociados a la universidad. O sea, son muchos los medios de comunicación... Si tú quieres llegarles a los estudiantes debes usar múltiples estrategias. Por ejemplo, el Ucabista es un medio, pero no todo mundo lo visita, es lo que yo percibo... ¡Es tan difícil colar un mensaje que llegue al público estudiantil! Es como que tiene unas cosas impresionantes y tu mensaje es apenas un puntico. Yo me he encontrado con gente que por ejemplo no sabe que nosotros reciclamos plástico en la universidad y me parece insólito, porque en la universidad tenemos contenedores amarillos con letreros y hay gente que nunca ha visto un contenedor amarillo de esos. Entonces para que un mensaje llegue tiene que ser muy grande, importante. Es que</p>
--	---	---	---	--

				<p>cada mensaje compite con muchísimos otros mensajes. Me costó mucho aceptar que mucha gente no ve los contenedores amarillos de reciclaje y eso que son de mi dirección. Creo que eso es importante porque hay una avalancha de información terrible".</p>
<p>10. ¿Qué cree usted que debería hacer su dirección y la UCAB para mejorar el conocimiento de la Responsabilidad Social?</p>	<p>"Efectivamente, hay que diseñar campañas que trasciendan los medios tradicionales, incluso ya tomamos como tradicionales a las redes sociales. Creo que habría que hacer campañas más personalizadas, ir al campus y montar una obra de teatro, ir con un personaje de atuendo específico... Porque evidentemente, necesitamos llegarles de manera directa a la población que queremos atacar, que queremos llegar, pero pareciera que estos medios, que son los naturales no llegan. Porque</p>	<p>"Creo que nos tocaría trabajar de la mano con la gente de comunicaciones que es lo que queremos hacer ahorita con esto para saber que decir, cuando decirlo y cómo decirlo, porque si no estamos perdidos porque lo que no se informa no existe. Nosotros somos un modelo de gestión en América Latina, tenemos lo que nadie tiene en esta región, el porcentaje más alto de estudiantes becados, 30% de estudiantes becados en esta universidad...".</p>	<p>"Bueno, seguir informando, pasarlo por twitter, en el blog, tenerla en IG, en el mismo Ucabista.com, pero que exista esa medición, eso es tan difícil, no sé si pasa en otras partes, hay gente que no le interesa, es triste, pero es así.</p> <p>Se necesita una reestructuración de la Responsabilidad social.</p>	<p>"Bueno, darle lugar preferente en la difusión, hacer eventos, creo que es una de las cosas que funcionan, cuando haces eventos y congregas a la gente, eso ayuda a que de alguna manera el mensaje llegue, o sea, es como la música, si está por radio es chévere, pero en un concierto donde la gente va, hay un refuerzo en el mensaje, que de alguna manera irrumpe la realidad de las personas. En ese contraste se logra que un mensaje sea contundente. Promocionar eventos, hacerlos y que tengan que ver o promuevan el mensaje de la</p>

	<p>si yo fuera alumna, estaría pendiente a lo que publican los medios de mi universidad, pero evidentemente, no sé si por falta de tiempo, acceso o interés, no se la causa, eso no está funcionando como debe. Entiendo que como universidad, debemos proponer alguna campaña que ataque directamente el problema cara a cara".</p>			<p>Responsabilidad Social Universitaria, puede ser una vía para mejorar el mensaje".</p>
--	---	--	--	---

5.1.3 Análisis a entrevista

Sobre si las diferentes direcciones de comunicación y RS de la UCAB realizan acciones de RS y en qué áreas están enfocadas, todos los entrevistados asumieron que sí. Tal es el caso de Mercedes Morales, de la dirección de Promoción de la RS en el parque Social Manuel Aguirre, quien cuenta que están centrados en los "impactos" que la universidad causa tanto interna como externamente a su entorno. De esos impactos destaca el educativo-cognitivos-epistemológico, el impacto social, el ambiental y el organizacional. En tanto, María Fernanda Mujica de la Dirección de Comunicación y Extensión social, hace mención de los diversos cuerpos mediante el cual, el parque social, lleva a cabo la RS : Centro de Salud Santa Inés, la unidad de psicología, la Clínica Jurídica, el Voluntariado y el Centro de Salud la Pradera, en la Vega. En tanto, el Director de Sustentabilidad Ambiental de la UCAB, aseguró que las iniciativas de RS, las trabaja en conjunto con la Dirección de Proyección y Relaciones comunitarias con la señora Adle Rondón, de proyección y relaciones comunitarias (quien nunca respondió a esta entrevista) en áreas aledañas a la universidad en tres áreas: Diagnóstico ambiental en

áreas vecinas, investigación del reciclaje y trabajos con líderes comunitarios en formación. En cuanto a la Directora de Comunicaciones de la UCAB, Tamara Slusnys, entiende que más que hacer trabajos de RS, prestan apoyo en la divulgación de los mensajes de cada una de las áreas de la universidad, que aunque no sea directamente, indirectamente si hacen RS.

En cuanto a si entienden que es importante que las universidades practiquen la RS, todos los entrevistados opinaron que sí. Slusnys y Morales aseguraron que es importante porque se trata de un compromiso. Slusnys, también agregó que es contribución y devolverles a las comunidades todo el conocimiento que tienen como universidad, de igual modo resaltó que la UCAB lo hace muy bien a través del parque social. En tanto, Benítez, hizo un señalamiento importante, cuando se refería a los actores vinculados a la sociedad (*stakeholders*) y la importancia de que la universidad trabaje con ellos para crear valores que aporten al desarrollo.

Sobre los conceptos acerca de la RS que exponen los entrevistados, no distan mucho entre uno y otro, asocian en el término con el conjunto de actividades que le permitan a las empresas “contribuir con el entorno”, como fue el caso de Slusnys, mientras Morales y Benítez ofrecieron una definición más centrada en cuanto a RSU se refiere, cuando hablan de los “impactos que causan” como también las “capacidades de las personas y las universidades” para construir una mejor ciudad. Sin embargo, al preguntarles sobre el concepto de la RSU como tal, Benítez no tuvo respuesta a la interrogante. Morales, volvió a referirse a los “impactos” y también agregó que este concepto se refiere al poder que tiene la universidad de enseñar, investigar y accionar. Muy parecido al concepto de Slusnys, quien lo asocia con la contribución al mejoramiento de la sociedad en un ámbito académico y comunitario. En cambio, una respuesta diferente es la de Mujica, quien solo relaciona la RSU los “egresados” de la universidad, cuando dice que estos deben formarse para servir a la sociedad en que viven, sea cual sea.

Con respecto a la razón de ser de las diferentes direcciones entrevistadas, la de promoción de responsabilidad social es “*acompañar a los distintos entes de la universidad, que deben gestionar y desarrollar la RS*”, sin embargo, aquí no hizo

referencia de la parte comunicativa o de promoción como indica el nombre de la dirección. En tanto, la dirección de extensión social tiene como razón de ser “mostrar la faceta de RS que tiene la universidad con las comunidades”, la de sustentabilidad ambiental, tal como dice sus nombre busca “*contribuir a desarrollar una universidad sustentable porque lo que compete a RSU, es intrínseco a esta dirección*”. Mientras la dirección de comunicaciones, como había dicho anteriormente en respuesta a las labores de RS que realiza, vuelve a repetir que su razón de ser es “*apoyar las comunicaciones de las distintas áreas de la universidad, mediante la divulgación interna como externa*”.

Por otro lado, en cuanto a los medios o canales que utilizan las direcciones para difundir informaciones se encuentran la página web, *elucabista.com*, redes sociales *twitter*, *Instagram* y *facebook*, *linkedin*, *google maps*, *youtube*, comunicados, reglamentos y dispositivos Bicoms, todos estos por parte de la dirección de comunicaciones de la UCAB. Esta dirección solía publicar una revista impresa, el *Ucabista Magazin*, pero pudo hacerlo hasta el año 2016 por falta de recursos. En cuanto a las direcciones del parque social, la de promoción de responsabilidad social dijo que emiten informaciones a través del *elucabista.com* en la sección titulada “compromiso social” y que están trabajando en un blog tipo portafolio de extensión social, sin embargo nunca hizo mención del blog Parque Social UCAB que publica su hermana dirección comunicaciones de extensión social, ya que se supone deberían trabajar en conjunto. En tanto, la dirección de sustentabilidad emite un boletín vía correo electrónico denominado “Excelencia sustentable”. De igual modo cuentan con las redes *facebook* y *twitter* @ucabsustentable.

Uno de los puntos más importantes de toda la entrevista gira en torno a la opinión de Mercedes Morales, directora de promoción de RS, quien ofreció una amplia explicación de por qué su dirección no tiene algún medio o canal propio de publicaciones sobre la labor que realiza. Entre las tantas razones se destacan la del “Espíritu Cristiano” (ya que la UCAB es universidad católica), que no ve bien proclamar lo que se hace y también el “problema político” que no le permite decir lo que la universidad hace porque si no los boicotean, según Morales. Apunta que “es un dilema entre qué decimos y que no decimos y a veces es mejor estar callados. *“Teníamos que estar callados porque*

políticamente no convenía". Sin embargo, entiende claramente que es necesaria la comunicación de las funciones que realiza su dirección "*porque lo que no se informa, no existe*" pero vuelve a contraponer esta afirmación cuando se pregunta "*¿nos interesa que exista?, Si queremos sobrevivir institucionalmente, no todo lo que hacemos se puede decir y hay que saberlo decir*".

En cuanto a las posibles razones del desconocimiento que estudiantes afirman tener sobre la RS llevada a cabo por la UCAB, los entrevistados explicaron que los estudiantes tienen desconocimientos en varios temas por la falta de interés en los medios que la UCAB difunde información, aseguraron Slusnys, Mujica y Benítez. Este último también explica que "*hay una avalancha de información muy fuerte*". Mientras, Morales, guarda coherencia con su exposición anterior, de por qué no hacen publicaciones y afirma que este desconocimiento se debe simplemente a que "*no lo publicamos*" (refiriéndose a la RS).

Ya para finalizar, la recomendación de estos directores para mejorar el conocimiento de la RS de la UCAB, se enfocan en el diseño de campañas que trasciendan los medios tradicionales, más personalizadas, algo más llamativo, llegarle de manera directa al público que quieren atacar, cara a cara, es lo que propone Slusnys de la dirección de comunicaciones. En tanto, Morales, hace buena sugerencia cuando propone trabajar de la mano con la gente de comunicaciones. De su lado, Mujica, ofrece seguir informando por todos los medios y canales posibles y reestructurar la RS, en tanto, Benítez, habla de darle lugar preferente a la divulgación de este tema, además de hacer eventos.

5.2 Medios de Comunicación de la UCAB

En este capítulo se presentaran los principales canales de comunicación que utiliza la UCAB para difundir sus informaciones. En el caso específico de esta investigación se presta especial atención a las informaciones relacionadas con RSU en cuanto al contenido y a la frecuencia. Además, se analiza la estructura web de tales medios y la presencia en las redes sociales.

5.2.1 Análisis de la Estructura Web de Medios Digitales

5.2.2 Estructura Página Web de la UCAB

Medio: https://www.ucab.edu.ve/	
DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
<p>Se tomó bajo consideración la página web de la universidad, ya que se supone debe ser el medio principal para representar a la UCAB como marca.</p> <p>1. Este <i>website</i> corporativo tiene varios objetivos, siendo el de principal interés para este estudio, el de comunicar a sus públicos internos como externos sobre las funcionalidades de la universidad.</p> <p>2. En cuanto a contenido y diseño se refiere, este website maneja mayormente contenido textual con pocas imágenes. En la portada de la página web se van desplegando una a una las novedades de la universidad y eventos próximos relativos a la propia institución, como también informaciones de interés para público Ucabista. Estas noticias tienen de fondo imágenes de acuerdo al tipo de información que se va desplegado. En la parte superior derecha tiene varias opciones como son: Aspirantes, egresados, padres, estudiantes y personal. El menú principal está compuesto por: A) <i>Información institucional</i>: acerca de la universidad, secretaría, unidades de apoyo, dirección de egresados, recursos humanos, servicios a empresas, fundación Andrés Bello, UCAB 20-20 y publicaciones. B) <i>Estudios</i>: descubre la UCAB,</p>	<p>Cabe destacar que esta página web tuvo una modificación en su diseño en el primer trimestre del año 2017. Tras el mismo, muchos errores de usabilidad aun siguen estando presente tras esta reestructuración. Dentro de los más destacados en el aspecto comunicacional y de la RSU están:</p> <p>A) En el menú principal ni en ningún otro lugar de la página aparece la opción de “Contacto”.</p> <p>B) En ningún lugar de la página están visibles sus redes sociales. Los únicos enlaces disponibles son el centro de Salud Santa Inés (en vez de colocar el enlace del Parque Social Manuel Aguirre), la Compañía de Jesús y AUSJAL.</p> <p>C) No aparecen en el menú ni submenús alguna sección para la RSU.</p> <p>D) No hay disponible alguna opción que permita regresar a la página principal o de inicio al menos que se hagan tantos clics como sea necesario.</p> <p>E) Tiene pocas imágenes y ningún video, solo texto.</p> <p>F) Las opciones del menú no se despliegan de manera lógica u ordena.</p> <p>G) No guarda un registro de sus informaciones, por tanto, resulta imposible una evaluación de la frecuencia con que emiten informaciones.</p>

<p>pregrado, postgrado, CIAP, UCAB virtual, secretaría en línea, módulo 7, apoyo al estudiante y <i>Web mail</i>. C) <i>Investigación</i>: secretariado de investigación, centros e institutos e de investigación, recursos para investigadores, publicaciones y biblioteca. D) <i>Cultura y vida universitaria</i>: Dirección de cultura, dirección de deporte, vida UCAB, centro cultural, dirección de identidad y misión, servicio comunitario, voluntariado, parroquia universitaria y E) <i>Sedes</i>: Campus Guayana y campus los Teques.</p> <p>En toda la parte inferior se despliegan otras opciones tales como secretaría en línea, centro de salud Santa Inés, Fundación Andrés Bello, Donaciones, publicaciones, oferta de empleo, servicio a empresas, compañía de Jesús y AUSJAL.</p>	<p>Tras conocer algunos de los errores que presenta el website de la UCAB se puede decir que la usabilidad de la página no proporciona satisfacción al usuario. Primero, porque las informaciones no se despliegan de manera lógica y/o jerárquica y, tampoco se hace fácil volver a la página principal o los menús anteriores. De igual modo, el diseño de la página no se ajusta muy bien a la pantalla de los dispositivos electrónicos que se usen para ingresar a la misma.</p> <p>En cuanto al tema de RSU se refiere, la página web no hace mención de la misma en ningún lugar. Solo si se escribe en el buscador aparecerá algo de información sobre el tema en la versión antigua del website, sin embargo, estas informaciones tampoco siguen un orden lógico, más bien, están bastante desordenadas. Los datos que aparecen sobre RSU son muy pocos y comprender a través de cuales órganos se desarrolla la RS se hace complicado. Luego de mucho rebuscar y leer se podría entender que estas informaciones sobre la RS de la UCAB se desprenden de la Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias, en vez de tener como órgano principal el Parque Social Manuel Aguirre. También, las secciones más relacionadas con la RSU son la de "Voluntariado", que al hacer clic sobre dicha opción, ni siquiera describe de que se trata, ya que solo ofrece información sobre la Dirección de Cooperación Económica Estudiantil y Servicio Comunitario, que tampoco muestra información acerca del mismo.</p>
--	---

Cuadro No.4 Análisis de la Estructura web página UCAB

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

5.2.3 Estructura Revista Digital

Medio: elucabista.com	
DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
<p>Esta revista digital es el sitio oficial de información de la UCAB, según su descripción. Se actualiza semanalmente y va dirigido principalmente a los estudiantes de la universidad.</p> <p>1. Su objetivo principal es mantener actualizada a la comunidad de estudiantes Ucabistas con informaciones relacionadas a la universidad y que sean de interés para estudiantado.</p> <p>2. Su contenido y diseño se componen mayormente por fotografías de gran tamaño y texto. Los videos disponibles son los mismos que aparecen en el canal de <i>youtube</i> UCABve, sobre entrevistas. Su menú principal está compuesto por las secciones: <i>A) Es Actual:</i> con informaciones muy variadas sobre la universidad y todos sus intereses. <i>B) Compromiso con el País:</i> es la sección mas vinculada al tema de la RSU y lo relacionado con el Parque Social Manuel Aguirre, <i>C) Cultura para Amar:</i> trata principalmente de la cultura y la <i>lectura</i>, <i>D) Vida Universitaria:</i> aborda temas de la vida estudiantil dentro del campus de la UCAB, <i>E) Entrevistas:</i> aporta datos de personas destacadas en diferentes ámbitos <i>F) Publicaciones:</i> contiene libros de escritores venezolanos <i>G) Opinión:</i> abarca temas sociales venezolanos.</p> <p>Las informaciones que aparecen en la portada despliegan varias opciones tales como “Me gusta”, “fecha de publicación”, “sección a la que pertenece” y “compartir”. Debajo de todas las noticias destacadas aparece una sección del “Ucabista Magazin”, la versión impresa que este año no se ha podido publicar por falta de recursos.</p> <p>En la parte inferior de la revista aparece un anuncio que invita a activar el módulo <i>Blucab</i>, para descubrir una nueva manera de conectarse. Seguido de este anuncio aparecen los tweets que emite elucabista.com y la sección “lo más reciente”, que tal y como dice su nombre permite ver las noticias más frescas.</p>	<p>En una consideración general, elucabista.com ofrece buena calidad en cuanto a contenido y diseño ya que contiene colores agradables a la vista, dando así la sensación de una revista joven y dinámica. Además contiene más fotos que texto, permitiendo que la lectura se haga más simple. Por otro lado tiene un ícono que permite regresar a la página de inicio y, también es fácil pasar de una sección a otra por el orden lógico en que está organizado el contenido. Por otro lado guarda un registro de sus publicaciones, lo que permite ver cuántas visualizaciones ha tenido cada noticia, sin embargo, algunas cosas se deben corregir:</p> <p>A) La velocidad de la página es muy lenta, quizá debido a cantidad de imágenes y videos que contiene.</p> <p>B) En las principales secciones “Cultura para Amar”, “Es Actual”, “Vida Universitaria” y “Compromiso con el País” se repiten las mismas informaciones, cuando se supone que ésta última debe estar dedicada especialmente a la RSU de la UCAB”.</p> <p>C) En los enlaces que están en la parte inferior de la página aparece “equipo”, al hacer clic sobre este, solo muestra el contacto telefónico y correo electrónico de la directora de comunicaciones Tamara Slusnys y el coordinador de información Efraín Castillo. De igual modo, también incluye una sección llamada “Temas” que no se corresponde con este enlace. Ante esto se debería agregar una sección de “Contacto” y colocar el enlace del <i>twitter</i> y el canal de <i>youtube</i> debido a que la revista contiene bastantes videos de su canal. Otro de los enlaces podría ser el del blog del Parque Social Manuel Aguirre para dar a conocer más la labor de RSU que lleva a cabo la UCAB a través de este órgano.</p> <p>D) En la sección “Compromiso con el País” se debería hacer mayor mención del término de la RSU para que quienes lo lean se vayan asociando con el mismo, y también publicar todas las informaciones concernientes al Parque Social Manuel Aguirre.</p>

<p>Otra sección es “Diálogos desde la colmena”, que muestran las entrevistas del canal de <i>youtube</i> de la UCAB. A estas secciones le siguen una “fotogalería”, una “fotoleyenda” y “lo más visto del <i>ucabista.com</i>”.</p> <p>En la parte inferior de la página se muestran tres enlaces: UASJAL, Compañía de Jesús y el equipo, que proporciona los contactos de los coordinadores de la revista digital y por último, una sección de “Temas” que contiene videos de entrevistas.</p>	<p>En cuanto a las informaciones publicadas desde octubre 2016 hasta julio 2017, que es el tiempo de evaluación que corresponde a este estudio se encontraron un total de 145 publicaciones, siendo los meses más activos abril con 31 noticias, seguido de junio con 24, mayo con 23 y marzo con 19, esto debido a las protestas en contra del gobierno venezolano realizadas en esos meses. El mes con menor información fue febrero ya que solo se hizo 1 publicación.</p> <p>Se puede considerar que el mayor porcentaje de las publicaciones de <i>elucabista.com</i> se relacionan con la responsabilidad social de las funciones tradicionales de docencia, investigación, extensión-vinculación y gestión, ya que el registro de la revista digital tiene 64 publicaciones con estas características. El resto de las publicaciones también se corresponden con las demás indicadores de la RS que hemos tomado en consideración: 12 noticias abordan del trato hacia los demás, 11 el comportamiento ético, 9 sobre la relación de la universidad con el público, 8 de ayudas a la comunidad, 7 del Parque Social Manuel Aguirre (en su mayoría sobre el Centro de Salud Santa Inés), 7 de entrega de información, 4 sobre cuidado al medio ambiente y 2 acerca de las condiciones laborales de la universidad, todas con 0 Me gusta, lo que muestra nula o poca interacción al menos en la revista.</p>
---	---

Cuadro No. 5 Estructura Web revista digital *elucabista.com*

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

5.2.4 Estructura Blog Parque Social UCAB

Medio: http://parquesocialucab.blogspot.com/	
DESCRIPCION	ANÁLISIS
<p>Según la directora de extensión social de la UCAB, María Fernanda Mujica:</p> <p>1. El objetivo de este blog es describir las actividades que se hacen el parque social, sobre todo la parte humana.</p> <p>2. en cuanto a contenido y diseño, en la portada del blog, lo primero en sorprender es el isotipo de la Dirección de Extensión Social, que es el órgano encargado de esta página. El menú principal cuanta con las secciones <i>A) Home</i>: que permite regresar a la página de inicio <i>B) Historia</i>: muy breve del Manuel Aguirre, <i>C) Cuerpos del Parque</i>: muestra una breve descripción de los cuerpos que conforman el parque tales como el CSSI, clínica jurídica, unidad de psicología, dirección de proyección a la comunidad, servicio social y asesoría económica, <i>D) Aliados</i>: AVEESOC y SUPERATEC. <i>E) Retos</i>: expone brevemente los retos del año 2013 de cada una de las unidades que conforman el parque social, <i>F) Columnas</i>: que contiene las diferentes entradas de publicaciones, siendo lo más recientes el año 2015 y <i>G) Entrevistas</i>: a empleados del parque y estudiantes de la UCAB que pertenecen al voluntariado o han recibido beneficios del parque social.</p> <p>A este menú, le sigue un video de extensión social de la UCAB. Luego se visualiza una extensa composición acerca del sociólogo Francisco Coello y una entrevista a la empleada de CSSI, Carolina Sánchez. En la parte inferior aparece la opción de entradas antiguas y un video del Parque Social UCAB. Debajo de ambas publicaciones se presentan unos pequeños íconos que dan la opción de compartir por correo electrónico, escribir un blog, compartir en <i>twitter</i>, <i>facebook</i>, <i>pinterest</i> y <i>google</i>.</p> <p>A mano derecha de la página están las opciones de búsqueda, de recibir actualizaciones del parque por correo electrónico, eventos, muestra 21 seguidores del blog y noticias por unidades de la clínica jurídica, UPLA y CSSI.</p>	<p>Dentro de los aspectos positivos del blog está que contiene imágenes y videos y resulta fácil regresar a la página principal. Dentro de los aspectos a mejorar debe tomarse en cuenta lo siguiente:</p> <p>A) No tiene un enlace con página web de la universidad, ni con <i>elucabista.com</i>, ni tampoco con sus redes sociales.</p> <p>B) No facilita el enlace de ninguno de los cuerpos del parque, por ejemplo, el del CSSI que es donde se realizan la mayor parte de las actividades y el órgano más conocido del parque social.</p> <p>C) Aunque el blog dice que es del Parque Social Manuel Aguirre, lo primero que vende es la dirección de comunicaciones de extensión social UCAB con su enorme isotipo y video al respecto, además, este blog no tiene el nombre real del parque que es Manuel Aguirre, sino parque social UCAB.</p> <p>D) Los meses comprendidos entre octubre 2016 y julio 2017, se pudo encontrar un total de 31 publicaciones, de las cuales 4 no tenían fecha de emisión y en el mes de abril no se realizó ninguna. Estas informaciones son entrevistas al personal que labora el parque social (lo que la encargada del blog se refiere como parte humana), en especial los del CSSI, sin embargo, este tipo de información y la forma en que está presentada no llama la atención. Cabe agregar que ninguna de las publicaciones da muestra de interacción.</p> <p>E) La tipología utilizada en la página varía mucho, no luce combinada y por tanto tampoco muy estética, dando una sensación no muy agradable y de aspecto desordenado. En este mismo sentido se puede decir que los contenidos de este blog tienen errores de sintaxis.</p> <p>F) El blog debería promover más las actividades de RS que lleva a cabo la UCAB a través del parque social en sus contenidos, también, publicar</p>

	fotos de mejor calidad, videos testimoniales sobre los beneficiarios y sus beneficios y todas las actividades del parque social.
--	--

Cuadro No. 6 Estructura Blog Parque Social UCAB
Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

5.2.5 Análisis de la Presencia en Redes Sociales

5.2.6 Twitter

Medio: @lcatolica	
DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
<p>Fue creado el 24 de octubre de 2009. Cuanta con 49.403 tweets, 179.949 seguidores y 4.731 me gusta al día 28 de noviembre de 2017.</p> <p>1. Esta red social tiene como objetivo principal emitir informaciones a modo de mensajes breves con una cobertura mundial.</p> <p>2. En cuanto a su diseño y contenido cuenta con una foto de perfil que contiene el isotipo de la UCAB en color amarillo y un fondo azul marino. Debajo muestra una breve descripción de la universidad, su ubicación geográfica y el enlace de la página web de la universidad.</p> <p>Dentro de sus archivos multimedia tiene un total de 5,529 fotos y videos. En promedio realiza de 12 a 14 publicaciones diarias, una por hora., durante las primeras 12 horas día.</p>	<p>Dentro de lo positivo, la página cuenta con un contenido multimedia de buena calidad y buena ortografía en sus mensajes. También cuenta con un alto número de seguidores.</p> <p>En cuanto a las publicaciones comprendidas entre octubre 2016 y julio 2017, hay un total de 3,900 tweets de los cuales 2,741 son fotografías e imágenes, 87 videos y 1702 tweets de solo texto.</p> <p>Con respecto a la promoción de la RS, durante este tiempo se pueden observar muy poca información sobre el tema. La mayoría de sus mensajes, al igual que las demás redes sociales analizadas, si dan muestra del cumplimiento de la universidad de sus funciones universitarias de docencia, investigación, vinculación y extensión, para un total de 2,789 tweets en este sentido, sin embargo, no se publicita la RS como tal de forma directa. Entre las otras categorías consideradas están las de cuidado al medio ambiente con 9 publicaciones, entrega de información 7, ayuda a la comunidad 6 y relación con en público 3.</p>
Medio: @UCABSustentable	
<p>Este twitter de la Dirección de Sustentabilidad ambiental de la UCAB, se unió a esta red social en marzo del año 2011. Al día 28 de noviembre del año 2017 cuenta con 3.084 tweets, 3.425 seguidores y 246 Me gusta.</p> <p>1. Tiene como objetivo promover mensajes sobre sustentabilidad ambiental y las dimensiones del quehacer universitario en ese sentido.</p>	<p>Esta red, tal y como expresaba su director Joaquín Benítez en la entrevista, “se dedica básicamente a las efemérides ambientales”.</p> <p>También aparecen una serie de mensajes institucionales, las noticias generales del tema de ambiente que sean importantes destacar, como por ejemplo, el cambio climático y por último, los eventos que organiza la dirección como también</p>

<p>2. Sobre su contenido y diseño tiene su propio logo con las colmenas de la universidad en color verde, el nombre de la universidad y el de la dirección de sustentabilidad. Como foto de portada muestra el edificio del Centro Loyola donde se encuentra ubicada la dirección. Su único enlace es el de la página web de la UCAB, específicamente en la sección que describe la identidad de la dirección. Su contenido multimedia tiene un total de 818 fotos y videos. Por otro lado, también se estima que en promedio publica de 3 a 4 veces por semana, desde 6 a 10 publicaciones por día.</p>	<p>aquellos en los que participan, por tan, se puede considerar este twitter como lógico y ordenado, con buena calidad en su contenido y ortografía.</p> <p>No obstante, este twitter mantuvo una imagen mucho más llamativa hasta principios del mes de noviembre por los colores de su portada que resultaban muy agradable a la vista. Ya para finales de ese mes, la portada se cambió por una foto con la imagen opaca del Centro Loyola.</p> <p>En conclusión se puede decir que esta red cumple con su misión de promover la sustentabilidad ambiental, ya que se dedica a esta labor a través de todos sus mensajes.</p>
---	--

Cuadro No. 7 Presencia en Red Social *Twitter*

Fuente: Elaboración propia, Caracas 2017

5.2.7 Facebook

Medio: Facebook Universidad Católica Andrés Bello	
DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
<p>El facebook de la UCAB es del tipo de página para perfil de empresas, que no hay límite y la gente se suscribe a través del botón "Me gusta". Cuenta con un total de 36.349 seguidores, 36.616 me gusta y 24.570 visitas y una clasificación de 4.9 en estrellas por los 953 comentarios positivos que posee a universidad. Postean de 1 a 6 veces al día.</p> <p>1. Este tipo de facebook tiene por objetivo dar a conocer el de servicio que presta la empresa.</p> <p>2. Respecto a su contenido y diseño, el diseño de la página y el menú de opciones es estándar para todos los perfiles de facebook, solo varía de perfil a perfil el contenido según la empresa. Tiene como foto de perfil el isotipo de la universidad en color amarillo y fondo azul en color azul oscuro. Como portada una foto de la instalación del postgrado con íconos tecnológicos que se conectan entre sí.</p> <p>El menú principal contiene la sección de: A) <i>información</i>: tiene datos tales como el año de fundación de la universidad, una breve descripción, la página web de la UCAB y menciona el plan 20-20, B) <i>eventos</i>: sobre la universidad, C) <i>opiniones</i>: lo que dice la gente de la universidad y a su vez ofrece clasificación con estrellas, D) <i>Fotos</i>: con 1,726 fotografías de diferentes actividades y 37 videos con informaciones de la universidad.</p>	<p>En esta página de facebook, la mayoría de las publicaciones que realiza la universidad son las noticias procedentes desde la revista digital elucabista.com.</p> <p>Las publicaciones entre octubre 2016 y julio 2017 tienen un total de 474, de las cuales hay 436 fotografías, 23 estados de solo texto y 15 videos.</p> <p>De esas publicaciones, 408 están dentro del ámbito de las funciones universitarias de docencia, investigación, extensión-vinculación y gestión, pero sobre todo se relacionan con la docencia y la gestión universitaria de la UCAB. Dentro de las informaciones restantes se encuentran 2 sobre las condiciones laborales, 3 de cuidado al medio ambiente, 4 de la relación con el público, 4 de comportamiento ético, 6 sobre el trato a los demás, 7 de ayudas a la comunidad, 5 sobre entrega de información, 9 de otros asuntos externos a la universidad y 0 acerca del parque social o sobre la RS como tal.</p> <p>Así se muestra que <i>Facebook</i> comunica las funciones tradicionales de la universidad, pero podría mejorar su difusión haciendo mención de la RSU y el parque social Manuel Aguirre.</p>

Cuadro No.8 Presencia en Red Social Facebook
Fuente: Elaboración propia, Caracas 2017

5.3.8 Instagram

Medio: Instagram @lacatolica	
DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
<p>Esta red hizo su primera publicación el 25 de febrero del año 2013. Tiene un total de 680 publicaciones, 35 mil seguidores y 102 seguidos.</p> <p>El objetivo de <i>instagram</i> para UCAB es informar a su comunidad sobre lo concernientes a la universidad a través de fotos y videos, en los cuales los seguidores de la cuenta pueden interactuar con las informaciones a través del botón Me gusta o haciendo comentarios.</p> <p>2. Su contenido y diseño, al igual que facebook, es igual para todos los usuarios. La variedad se encontrará en el contenido, ya sea foto, video o ambas, que si es elección del administrador de la cuenta también puede poner alguna descripción en la publicación. Tiene la misma foto de perfil de facebook, que consiste en un isotipo amarillo y fondo azul oscuro. En su presentación tiene las siglas UCAB, una breve descripción de la universidad, el enlace con elucabista.com y la dirección geográfica de la universidad.</p>	<p>Actualizan de 1 a 3 veces por semana, siendo las publicaciones comprendidas entre octubre 2016 y julio 2017 un total de 103: 7 videos y 96 fotos. Las mismas son de buena calidad y con respecto al tema de la RSU están:</p> <p>A) peticiones de medicamentos por la Dirección General de Desarrollo Estudiantil de la UCAB para los afectados por las protestas. Fecha 5 de mayo, con 502 Me gusta.</p> <p>B) Recordatorio del día mundial del agua y de concienciación frente al desperdicio, por ucabista.com. Fecha 22 de marzo, con 109 Me gusta.</p> <p>C) Jornada de Reciclaje de papel, por la Dirección de Sustentabilidad Ambiental. Fecha 30 de enero, con 107 Me gusta.</p> <p>E) 3 Videos sobre los contenedores para recolección de plástico, por la Dirección de Sustentabilidad Ambiental. El primero con fecha 16 de diciembre de 2016, con 812 reproducciones. El segundo 3 de noviembre con 903 reproducciones y el último en fecha 4 de octubre de 2016 con 1,748 reproducciones. Los mismos promueven la Excelencia Sustentable.</p> <p>Durante este período de tiempo nada alusivo al parque social ni a la RS como tal de forma directa. Aunque esta red tiene muy pocas mensajes con respecto a la RSU de la UCAB, es la que mas interacción posee.</p> <p>Tampoco tiene como enlace sus demás redes, ni la página web.</p>

Cuadro No. 9 Presencia en Red Social Instagram

Fuente: Elaboración propia, Caracas 2017

5.3 PERCEPCIÓN DE LOS *STAKEHOLDERS* INTERNOS DE LA UCAB SOBRE LA RSU.

Como ya se había explicado en el capítulo dedicado a los *stakeholders*, estos sujetos forman parte esencial en las organizaciones ya que hacia ellos van dirigidos los servicios que prestan y la razón de ser de la empresa. Por esta y todos los demás motivos antes tratados, se considera se suma importancia conocer cuál es su percepción sobre el funcionamiento de la organización, en este caso, su percepción sobre la RSU de la UCAB. Cabe destacar que los Stakeholders de la UCAB son los siguientes:

La Comunidad Global: Comprende bachilleres, aspirantes a estudios de pre y postgrado, padres o representantes.

Externos: Proveedores, comunidades aledañas y aliados (instituciones públicas y privadas, grupo Huellas, Fe y Alegría, Centro Gumilla, ONG´s antes de RS, AVEESOC, SUPERATEC y egresados Ucabistas).

Internos: Que a su vez son los de interés para este estudio, se encuentran los estudiantes de pre y postgrado y empleados (profesores, personal administrativo y obrero).

En el caso particular de esta encuesta, se aplicó al público interno de la UCAB, ya que debe ser el grupo de *stakeholders* más informado sobre lo que acontece en su universidad. Dentro de esta categoría interna se seleccionaron los estudiantes de comunicación social tanto de pregrado como de postgrado debido a las características de su carrera, se supone deben ser los que manejen mejor las informaciones acerca de la universidad.

² Las encuestas fueron levantadas en el último trimestre de 2017. Cualquier hallazgo no contemplada en las mismas se acredita a la “situación país” de carácter sociopolítico y económico que atravesaba Venezuela durante el período de este estudio.

5.3.1 Encuesta a Estudiantes de Pregrado

Identificación

Tabla No.: I Edad

Edad	Frecuencia	Por ciento (%)
Menos de 20 años	89	68,5
21 a 25 años	37	28,5
26 a 30 años	3	2,3
31 a 35 años	1	0,7
Más de 36 años	0	0
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Según los resultados obtenidos, el 68,5% de los encuestados respondió que están en edades comprendidas en un rango menor de 20 años, seguido del 28,5% con edades entre 21 a 25, el 2,3 de 16 a 30 años y tan solo el 0,7 de 31 a 35. Estos datos muestran claramente que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UCAB es un público bastante joven.

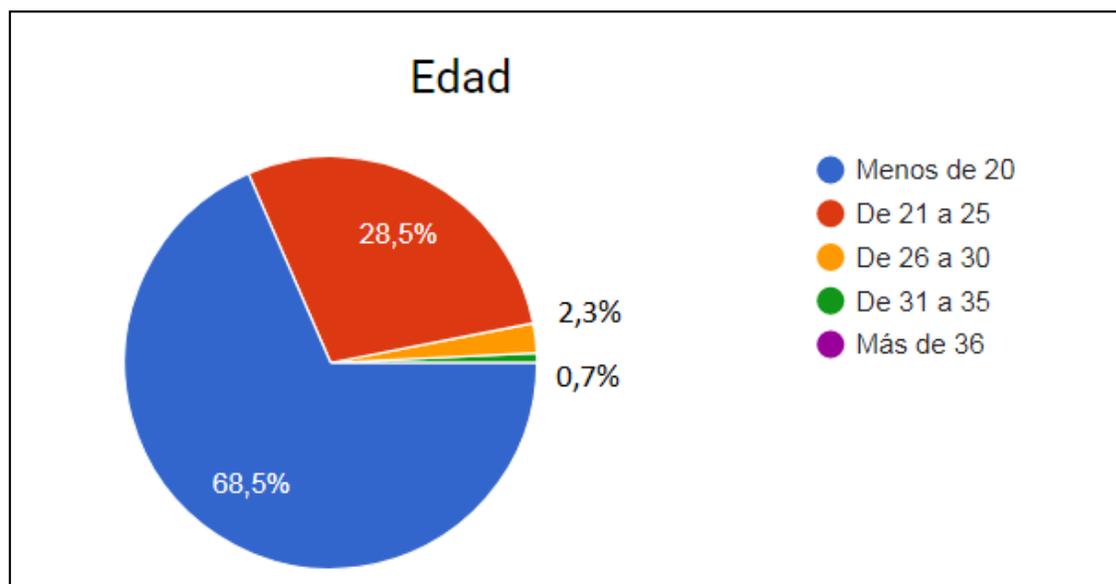


Gráfico No. 2 Resultado obtenido sobre la edad de los encuestados de pregrado

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No.: II Sexo

Sexo	Frecuencia	Por ciento (%)
Masculino	32	24,6
Femenino	98	75,4
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

El 24,6 % de los encuestados son del sexo masculino, mientras, el 75,4% pertenece al sexo femenino. Estos datos reflejan que la carrera de Comunicación Social es preferida por el sexo femenino.

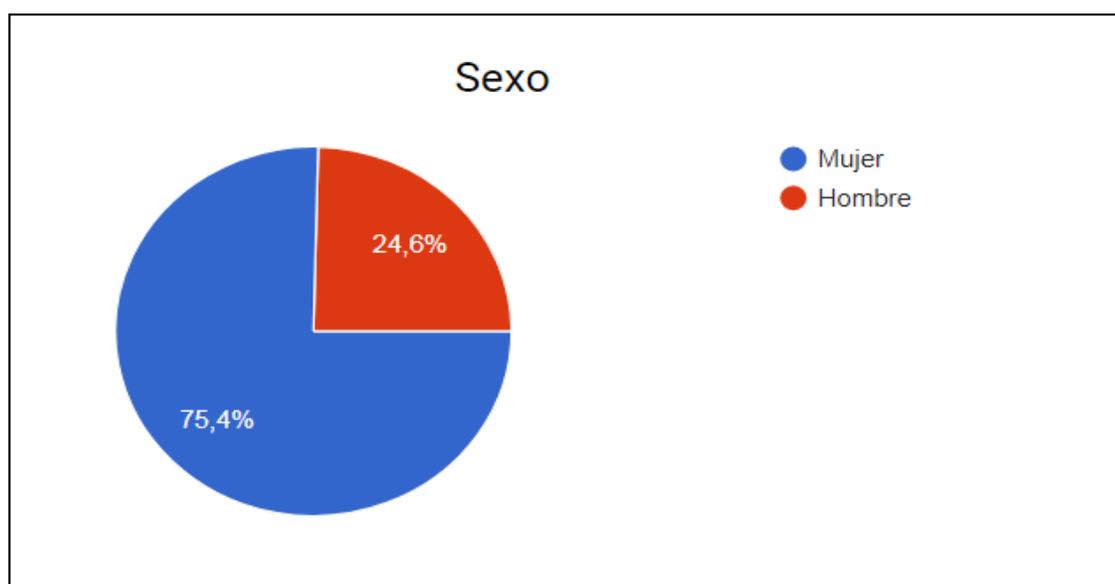


Gráfico No. 3 Resultado obtenido del sexo de los estudiantes de pregrado

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No.: III Semestre que cursa

Semestre que cursa	Frecuencia	Por ciento %
Primero	43	33,1
Tercero	43	31,1
Quinto	44	33,8
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

En cuanto al semestre que cursan los estudiantes encuestados de la carrera de Comunicación Social de la UCAB, 31,1% son del primer semestre al igual que los del tercero, mientras, el 33,8% cursa el quinto semestre. Esta fue la segmentación para la elaboración del estudio, tal y como se explicó en la metodología, a fin de obtener la percepción de los estudiantes de diversos semestres.

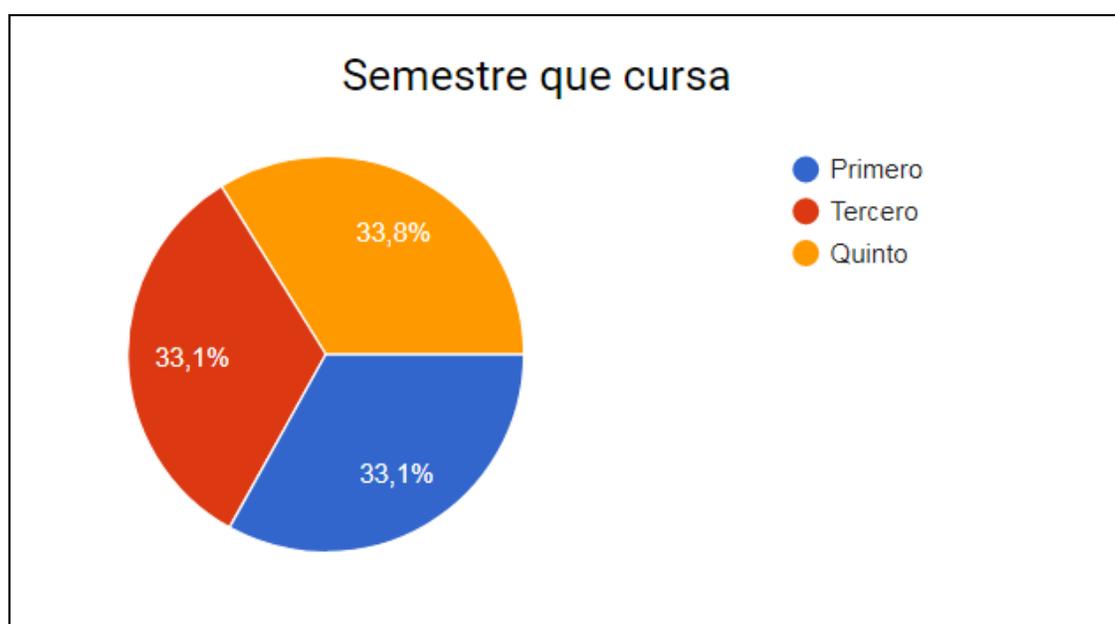


Gráfico No. 4 Resultado obtenido del semestre que cursan

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Primera parte. Conocimiento del concepto de Responsabilidad Social

Tabla No.: IV ¿Ha escuchado usted hablar sobre Responsabilidad Social?

¿Ha escuchado hablar de RS?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	112	86,2
No	18	13,8
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

El gráfico No. 5 muestra que la mayoría de los *stakeholders* encuestados, exactamente el 86,2% ha escuchado hablar sobre la RS, en cambio, el 13,8% no.

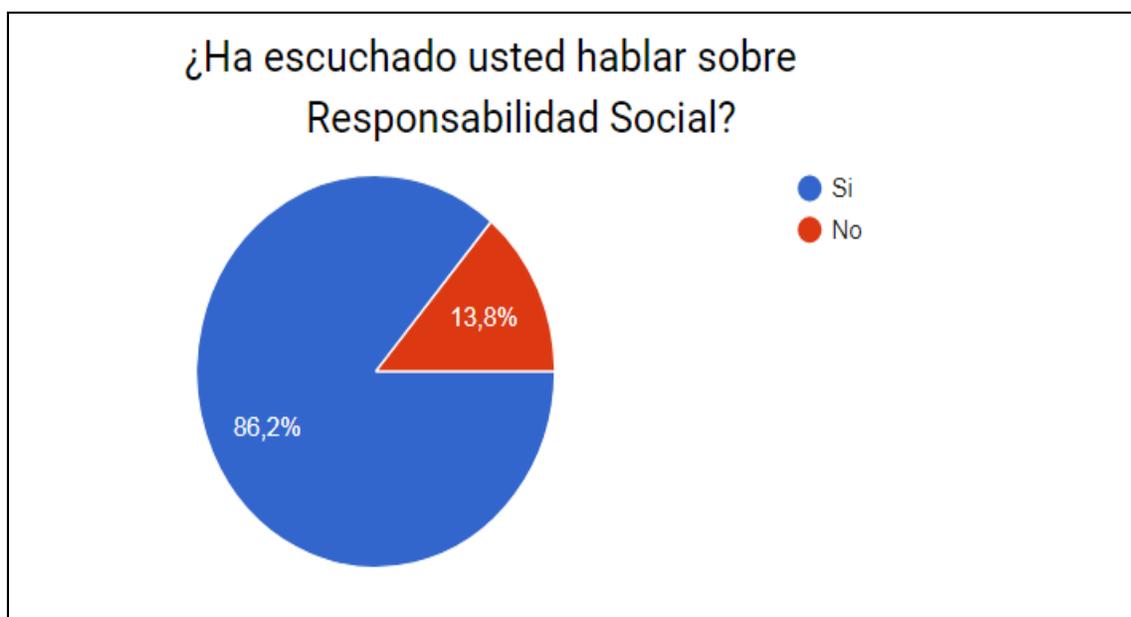


Gráfico No. 5 Resultado obtenido sobre si han escuchado hablar de RS
Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No.: V ¿Cuál es su grado de conocimiento sobre la Responsabilidad Social?

Grado de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje %
1 Pésimo	20	15,4
2 Muy malo	16	12,3
3 Malo	29	22,3
4 Regular	49	37,7
5 Bueno	12	9,2
6 Muy bueno	3	2,3
7 Excelente	1	0,8
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Aunque en el gráfico anterior los encuestados afirmaron haber escuchado hablar acerca de la RS, en este respondieron que su grado de conocimiento al respecto es mayormente regular, con un 37,7%, seguido del 22,3% que equivale a un nivel de conocimiento malo, 12,3% muy malo y el 15,4% pésimo. En cambio, otros aseguran tener un mayor grado de conocimiento ya que el 9,2% respondió ser bueno, 2,3% muy bueno y 0,8% considera que su conocimiento acerca de la Responsabilidad Social es excelente.

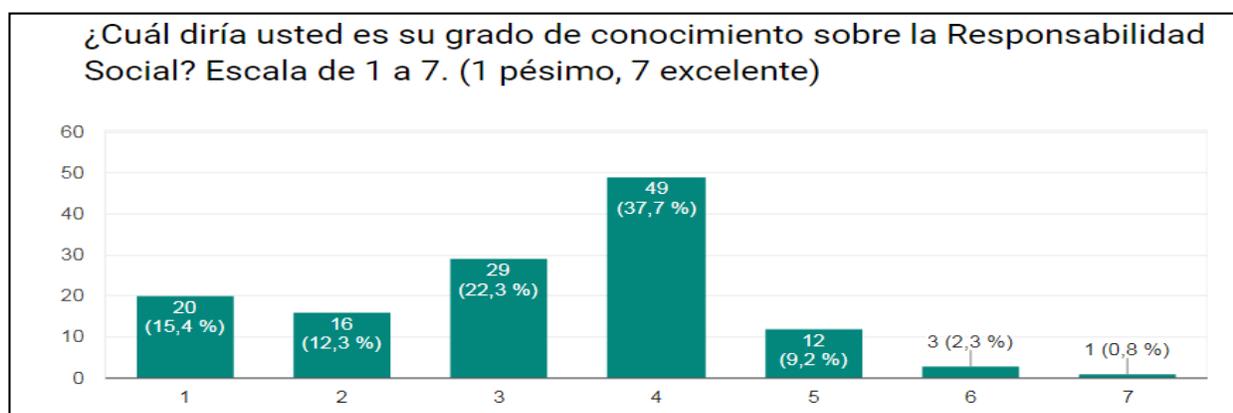


Gráfico No. 6 Resultados obtenidos del grado de conocimiento de RS
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No.: VI ¿Con cuál de las siguientes ideas, asocia usted la Responsabilidad Social?

Idea con que asocia la RS	Frecuencia	Por ciento %
Cuidado del medio ambiente	13	10
Comportamiento ético	33	25,3
Trato igualitario a las personas	13	10
Buenas condiciones laborales	9	6,9
Ayuda a la comunidad	18	14
Entrega de información a tiempo	5	4
Relación de las empresas con sus públicos	11	8,4
Todas las anteriores	28	21,4
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Una vez conocido el grado de conocimiento que tienen los encuestados acerca de la RS se procedió a preguntar con cuales de los pilares de la RS asocian el tema, siendo el mayor porcentaje obtenido de la relacion de la RS con el comportamiento ético en un 25,3%. El siguiente porcentaje más alto, lo obtuvo la relacion con todas las ideas presentadas en un 21,4%, ayuda a la comunidad 14%. En tanto, cuidado al medio ambiente y trato igualitario a las personas obtuvieron 10% cada una. Las relaciones con menor porcentaje obtenido fueon la relacion de las empresas con sus públicos 8,4%, buenas condiciones laborales 6,9% y entrega de información a tiempo 4%.

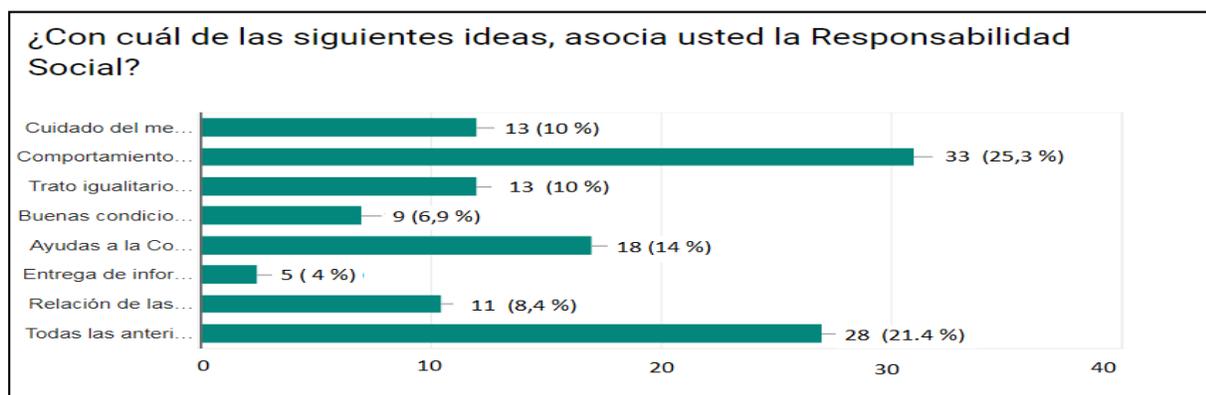


Gráfico No. 7 Resultados obtenidos sobre las ideas con que asocian la RS
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. VII ¿Cree usted que la RS debes ser aplicada por?

Aplicación de la RS	Frecuencia	Por ciento %
Las empresas	12	9,2
Organismos públicos o gubernamentales	14	10,8
Las universidades	10	7,7
Las personas	22	16,9
Todas las anteriores	87	66,9
No sé	16	12,3
Total	130	131,9%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Sobre el tipo de empresas que lo encuestados consideran debe ser aplicada la RS 66,9% entiende que debe ser aplicada por todas, 16,9% respondió que debe ser aplicada por las personas, 12,3% no sabe qué quienes deben aplicarla, 10,8% optó por los organismos públicos o gubernamentales, 9,% por las empresas privadas y 7,7% se refirió a las universidades. En este caso, el total del porcentaje es igual a 131,9%, superando así el 100% ya que el tipo de pregunta fue de verificación, donde los encuestados podían seleccionar más de una respuesta.

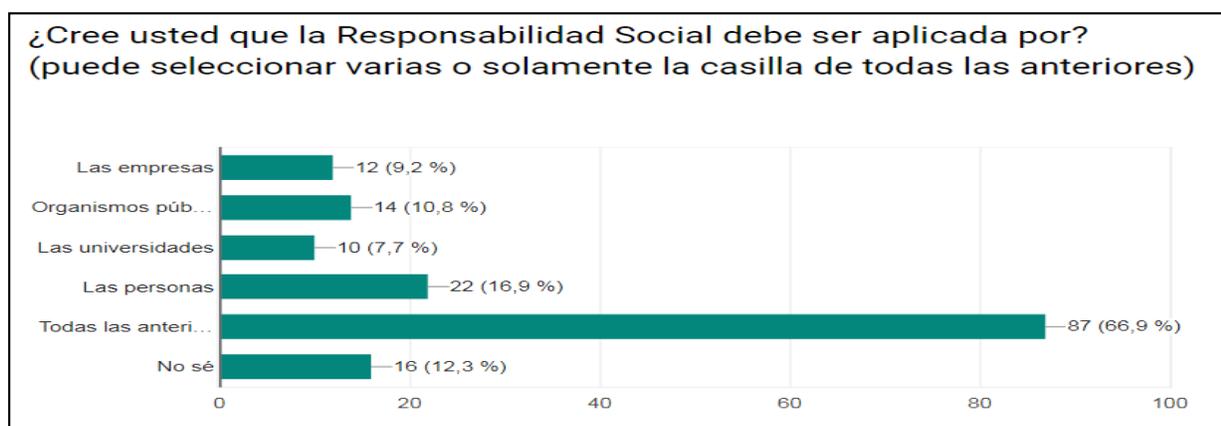


Gráfico No. 8 Resultados obtenidos sobre las empresas que deben aplicar la RS
Elaboración propia. Caracas, 2017

Segunda Parte. Prácticas de Responsabilidad Social de la UCAB

Tabla No. VIII ¿Qué puntuación le asigna a UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable?

Puntuación de la UCAB en comportamiento	Frecuencia	Por ciento %
1 Pésimo	0	0
2 Muy malo	0	0
3 Malo	3	2,2
4 Regular	21	16,2
5 Bueno	52	40
6 Muy bueno	34	26,2
7 Excelente	20	15,4
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Con respecto a la puntuación que los encuestados le asignaron a la UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable, la universidad obtuvo una valoración positiva ya que 40% respondió que su comportamiento es bueno, 26,2% muy bueno, 15,2 la calificó como excelente. Por otro lado el 16,2% considera que su comportamiento es regular y solo el ,2% lo considera malo. Ninguno de los encuestados considera que la UCAB tiene un comportamiento muy malo o pésimo en este sentido.

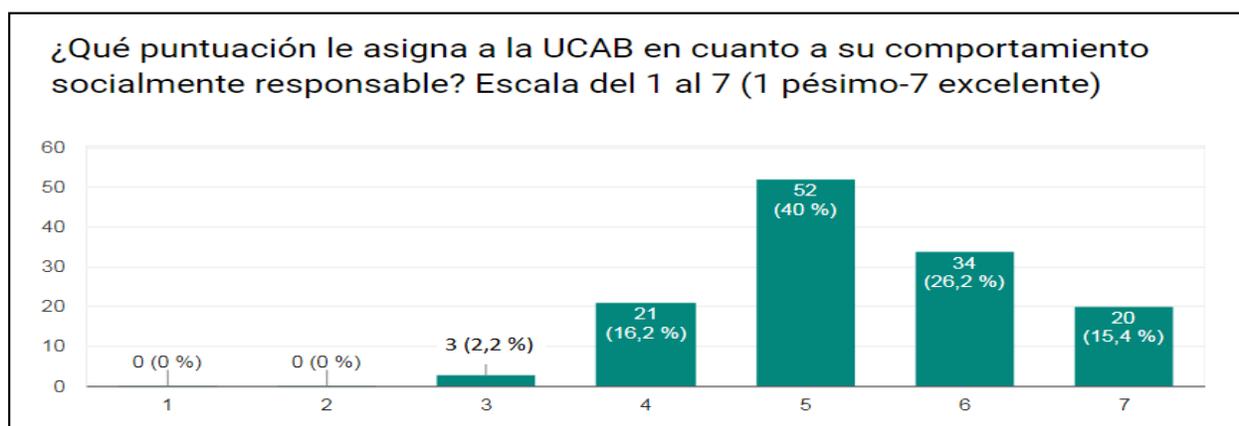


Gráfico No. 9 Resultados obtenidos sobre el comportamiento socialmente responsable de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. IX ¿Considera que la UCAB cumple las funciones universitarias de docencia, investigación, vinculación-extensión y gestión?

Cumplimiento funciones universitarias	Frecuencia	Por ciento %
Si	88	67,7
No	0	0
No sé	42	32,7
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia

Acerca de las funciones tradicionales de la universidad de docencia, investigación, vinculación-extensión y gestión, los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de pregrado de la UCAB, el 67,7% considera que si cumple con estas funciones, mientras el 32,7% dijo no saber. Cabe destacar que ninguno de los encuestados respondió que la universidad no cumple con sus funciones.

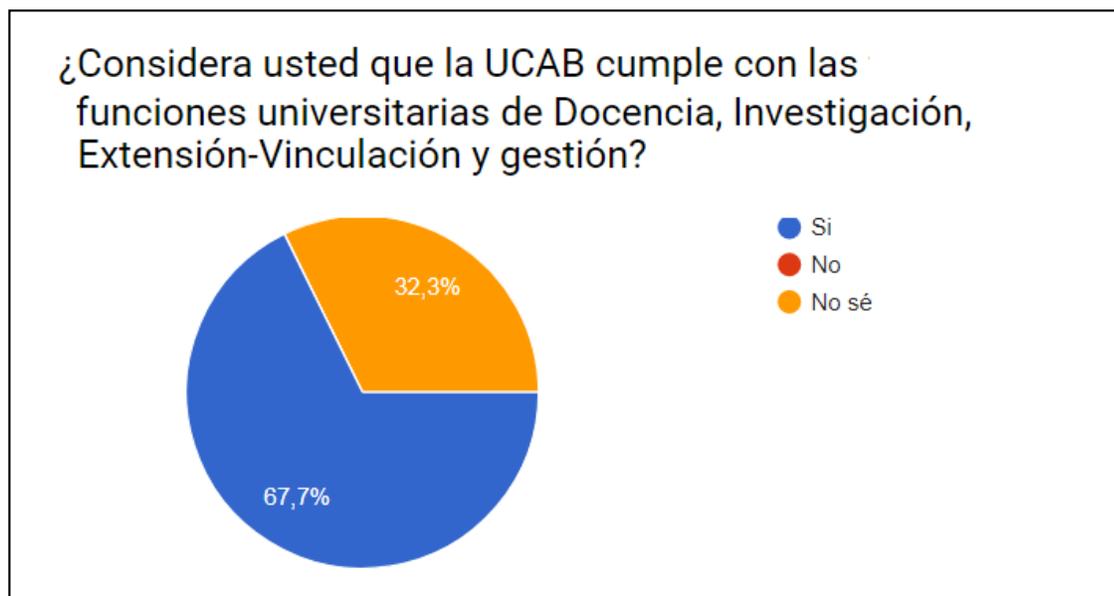


Gráfico No. 10 Resultados obtenidos sobre las funciones universitarias de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. X ¿Tiene usted en su pensum asignatura de RS?

Asignatura de RS	Frecuencia	Por ciento %
Si	60	46,2
No	18	13,8
No sé	52	40
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Un dato interesante, donde se puede mostrar que tan informados están los estudiantes con respecto a su carrera, se refleja en el siguiente gráfico, ya que tan solo el 42,2% saben que tienen la asignatura RS, el 42% no sabe y 13,8% dijo que no tiene la asignatura en su pensum. Con estos datos queda claramente evidenciado que más de la mitad del porcentaje desconoce si tiene la asignatura.

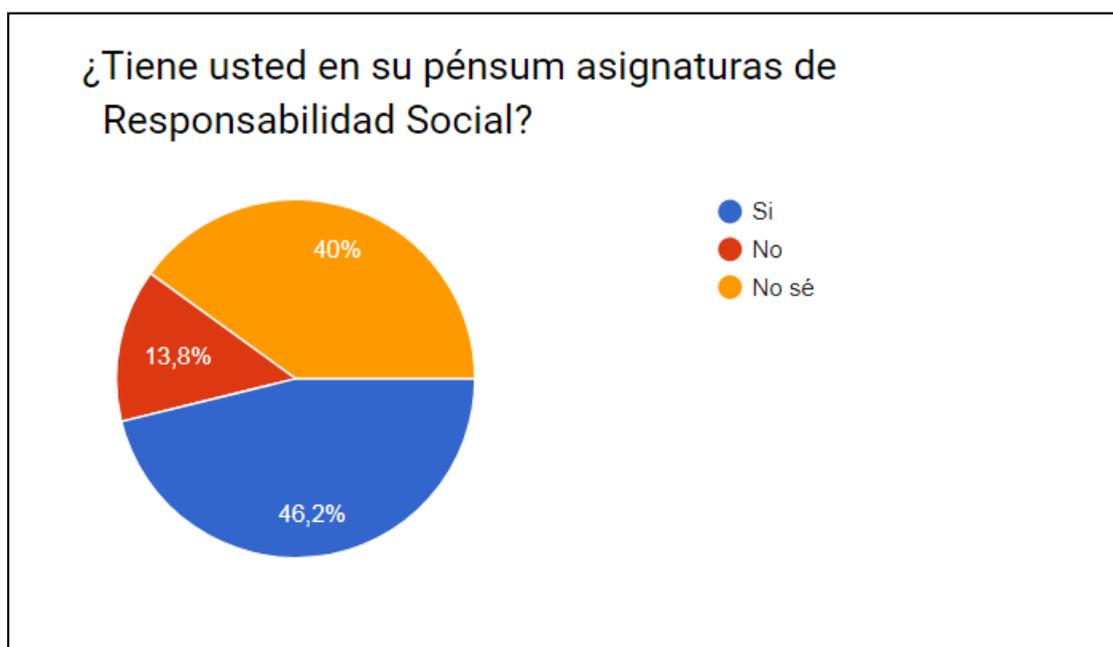


Gráfico No. 11 Resultados obtenidos sobre la asignatura de RS
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XI ¿Considera que UCAB forma estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral?

Consideración	Frecuencia	Porcentaje %
Si	91	70
No	39	30
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

La consideración de los encuestados acerca de si la UCAB forma lo suficientemente bien a sus estudiantes para desempeñarse el ámbito laboral, un 70% estuvo de acuerdo y dijo sí y un 30% que dijo no.

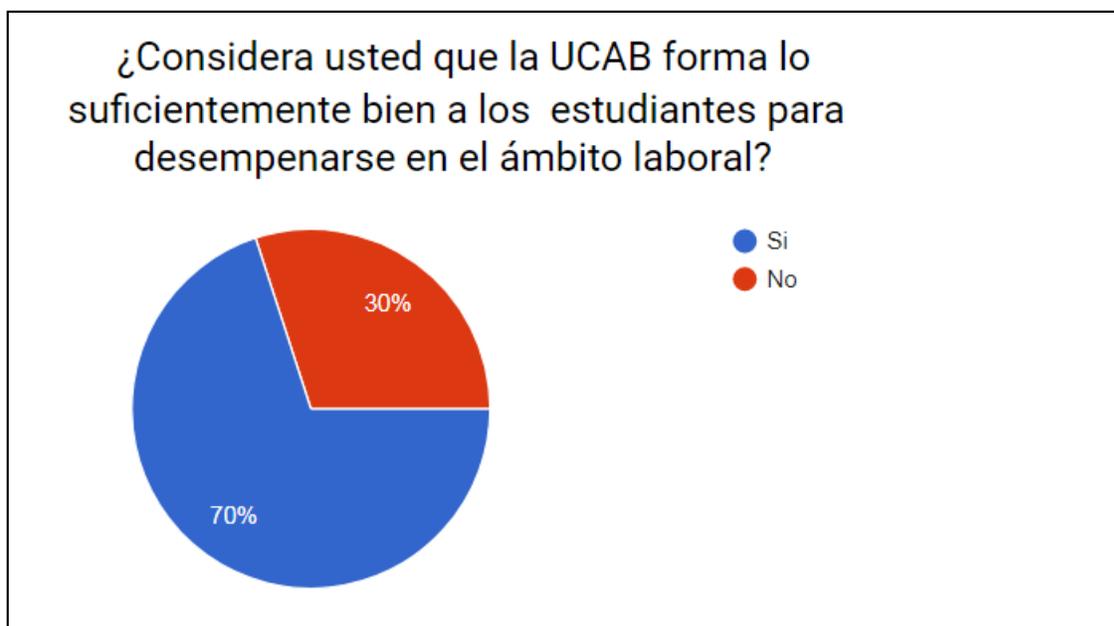


Gráfico No. 12 Resultados obtenidos sobre si la UCAB forma bien a los estudiantes
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XII Si su respuesta anterior fue No ¿Qué le hace falta a UCAB para lograrlo?

¿Qué hace falta?	Frecuencia	Porcentaje %
Materias más prácticas	31	79,5
Exigencias de la UCAB hacia los estudiantes	7	18
Dios	1	2,5
Total	39	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje de encuestados que consideró que la UCAB no forma bien a sus estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral en el gráfico anterior, se les preguntó en esta ocasión qué entienden le hace falta a la universidad para lograrlo. Respondieron con preguntas abiertas que se pudieron agrupar en tres categorías: 79% aseguró que la UCAB necesita materias más prácticas, 18% que la universidad necesita ser más exigente y 2,5% dijo que le hace falta Dios.

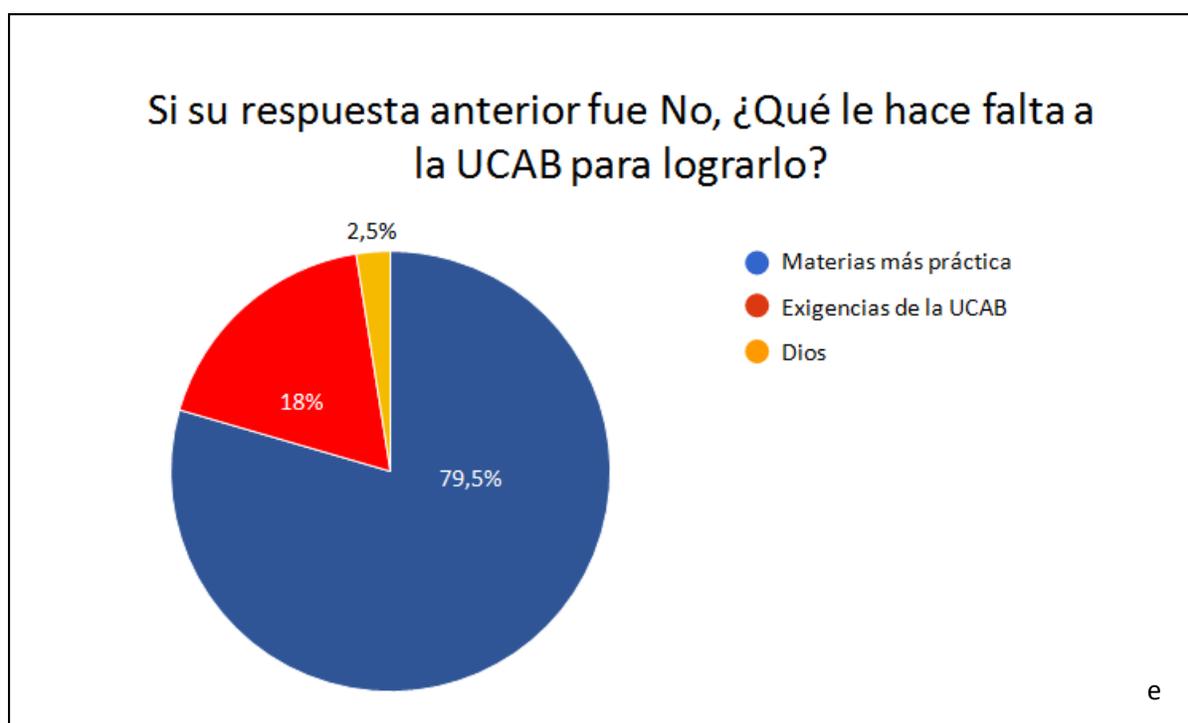


Gráfico No. 13 Resultados obtenidos sobre qué le hace falta a la UCAB para preparar mejor a sus estudiantes. Elaboración propia. Caracas, 2017

Tercera parte. Comunicación de la Responsabilidad Social

Tabla No. XIII ¿Mediante cuál o cuáles se entera usted de las informaciones sobre RS que emite la UCAB?

Canales de Comunicación de la UCAB	Frecuencia	Porcentaje %
Página web de la UCAB	25	19,2
Revista informativas	3	2,3
Correos electrónicos	9	7
Redes sociales	38	29,2
Panfletos	12	9,2
Canal de <i>Youtube</i>	1	0,8
Reuniones	5	4
Por otra persona boca a boca	24	18,4
Todas las anteriores	5	4
Ninguno	8	6
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Una de los puntos más importantes a tratar es conocer como es el proceso comunicacional de la UCAB sobre el tema de la Responsabilidad social. En el siguiente gráfico se muestra los diferentes canales de comunicación de la universidad siendo el más utilizado por los encuestados las redes sociales para enterarse de las informaciones de la organización con el 29,2%, la página web 19,2 %, los que se enteran mediante otro persona 18,4%, panfletos 9,2%, 7% mediante el correo electrónico, 4% reuniones, 2,3% revistas informativas y el 0,8% a través del canal de *youtube*. Por el contrario, el 6% dijo que no se entera de las informaciones de la universidad ya que no utiliza ninguno de los canales antes mencionados. Cabe destacar que esta pregunta tenía la opción de casilla de verificación, o sea, que podían seleccionar varias respuestas, sin embargo solo seleccionaron una sola, lo que refleja que quizá no utilizan más de un canal.

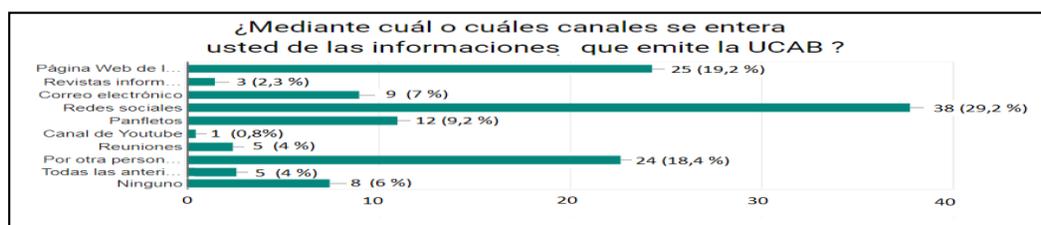


Gráfico No. 14. Resultados obtenidos sobre los canales de comunicación de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla no. XIV ¿Conoce usted las siguientes publicaciones?

Publicaciones que conocen	Frecuencias	Porcientos %
Elucabista. Com	32	24,6
Blog parque social UCAB	2	1,5
Canal de <i>Youtube</i> UCABve	5	3,8
Página web https://www.ucab.edu.ve/	35	27
Sus redes sociales, <i>twitter</i> , <i>Facebook</i> e <i>IG</i>	42	32,3
Todas las anteriores	3	2,3
Ninguno	11	8,5
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Las publicaciones y medios más conocidas de la UCAB son sus redes sociales *twitter*, *facebook* e *instagram* con 32,3%, la página web de la universidad con 27% y el *ucabista.com* 24,6%. Tan solo el 3,8% conoce el canal de *youtube* y el 1,5 el blog del Parque Social UCAB. 8.5% desconoce estos canales y el 2,3% los conoce todos. Estos datos muestran que las publicaciones que realiza la UCAB como sus medios son poco conocidos por su público interno estudiantil.

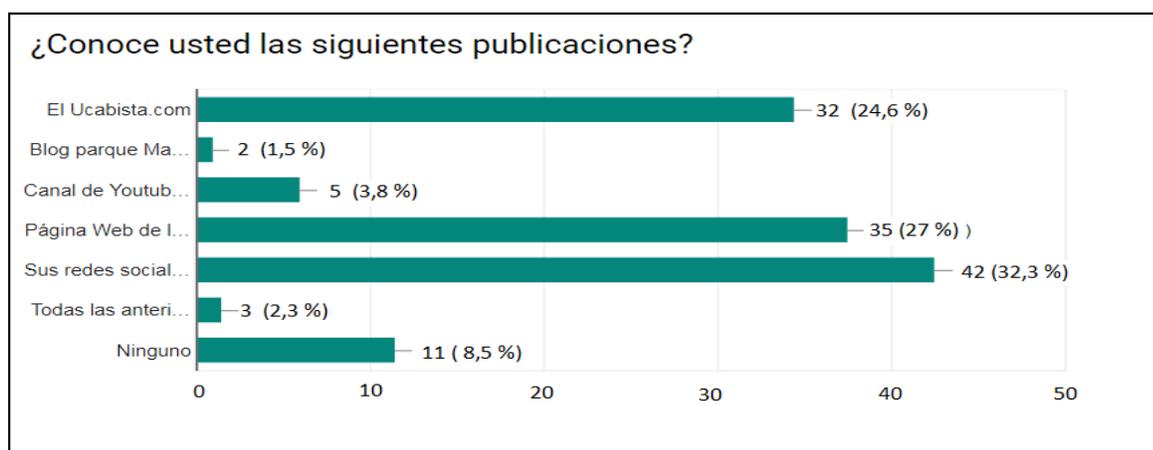


Gráfico No. 15 Resultados obtenidos sobre las publicaciones y medios de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XV ¿Con qué frecuencia los lee o ingresa a los mismos?

Frecuencia con que los lee o ingresa	Frecuencia	Por ciento %
Siempre	18	13,8
A veces	24	67,7
Nunca	88	18,5
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

En coherencia con el gráfico anterior que mostró que los encuestados conocen poco las publicaciones y medios de la UCAB, en este también se refleja que la frecuencia con que los leen o ingresan a sus páginas es muy poca ya que 67,7% lo hace a veces, 18,5% nunca y tan solo el 13,8 % lo hace siempre.



Gráfico No. 16 Resultados obtenidos sobre la frecuencia con que leen las publicaciones de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XVI Si su respuesta anterior fue veces o nunca ¿Por qué no lee o ingresa a sus páginas?

¿Por qué no los lee o ingresa?	Frecuencia	Porcentaje %
Porque no los conoce	15	13,4
No sabe cuándo o dónde lo publican	16	14,2
No le gusta su contenido	14	12,5
No está interesado	48	42,9
Otra: <u>Falta de tiempo</u>	19	17
Total	112	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje de encuestados que dijeron no leer o ingresar a los medios de comunicación de la UCAB o que solo lo hacen a veces el 42,9% no lo hace porque no están interesados, 17% se justificó por la falta de tiempo (esta fue la opción de “Otra razón” donde todas las respuestas coincidieron en una sola categoría que es falta de tiempo), 14,2% dijo que no saben cuándo o dónde se publican, 13,4% porque no los conoce y 12,5% no los lee porque no les gusta su contenido.

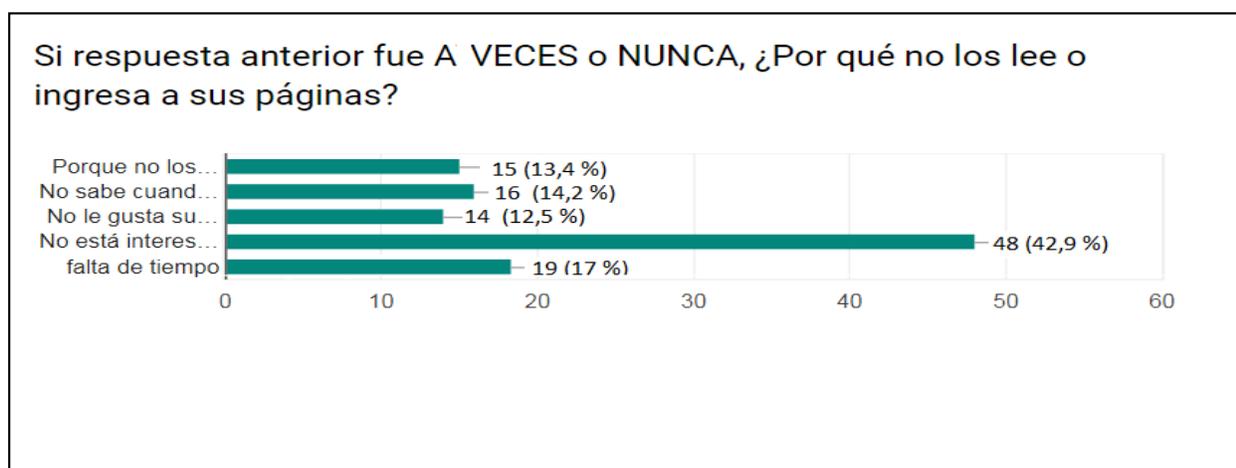


Gráfico No. 17 Resultados obtenidos sobre por qué no leen las publicaciones de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XVII De las siguientes direcciones de la UCAB, ¿De cuáles ha escuchado hablar?

Direcciones de la UCAB	Frecuencia	Porcentaje
Dirección de comunicaciones	55	42,3
Dirección de Proyección de la RS	12	9,2
Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias	15	11,5
Dirección de Comunicación y Extensión social	21	16,2
Dirección de Programas y Proyectos Sociales	23	17,7
Dirección de Sustentabilidad Ambiental	57	43,8
Todas las anteriores	5	3,8
Ninguna	41	31,5
Total	229	176%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Con respecto a las direcciones de la UCAB que se encargan o deberían encargarse de la comunicación y promoción de la RSU , la más conocida es la Dirección de Sustentabilidad Ambiental con un 43,8%, a esta le sigue la Dirección de comunicaciones con el 42,3%, luego está la Dirección de Programas y Proyectos Sociales con 17,7%, la Dirección de Comunicación y Extensión Social con 16,2%, Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias 11,5% y la Dirección de Promoción de la Responsabilidad Social 9,2%. Sin embargo el 31,5% no conoce ninguna de estas direcciones y tan solo 3,8% las conoce todas, lo que marca una diferencia significativa y que debe ser tomada bajo consideración.

Al igual que en otros casos, este gráfico excede tanto la frecuencia como el 100 por ciento porque fue una pregunta con la opción de casilla de verificación que le permitía a los encuestados seleccionar más de una respuesta.

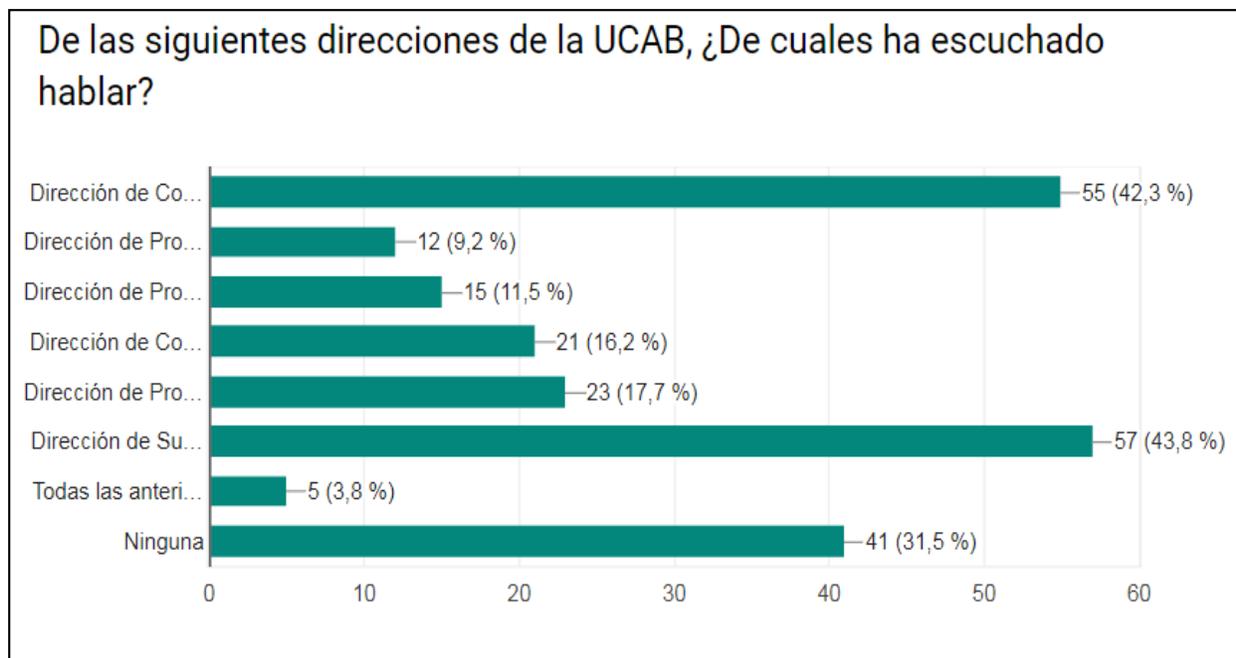


Gráfico No. 18 Resultados obtenidos las direcciones de la UCAB
 Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XVIII ¿Sabe usted a qué se dedican esas direcciones?

¿Sabe a qué se dedican?	Frecuencia	Por ciento %
Si	11	8,5
No	64	49,2
Solo la que marqué anteriormente	55	42,3
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

La falta de conocimiento por parte de los encuestados sobre la universidad se sigue poniendo de evidencia en este gráfico debido a que 49,2% no sabe a que se dedican las direcciones mencionadas anteriormente que tienen con ver con la comunicación y la Responsabilidad Social de algún u otro modo. 42,3% dijo que solo saben a qué dedican solo aquellas direcciones que seleccionó y un menor porcentaje, 8,5% si saben a que se dedican.



Gráfico No. 19 Resultados obtenidos sobre si saben a que se dedican las direcciones de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XIX De los siguientes programas, seleccione los que usted ha escuchado hablar o conoce.

Programas de la UCAB	Frecuencia	Por ciento %
Parque Social Manuel Aguirre	38	30,4
Programa Andrés Bello	48	38,4
Programa de cooperación económica	60	48,0
Plan 20-20	31	24,8
Atención a estudiantes discapacitados	39	31,2
Programa avanzado de derechos humanos	7	5,6
Línea pedagógica	5	4,0
Cátedra de compromiso social	11	8,8
Voluntariado de acción estudiantil	51	40,8
Programa de secretaria social	16	12,8
UCAB sustentable	38	30,4
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguno	36	28,8
Total	372	303,6

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

A fin de seguir indagando sobre los factores que provocan el desconocimiento de la RSU en los *Stakeholders* internos de la UCAB se procedió a preguntar si conocen los programas de la universidad que están más relacionados al tema de la Responsabilidad Social. En este caso, los encuestados seleccionaron varias de las opciones elevando la frecuencia de un total de 130 a 372, excediendo así el 100% a 303,6%. El programa más conocido de la UCAB es el de Cooperación Económica con 48%, ya que este sirve para costear la matrícula de los estudiantes de diversas formas y quizá por esta razón están más interesados sobre el mismo. Luego sigue el Voluntariado de Acción Estudiantil con 40,8%, Programa Andrés Bello con 38,4%, UCAB Sustentable y el Parque Social Manuel Aguirre con 30,4% cada uno, Plan 20-20 con 24,8%, programa de Secretaría Social 12,8%, cátedra de Compromiso Social 8,8% y línea pedagógica con 4%. Ningún encuestado conoce todos los programas y 28,8% no los conoce ninguno.

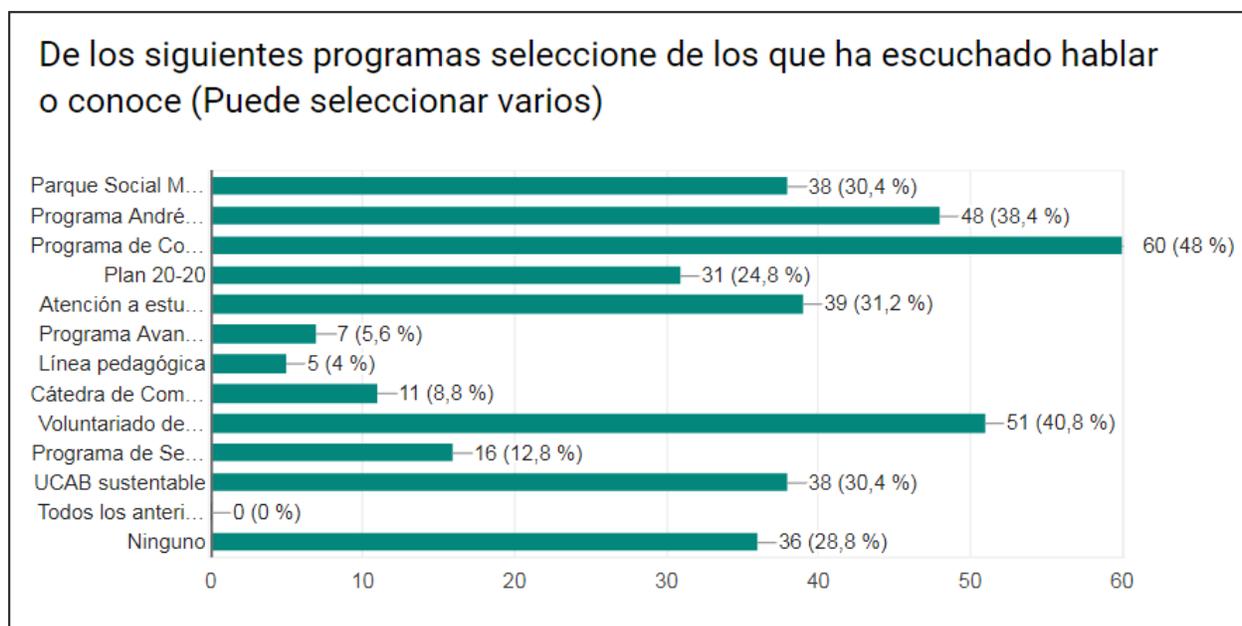


Gráfico No. 20 Resultados obtenidos sobre los programas de la UCAB
 Elaboración propia. Caracas, 2017

Cuarta Parte. Percepción de los Stakeholders Internos

Tabla No. XX ¿Ha recibido usted o alguien que conozca beneficios de las acciones de RS de la UCAB?

¿Ha recibido Beneficios?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	26	20
No	104	80
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Este gráfico muestra el porcentaje de los encuestados que han recibido beneficios de la RSU de la UCAB, o al menos, si conocen a alguien que los haya recibido. El 80% respondió que no, mientras el 20% dijo que sí. El gráfico número XIX se conocerá cuales beneficios han recibido quienes dijeron que sí.

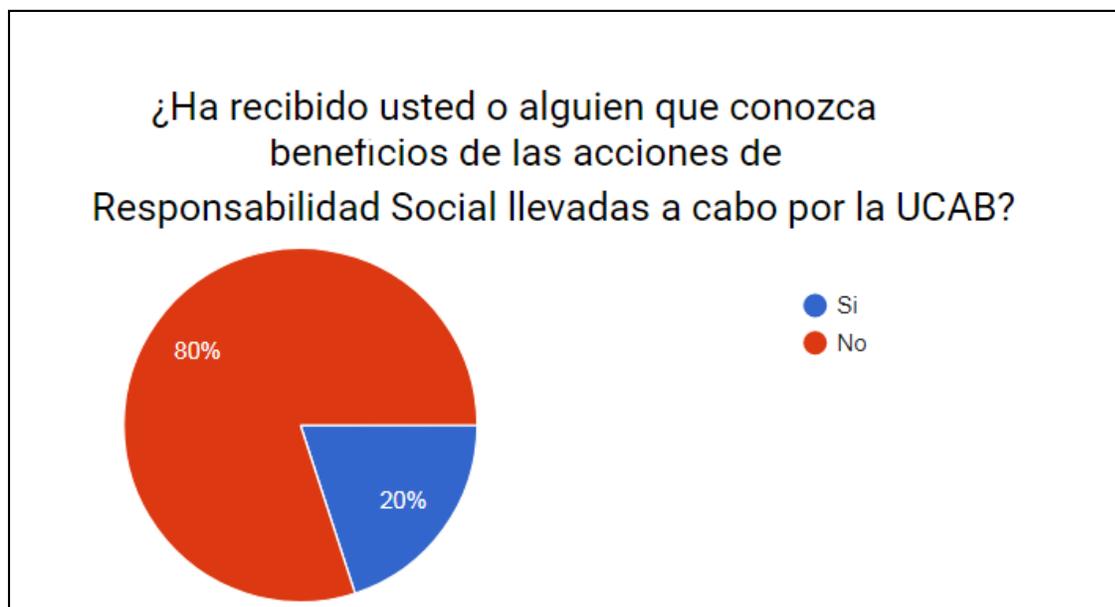


Gráfico No. 21 Resultados obtenidos sobre si han recibido beneficios de la RS de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXI Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuál o cuáles han sido esos beneficios?

Beneficios	Frecuencia	Por ciento %
Beca-trabajo	21	80,8
Apoyo económico	5	19,2
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

De los encuestados que afirmaron haber recibido beneficios de la RSU de la UCAB, 80,8% dijo que el beneficio ha sido la beca-trabajo y el 19,2 se refirió al apoyo económico. De ahí, que dentro de los programas de la universidad que mas conocen seleccionaron el de Cooperación Estudiantil y el Programa Andrés Bello en gráficos anteriores, ya que son los que proveen ambas ayudas.

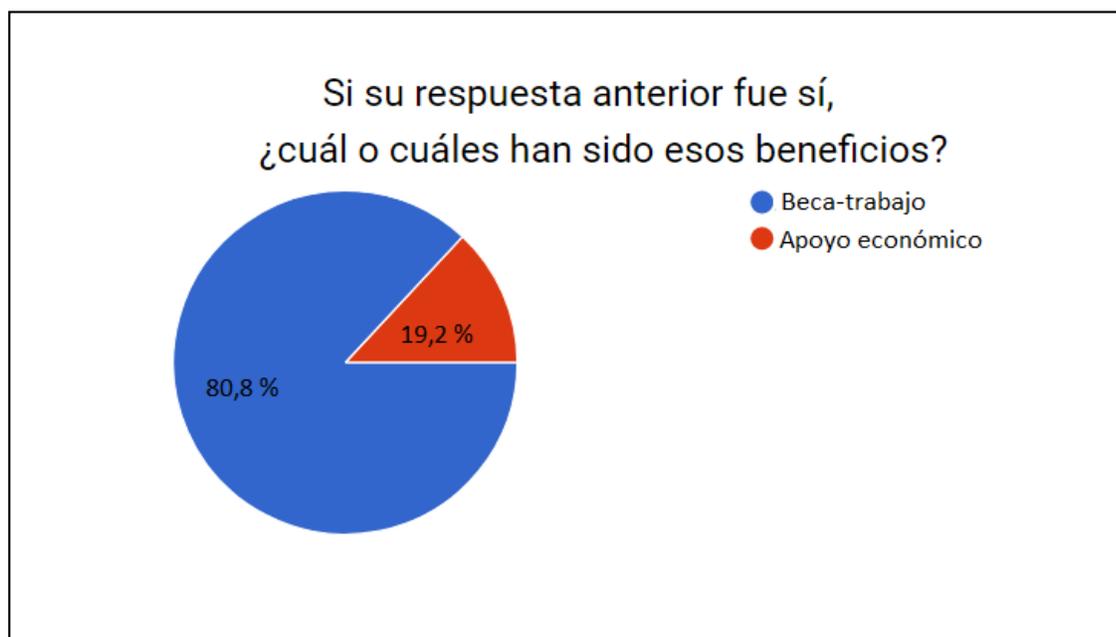


Gráfico No. 22 Resultados obtenidos sobre los beneficios que han obtenido de la RS de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXII ¿Qué debería hacer o mejorar la UCAB, para proyectarse como una universidad socialmente responsable?

Propuestas para la UCAB	Frecuencia	Por ciento %
Tener una revista exclusiva de RS	6	4,6
Realizar más actividades de RS	36	27,7
Publicar informaciones de RS, en elucabista.com	29	22,3
Publicar informaciones de RS en sus redes	66	50,8
Ofrecer más asignaturas y/o talleres de RS	29	22,3
Promover la investigación sobre la RS	23	17,7
Todas las anteriores	42	32,3
Total	231	177,7%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

En este gráfico se refleja la buena intención de los encuestados para que se mejore la proyección de la RSU de la UCAB, ya que seleccionaron varias respuestas en la casilla de verificación, superando la frecuencia a 231 y el porcentaje a 177,7%. La propuesta más seleccionaron fue la publicar informaciones de RS en las redes sociales, que por lo visto son los canales que más llaman su atención. El 27,7% optó por que se realicen mas actividades de RS en la universidad, el 22,3% sugirió ofrecer más asignaturas y o talleres de RS al igual que publicar mas informaciones al respecto en elucabista.com con igual porcentaje, 17,7% propuso promover la investigación sobre la RS y el 4,6% le gustaría tener una revista exclusiva para la RS. En tanto, el 32,3% está de acuerdo con todas las propuestas anteriores.

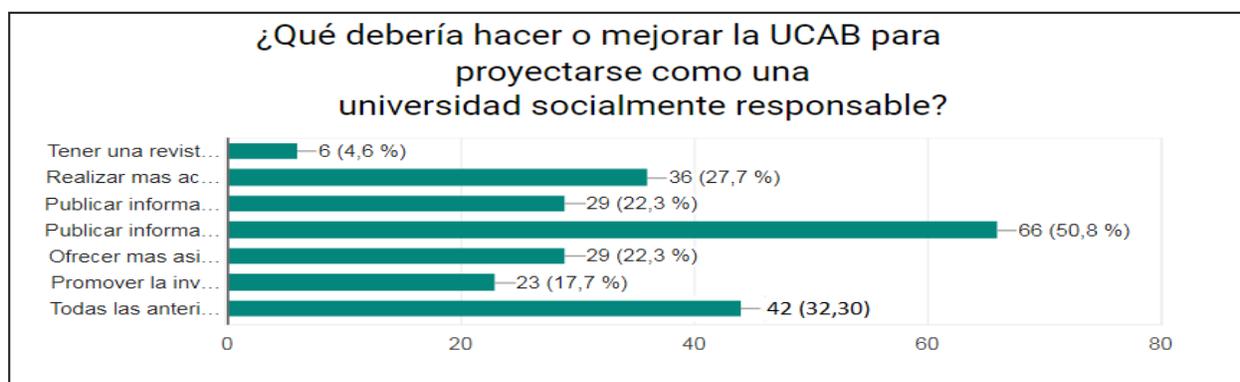


Gráfico No. 23 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXIII ¿Considera usted a la UCAB una universidad socialmente responsable?

Consideración	Frecuencia	Por ciento %
Si	113	86,9
No	17	13,2
Total	130	100%

Fuente: Elaboración propia, Caracas, 2017.

A pesar de que los encuestados no presentan un alto porcentaje en cuanto al conocimiento sobre la RSU de la UCAB, el 86,9% la consideran socialmente responsable mientras el 13,1% no la percibe como tal. Las justificaciones para ambas respuestas se mostraran en los dos siguientes gráficos.

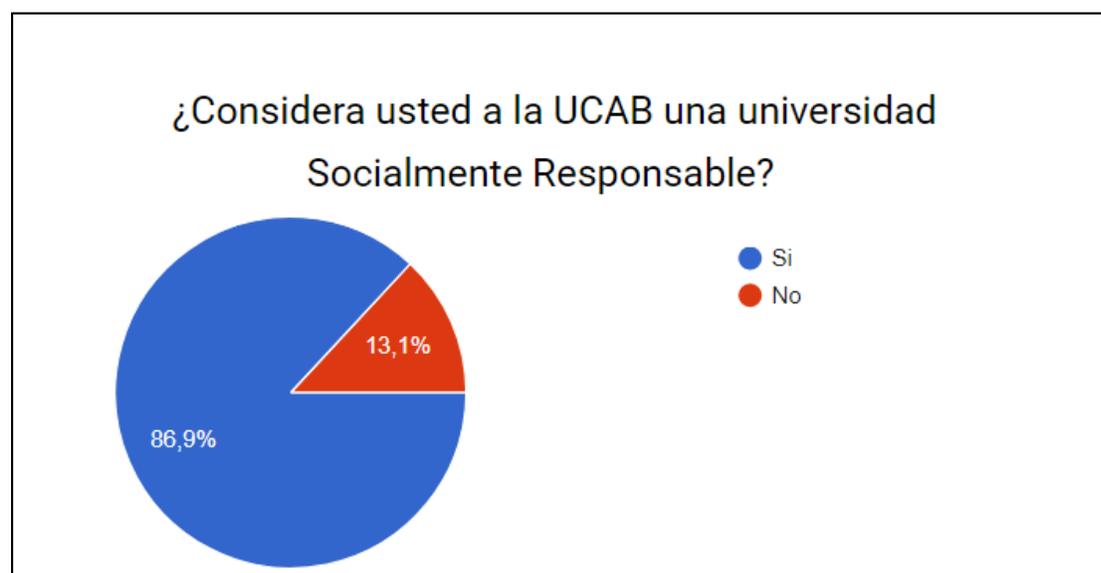


Gráfico No. 24 Resultados obtenidos sobre las propuestas para mejorar la RS para de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXIV ¿Por qué considera a la UCAB una universidad socialmente responsable?

Razones	Frecuencia	Por ciento
Por la calidad de sus servicios	38	33,7
Porque ayuda a sus estudiantes	29	25,7
Cuida el medio ambiente	16	14,1
Ayuda a la comunidad	11	9,7
Ideas incompletas. No saben cómo explicarlo	19	16,8
Total	113	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

De los encuestados que perciben a la UCAB como una universidad socialmente responsable, se pudo seleccionar 5 categorías donde el 33,7% justifica su respuesta por la calidad de los servicios que presta la universidad, 25,7 porque ayuda a sus estudiantes, 16,8% la considera como socialmente responsable pero no pudo explicar claramente la razón y el 9,7 porque entiende que la universidad ayuda a la comunidad.



Gráfico No. 25 Resultados obtenidos sobre por qué consideran la UCAB socialmente responsable
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXV ¿Por qué considera que la UCAB no es una universidad socialmente responsable?

Razones	Frecuencia	Porcentaje
No sé lo que hacen	8	47
No publican la RS	5	29,4
No tengo claro que es la RS	4	23,6
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

En este gráfico se refleja que los encuestados que perciben a la UCAB como una universidad socialmente responsable se debe a que no publicitan este tema en un 29,4%, el 23,6% no tiene claro que es la RS y por tanto no la pueden considerar como tal y el 47% respondió que no sabe lo que hace la universidad en este sentido.

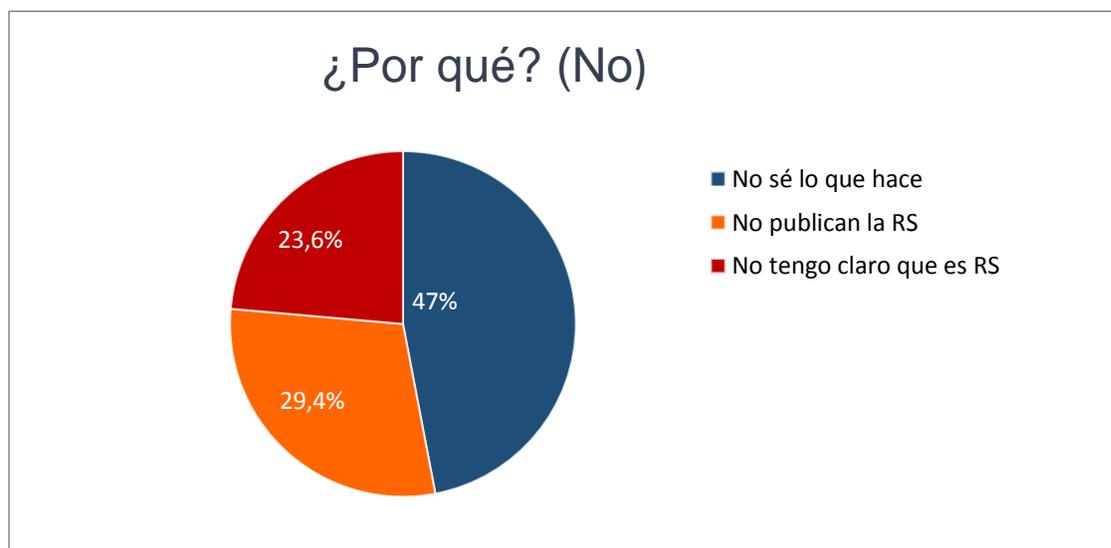


Gráfico No. 26 Resultados obtenidos sobre por qué NO consideran la UCAB socialmente responsable
Elaboración propia. Caracas, 2017.

5.3.2 Encuesta a Estudiantes de Postgrado

Datos generales. Identificación

Tabla No. XXVI Edad

Edad	Frecuencia	Por ciento (%)
Menos de 20 años	0	0
21 a 25 años	12	41,4
26 a 30 años	6	20,7
31 a 35 años	5	17,2
Más de 36 años	6	20,7
Total	29	100

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

Como se muestra en el gráfico, los encuestados del postgrado en Comunicación Social de la mención Comunicación Organizacional oscilan mayormente en un rango de edad comprendido entre 21 a 25 años en un 41,4%, en tanto, el 20,7% está entre 26 a 30, y este mismo porcentaje se repite para los que tienen 36 años o más. El 17,2% tiene edades ente 31 a 35 y ninguno tiene menos de 20 años. Estos datos reflejan que aunque los estudiantes de postgrado son jóvenes pero mayores que los de pregrado.

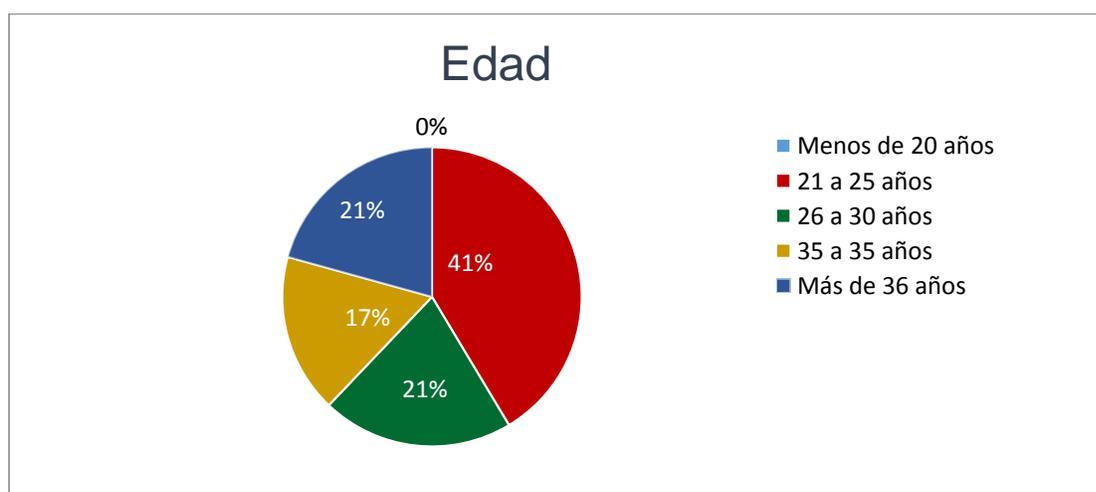


Gráfico No. 27 Resultados obtenidos de la edad de los estudiantes de postgrado de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017

Tabla No. XXVII. Sexo

Sexo	Frecuencia	Por ciento %
Masculino	11	37,9
Femenino	28	62,1
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Sobre el sexo de los encuestados de postgrado de comunicación organizacional, el 62,1% es femenino y el 37,9% masculino, dando muestra de que al igual que en pregrado esta carrera es preferida por las féminas aunque en postgrado se nota más la presencia de los varones en comparación con pregrado.

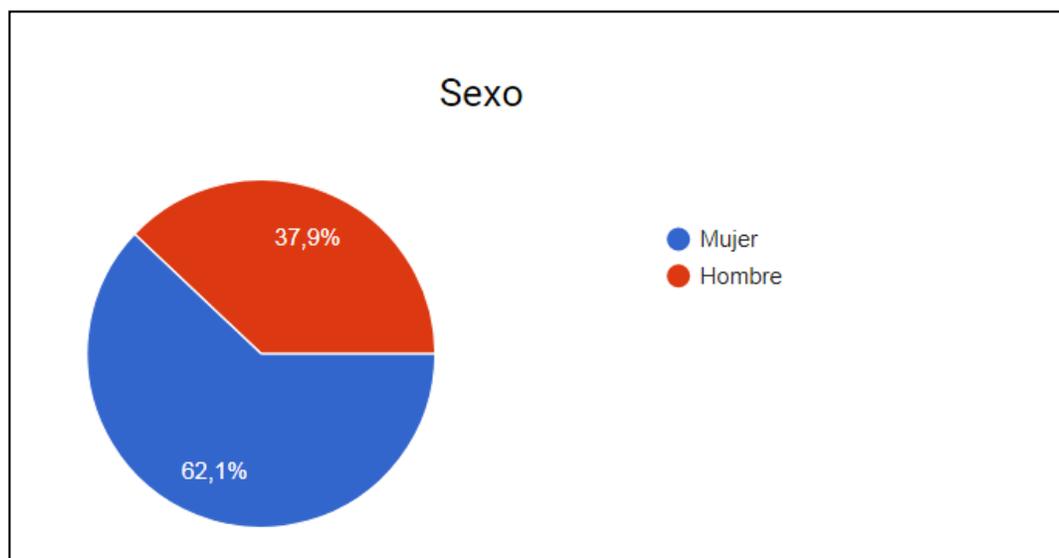


Gráfico No. 28 Resultados obtenidos sobre el sexo de los estudiantes de postgrado de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Primera Parte. Conocimiento del concepto de Responsabilidad Social

Tabla No. XXVIII. ¿Ha escuchado usted hablar sobre la Responsabilidad Social?

¿Ha escuchado usted hablar sobre RS?	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	29	100
No	0	0,0
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Los encuestados de postgrado han escuchado hablar sobre la RS en un 100%, a diferencia de los de pregrado con un 86,2%.

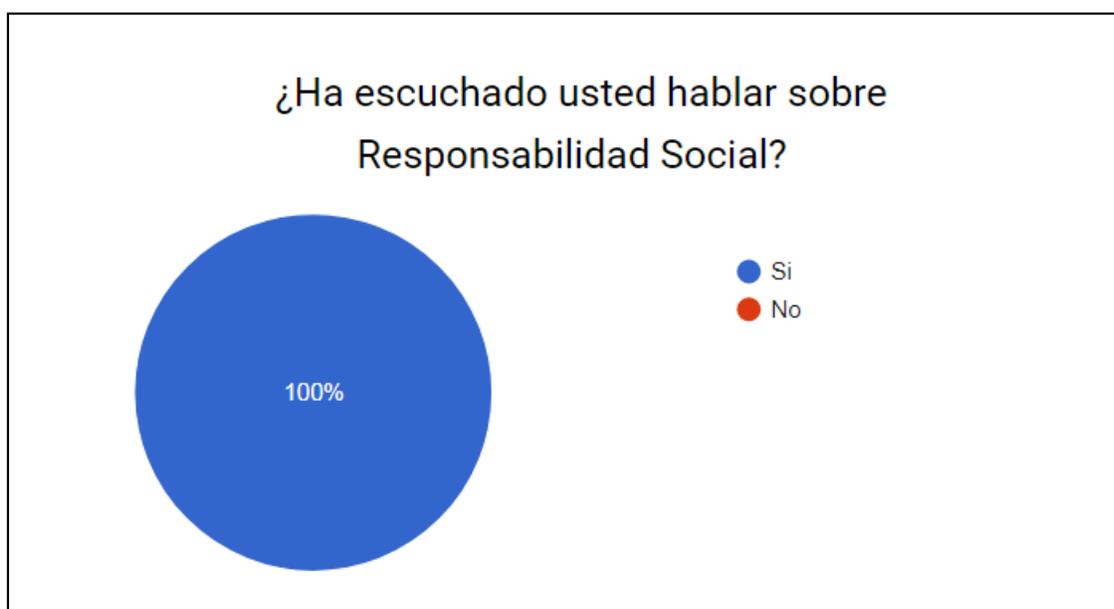


Gráfico No. 29 Resultados obtenidos sobre si han escuchado hablar de RS
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXIX. ¿Cuál es su grado de conocimiento sobre la Responsabilidad Social?

Grado de Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje %
1 Pésimo	5	17,2
2 Muy malo	2	6,9
3 Malo	2	6,9
4 Regular	2	6,9
5 Bueno	12	41,4
6 Muy bueno	6	20,7
7 Excelente	0	0,0
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Con respecto al grado de conocimiento sobre la RS que poseen los encuestados de postgrado de Comunicación Organizacional, 41,4% entiende que es bueno, 20,7% muy bueno, 17,2% pésimo, y con 6,9% están entre muy malo, malo y regular cada uno. Por tanto, estos resultados quieren decir que el nivel de conocimientos es muy variado entre estos estudiantes, sin embargo, el mayor porcentaje se encuentra entre bueno y muy bueno, mientras que los de pregrado se concentraban desde regular hasta muy malo.

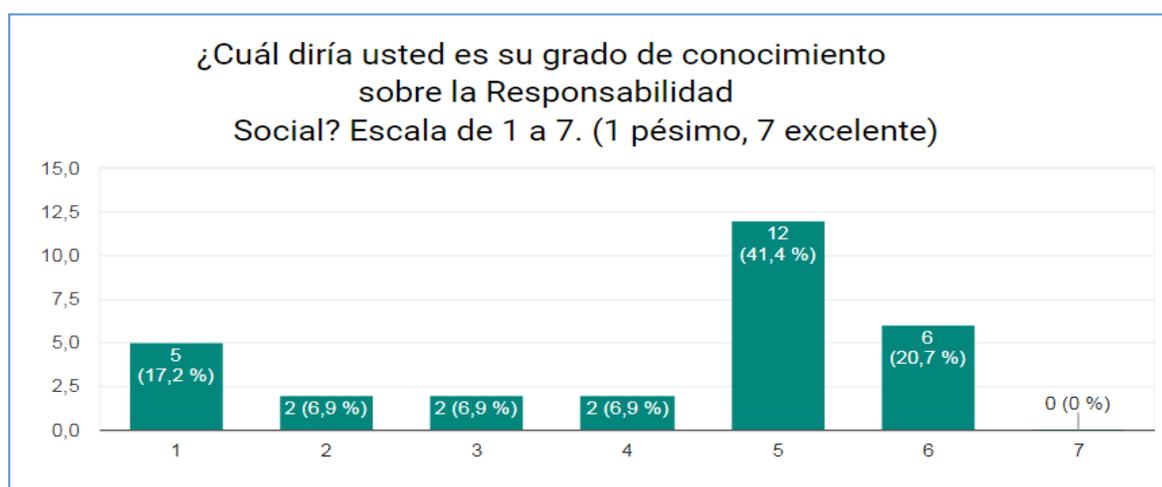


Gráfico No. 30 Resultados obtenidos sobre el grado de conocimiento sobre la RS
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXX ¿Con cuál de las siguientes ideas, asocia la RS?

Ideas	Frecuencia	Por ciento %
Cuidado del medio ambiente	14	48,3
Comportamiento ético	3	10,3
Trato igualitarios a las personas	2	6,9
Buenas condiciones laborales	4	13,8
Ayuda a la comunidad	8	27,6
Entrega de información a tiempo	1	3,4
Relación de las empresas	7	24,1
Todas las anteriores	12	41,4
Total	29	175,8 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

El cuidado al medio ambiente es la idea con que los encuestados asocian más la RS con un 48,3% , seguido de las ayudas a la comunidad en un 27,6%, relación de las empresas con sus públicos 24,1%, buenas condiciones laborales 13,8%, comportamiento ético 10,3%, trato igualitario a las personas 6,9% y entrega de información a tiempo 3,4%. En tanto, el 41,4% entiende que asocia con todas las anteriores. Cabe destacar que mientras los estudiantes de pregrado asumen que la idea con que más se relaciona la RS es con el comportamiento ético, los de postgrado lo asocian mayormente con el cuidado al medio ambiente y todas las demás opciones.

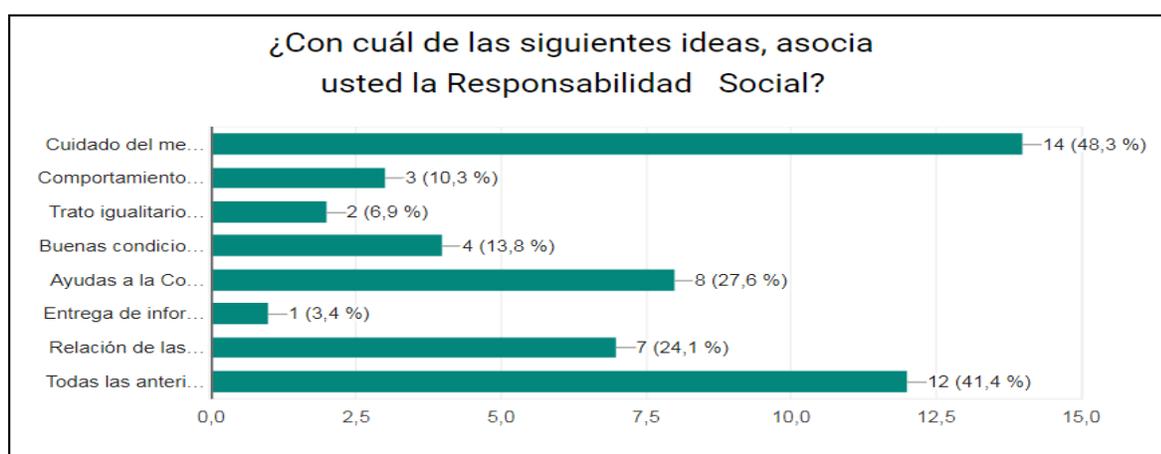


Gráfico No. 31 Resultados obtenidos sobre las ideas con que asocian la RS
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXI. ¿Cree usted que la RS debes ser aplicada por?

Tipo de empresas	Frecuencia	Por ciento %
Las empresas privadas	3	10,3
Organismos públicos o gubernamentales	1	3,4
Las universidades	1	3,4
Las personas	0	0,0
Todas las anteriores	21	72,4
No sé	5	17,2
Total	31	106,7%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

En esta pregunta también se utilizó la casilla de verificación donde los encuestados podían responder más de una vez y, aunque lo hicieron muy poco es la razón por la que el porcentaje supera el 100%. En cuanto a quienes consideran deben aplicar la RS, ninguno de los encuestados se refirió a las personas, el 3,4% entiende que debe ser aplicada por las universidades al igual que los organismos públicos con 3,4% también, 10,3% las empresas privadas, mientras que el 72,4% asume que debe ser aplicada por todos los tipos de empresas, sin embargo, el 17,2% dijo no saber. En esta ocasión, tanto los resultados de pregrado como de postgrado son similares.

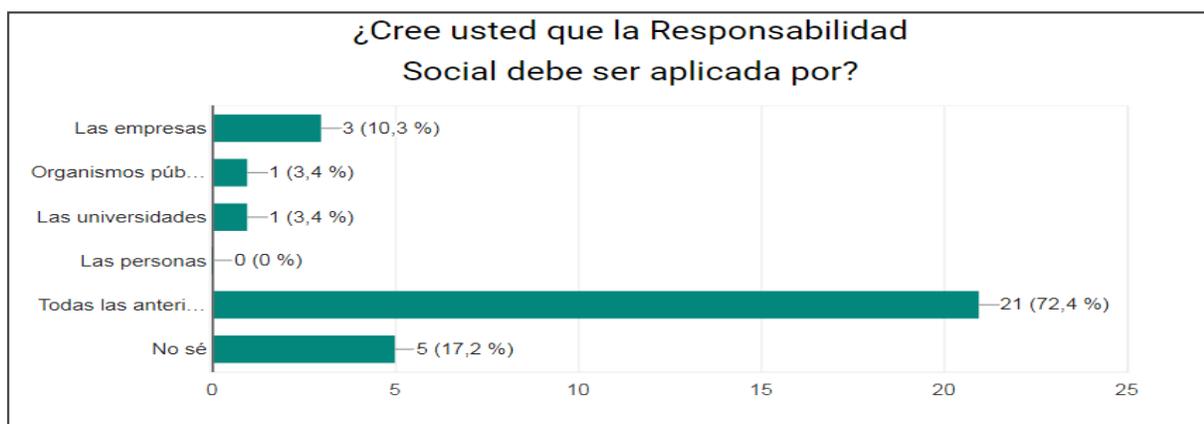


Gráfico No. 32 Resultados obtenidos sobre las ideas con que asocian la RS
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Segunda Parte. Prácticas de RS de la UCAB

Tabla No. XXXII ¿Qué puntuación le asigna a UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable?

Puntuación	Frecuencia	Porcentaje %
1 Pésimo	0	0
2 Muy malo	0	0
3 Malo	1	3,4
4 Regular	3	10,3
5 Bueno	6	20,7
6 Muy bueno	15	51,7
7 Excelente	4	13,8
Total	29	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Con respecto a la puntuación que los encuestados le asignan a la UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable el 51,7% lo percibe como muy bueno, 20,7% bueno y el 13,8% excelente, 10,3% regular y 3,4% como malo. Entonces, en este gráfico queda demostrado que la percepción que tienen los estudiantes del postgrado de comunicación Organizacional frente al comportamiento socialmente responsable de la universidad tiene una valoración positiva. Este gráfico también tiene un porcentaje similar al de pregrado.

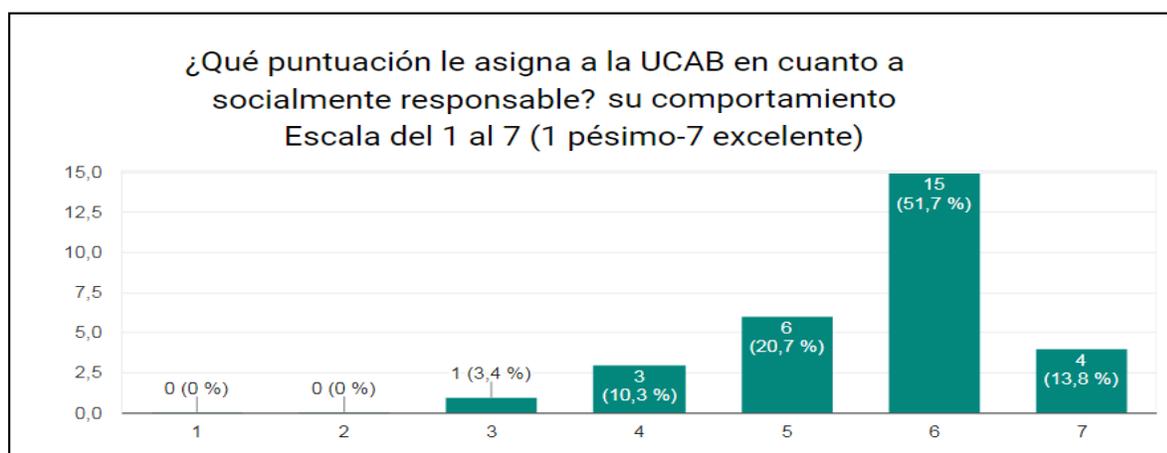


Gráfico No. 33 Resultados obtenidos sobre la percepción del cumplimiento de la RS de la UCAB
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXIII. ¿Considera que la UCAB cumple las funciones universitarias de docencia, investigación?

Consideración	Frecuencia	Porcentaje %
Si	21	72,4
No	0	0
No sé	8	27,6
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

En cuanto al cumplimiento de las funciones tradicionales de la universidad en docencia, investigación, vinculación-extensión y gestión, el público encuestado considera que la UCAB si cumple en un 72,4%, en cambio, el 27,6% entiende que no, consideración también parecida a los resultados de los encuestados de pregrado.

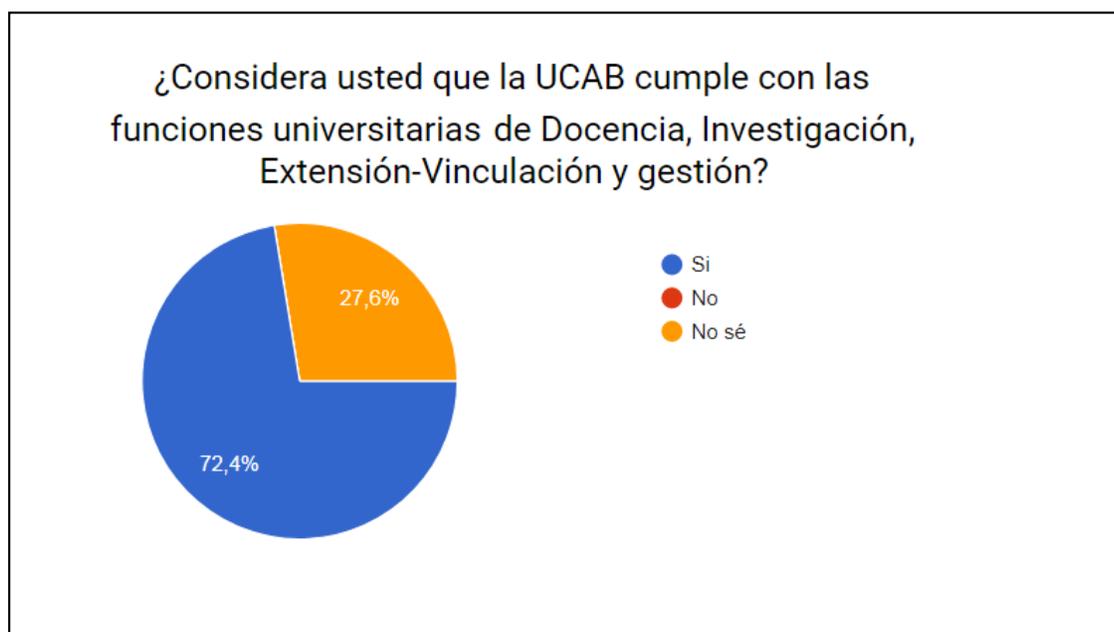


Gráfico No. 34 Resultados obtenidos sobre el cumplimiento de las funciones universitarias.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXIV ¿Tiene usted en su pensum asignatura de RS?

Materia de RS	Frecuencia	Porcentaje %
Si	28	96,6
No	1	3,4
No sé	0	0,0
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017

En cuanto al conocimiento que tienen los encuestados de postgrado sobre si tienen o no tienen asignaturas de RS en su pensum el 96,6% dijo que sí y un 3,4% que no. Esto demuestra que los estudiantes de postgrado manejan mejor información con respecto a sus carreras que los estudiantes de pregrado ya que un 53,8% de ellos dijo tienen o no saben o no saben sobre esa materia.

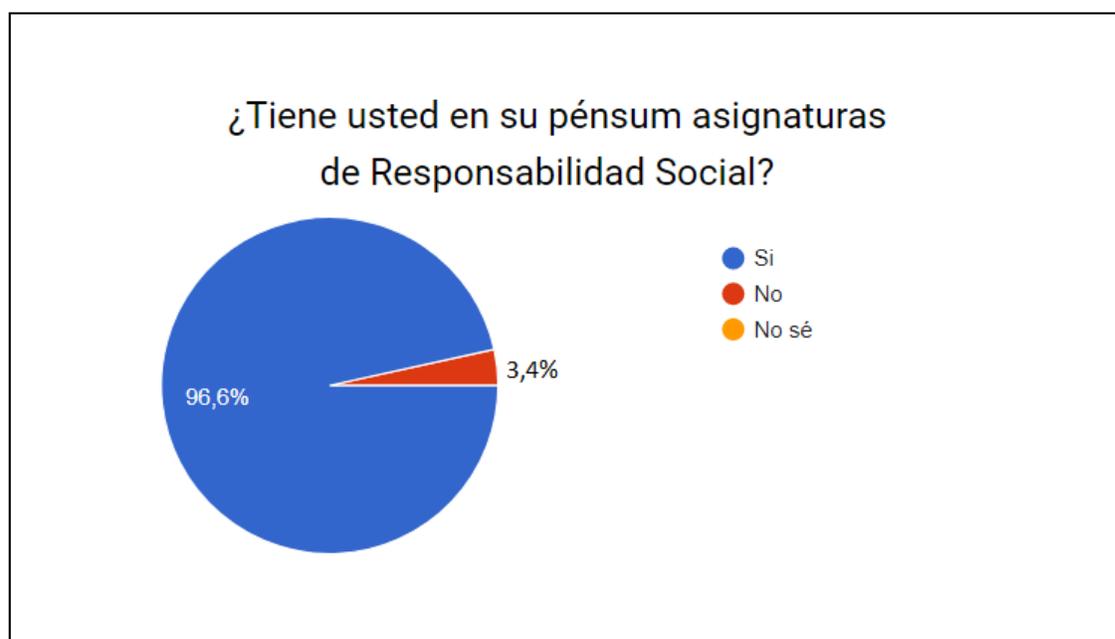


Gráfico No. 35 Resultados obtenidos sobre la materia de RS de los estudiantes de postgrado. Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXV. ¿Considera que UCAB forma estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral?

Consideración	Frecuencia	Porcentaje %
Si	23	79,3
No	6	20,7
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Según los resultados arrojados, la consideración que tienen los encuestados de postgrado, al igual que los de pregrado sobre si la UCAB forma lo suficientemente bien a sus estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral fue sí en un 79,3% y no en un 20,7%. Las razones por las cuales el 20,7% considera que no se conocerán en el gráfico de la siguiente página.



Gráfico No. 36 Resultados obtenidos sobre la formación para el desempeño de los estudiantes.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXVI Si su respuesta anterior fue No ¿Qué le hace falta a UCAB para lograrlo?

Sugerencias	Frecuencia	Por ciento %
Materias más prácticas	5	83,3
Aprovechar mejor el tiempo	1	16,7
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje de encuestados que considera que la UCAB no forma lo suficientemente bien a sus estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral, justificaron su respuesta que se clasificaron en dos categorías que son materias más prácticas con el 83,3% y que la UCAB debe aprovechar mejor el tiempo en un 16,7%. Entonces, en cuanto a la categoría de materia más prácticas, tanto la encuesta de pregrado como la postgrado proponen ideas con el mismo sentido, coincidiendo en que la UCAB debe impartir materias más prácticas para mejorar el desempeño de sus estudiantes en sus áreas de trabajo.

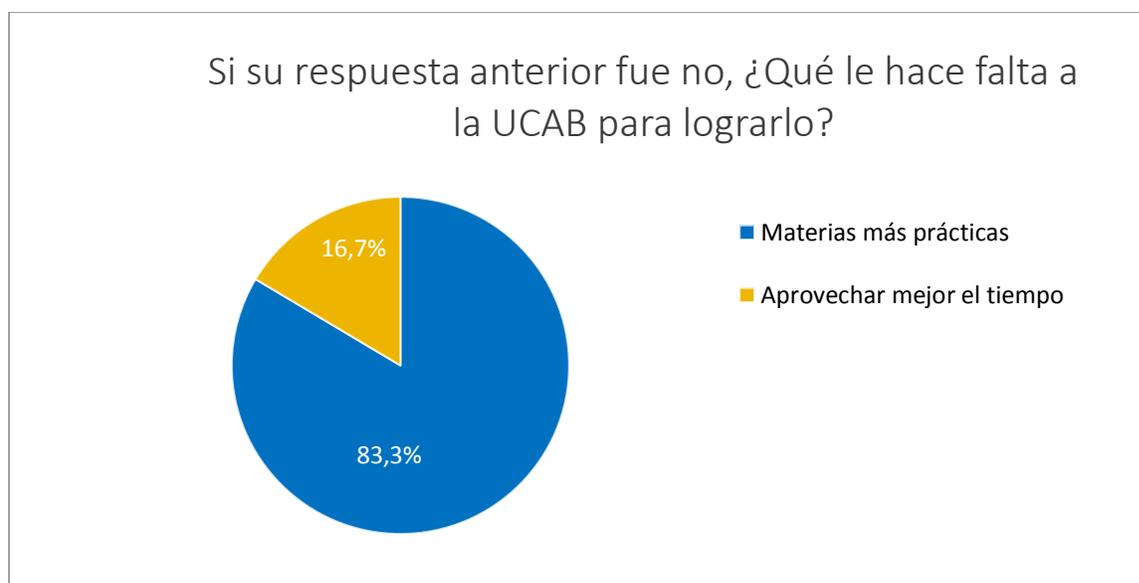


Gráfico No. 37 Resultados obtenidos sobre la formación para el desempeño de los estudiantes. Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tercera Parte. Comunicación de la RS

Tabla No. XXXVII. ¿Mediante cuál o cuáles canales se entera usted de las informaciones sobre RS que emite la UCAB?

Canales	Frecuencia	Por ciento %
Página web de la UCAB	7	24,1
Revista informativas	4	13,8
Correos electrónicos	8	27,6
Redes sociales	19	65,5
Panfletos	1	3,4
Canal de Youtube	1	3,4
Reuniones	3	10,3
Por otra persona boca a boca	3	10,3
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguno	3	10,3
Total	49	158,4 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Como en casos anteriores, en este gráfico se excede en frecuencia y por ciento ya que fue una pregunta con la opción de casilla de verificación donde los encuestados podían seleccionar más de una respuesta. De los canales que utiliza la UCAB para difundir sus informaciones, el más utilizado por los estudiantes de postgrado son sus redes sociales con un 65,5%, el correo electrónico 27,6%, página web de la universidad 24,1%, revistas informativas 13,8%, reuniones y los que se enteran por otra persona 10,3% cada una, canal de youtube y reuniones 3,4% cada uno y 0,0% todas las anteriores. En cambio, el 10,3% dijo no se entera de las informaciones de la UCAB.

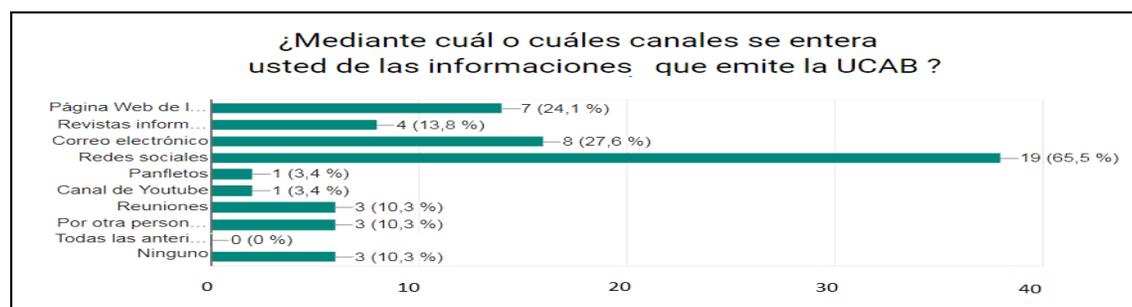


Gráfico No. 38 Resultados obtenidos sobre los canales de comunicación de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXVIII. ¿Conoce usted las siguientes publicaciones?

Publicaciones	Frecuencias	Porcientos %
Elucabista. Com	16	55,2
Blog parque social UCAB	1	3,4
Canal de Youtube	3	10,3
Pagina web de la UCAB	23	79,3
Sus redes sociales	17	58,6
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguno	1	3,4
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Aunque en el gráfico anterior los encuestados respondieron que el canal mediante el cual se enteran más de las informaciones que mite la UCAB son las redes sociales, en este, afirmaron que el que más conocen es la página web de la universidad con el 79,3% , seguido de las redes sociales con 58,6%, elucabista.com 55,2%, canal de youtube 10,3%, y el menos conocido el blog del Parque Social UCAB con 3,4%, igual porcentaje dijo que no conoce a ninguna de estas publicaciones y el 0,0% no las conoce todas a la vez. En cambio, los encuestados de pregrado conocen las redes sociales en primer lugar, luego la página web y después elucabista.com

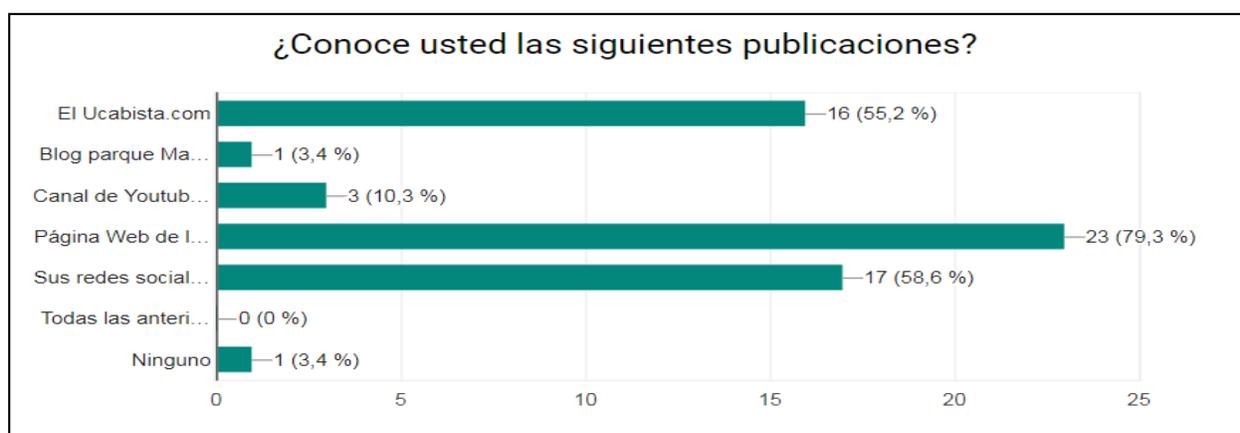


Gráfico No. 39 Resultados obtenidos sobre las publicaciones más conocidas de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XXXIX. ¿Con qué frecuencia los lee o ingresa a los mismos?

Frecuencia	Frecuencia	Por ciento %
Siempre	3	10,3
A veces	22	75,9
Nunca	4	13,8
Total	130	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

La frecuencia con que los encuestados de postgrado leen los medios de comunicación de la UCAB que conocen es de 75,9% a veces y 10,3% siempre. Sin embargo, el 13,8 restante aunque conoce los medios no los lee nunca al igual que los estudiantes de pregrado. Las razones de por qué solo los leen a veces o nunca se conocerán en el gráfico no. 40.



Gráfico No. 40. Resultados obtenidos sobre la frecuencia con que leen los medios de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XL. Si responde a veces o nunca ¿Por qué no lee o ingresa a sus páginas?

Razones	Frecuencia	Por ciento %
Porque no lo conozco	3	11,5
No sabes cuándo o dónde lo publican	4	15,4
No le gusta su contenido	11	42,3
No está interesado	5	19,2
Otro: Falta de tiempo	3	11,5
Total	26	100 %

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje de estudiantes que respondió solo leer los medio de comunicación de la UCAB y otros que no lo hacen nunca, La mayoría dijo que no los lee porque no les gusta su contenido en un 42,3%, otros no están interesados en un 19,2, el 15,4% no sabe cuándo ni dónde hacen estas publicaciones y los que no lo conocen o alega o se justifican por la falta de tiempo tienen el 11,5% cada uno.

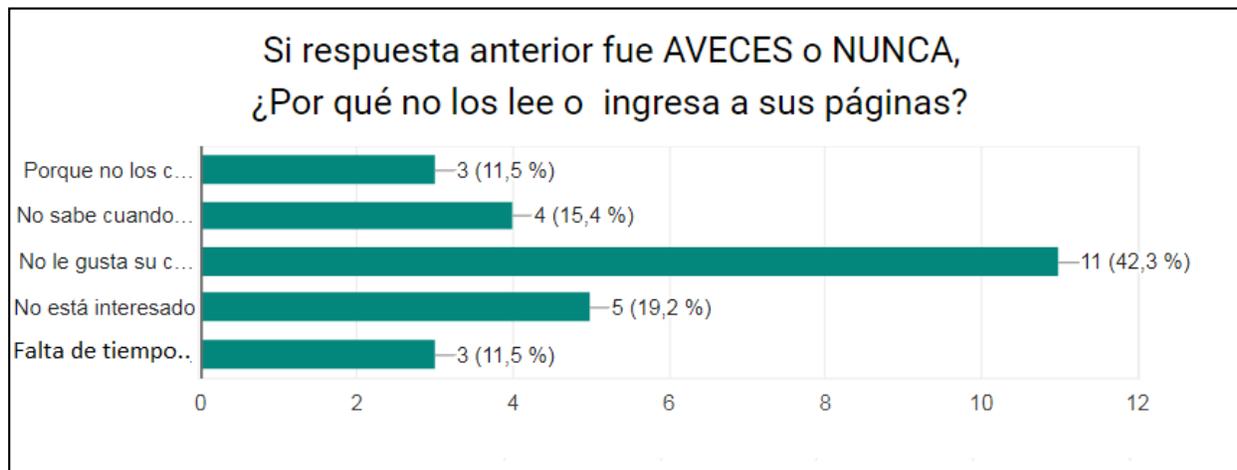


Gráfico No. 41 Resultados obtenidos sobre la frecuencia con que leen los medios de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLI. De las siguientes direcciones de la UCAB, ¿De cuáles ha escuchado hablar?

Direcciones	Frecuencia	Por ciento
Dirección de comunicaciones	20	69,0
Dirección de Proyección de la RS	2	6,9
Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias	4	13,8
Dirección de Comunicación y Extensión social	2	6,9
Dirección de Programas y Proyectos Sociales	5	17,2
Dirección de Sustentabilidad Ambiental	2	6,9
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguna	8	27,6
Total	43	148,3%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Sobre el conocimiento de las direcciones de la UCAB que se encargan de la comunicación y la RS, los encuestados conocen la Dirección de Comunicaciones en un 69%, sin embargo, las demás son poco conocidas ya que solo el 17,2% conoce la Dirección de Programas y Proyectos Sociales, 13,8% la dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias, el 6,9% conoce las Direcciones de Sustentabilidad Ambiental, la Dirección de Promoción de la RS y la Dirección de Comunicaciones de Extensión social. El 27,6% no conoce ninguna de estas direcciones y el 0,0% no las conoce todas a la vez. A diferencia de la encuesta de pregrado, sus encuestados tienen más conocimientos sobre estas direcciones, principalmente sobre la de Sustentabilidad ambiental.



Gráfico No. 42 Resultados obtenidos sobre las direcciones de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLII. ¿Sabe usted a qué se dedican esas direcciones?

¿Sabe a qué se dedican esas direcciones?	Frecuencia	Por ciento %
Si	6	20,7
No	13	44,8
Solo la que marqué anteriormente	10	34,5
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Sobre si saben a qué se dedican las direcciones, los encuestados respondieron que no en un 44,8%, solo las que seleccionaron 34,5% y los que sí saben que equivalen al menos porcentaje está el 20,7%. Este gráfico también guardo mucha similitud en cuanto a los datos arrojados en la encuesta de pregrado.

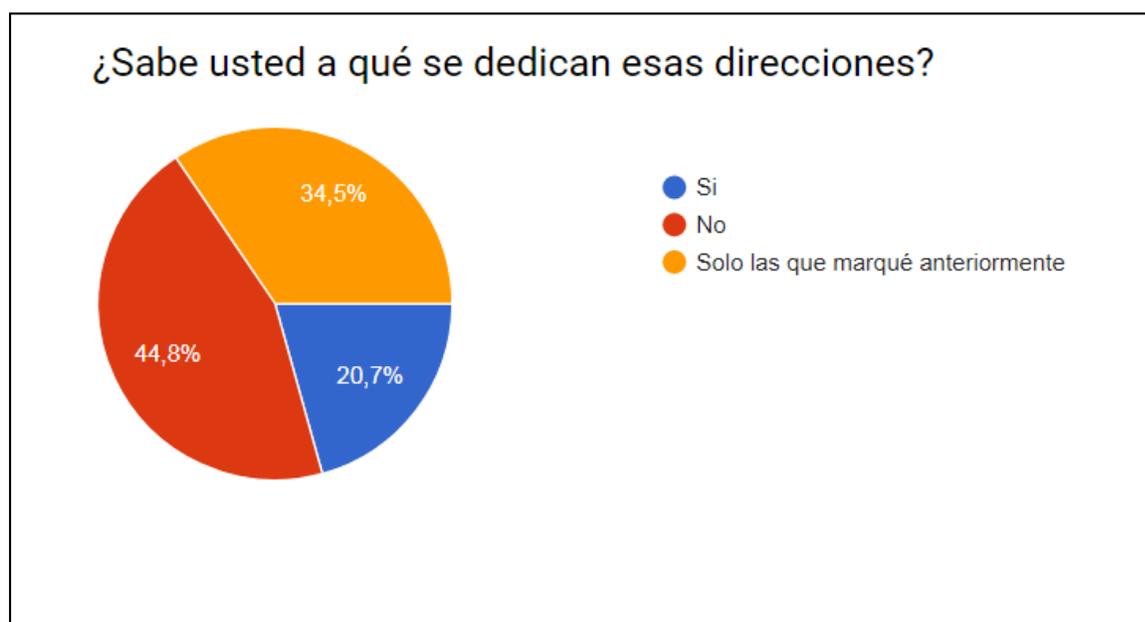


Gráfico No. 43 Resultados obtenidos sobre si saben a que se dedican las direcciones de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLIII. De los siguientes programas, selecciones de los que ha escuchado hablar o conoce.

Programas de la UCAB	Frecuencia	Por ciento %
Parque Social Manuel Aguirre	4	14,3
Programa Andrés Bello	4	14,3
Programa de cooperación económica	3	10,7
Plan 20-20	31	25,7
Atención a estudiantes discapacitados	2	7,1
Programa avanzado de derechos humanos	3	10,7
Línea pedagógica	1	3,6
Cátedra de compromiso social	2	7,1
Voluntariado de acción estudiantil	9	32,1
Programa de secretaria social	3	10,7
UCAB sustentable	3	10,7
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguno	12	42,9
Total	77	188,1

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Para saber el conocimiento que tienen los *Stakeholders* internos de la UCAB sobre los programas de RSU de la UCAB se procedió a preguntar al respecto. En este caso, los encuestados seleccionaron varias de las opciones elevando la frecuencia y el porcentaje. El programa más conocido por parte de los encuestados de postgrado es el Plan 20-20 con el 35,7%, luego sigue el Voluntariado de Acción Estudiantil con 32,1%, seguido del Parque Social y Programa Andrés Bello que tienen 14,3% cada uno, le Cooperación Económica, Programa avanzado de DDHH, Programa de Secretaría Social y UCAB sustentable tienen 10,7% cada uno. En tanto, el Programa de Atención al Estudiante Discapacitado obtuvo 7,1% al igual que la Cátedra de Compromiso social con 7,1% y la línea pedagógica 3,6%. Sin embargo, los que no conocen ninguno de estos programas tiene un porcentaje de 42,9%.

Este gráfico marca como diferencia el conocimiento que poseen los estudiantes de pregrado y postgrado ya que los de pregrado conocen más el Programa de Cooperación Económica por su interés en la beca-trabajo, mientras el programa más conocido por los

estudiantes de postgrado es el 20-20. A pesar de esto, ambas encuestas tienen algo en común y es al alto porcentaje de estudiantes que no conocen ninguno de estos programas.

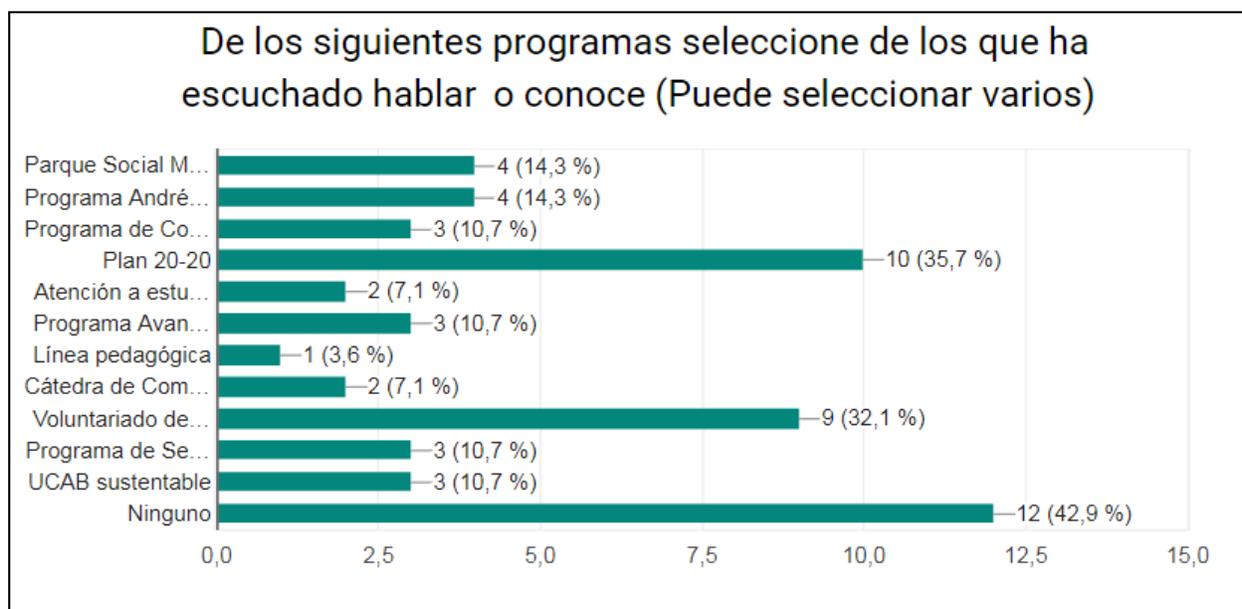


Gráfico No. 44 Resultados obtenidos sobre si saben a que se dedican las direcciones de la UCAB. Elaboración propia. Caracas, 2017.

Cuarta Parte. Percepción de los Stakeholders Internos

Tabla No. XLIV ¿Ha recibido usted o alguien que conozca beneficios de las acciones de RS de la UCAB?

¿Ha recibido beneficios?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	5	17,2
No	24	82,8
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Sobre los beneficios que proporciona la UCAB a través de sus diferentes programas de RS, los encuestados respondieron que s han recibido o al menos conocen a alguien beneficiado en un 17,2%, mientras el 82,8% no ha recibido ni conoce a alguien beneficiado al igual que los encuestado de pregrado. Sin embargo quienes afirmaron recibir beneficios dijeron cuales han sido en el gráfico no. XLIV.

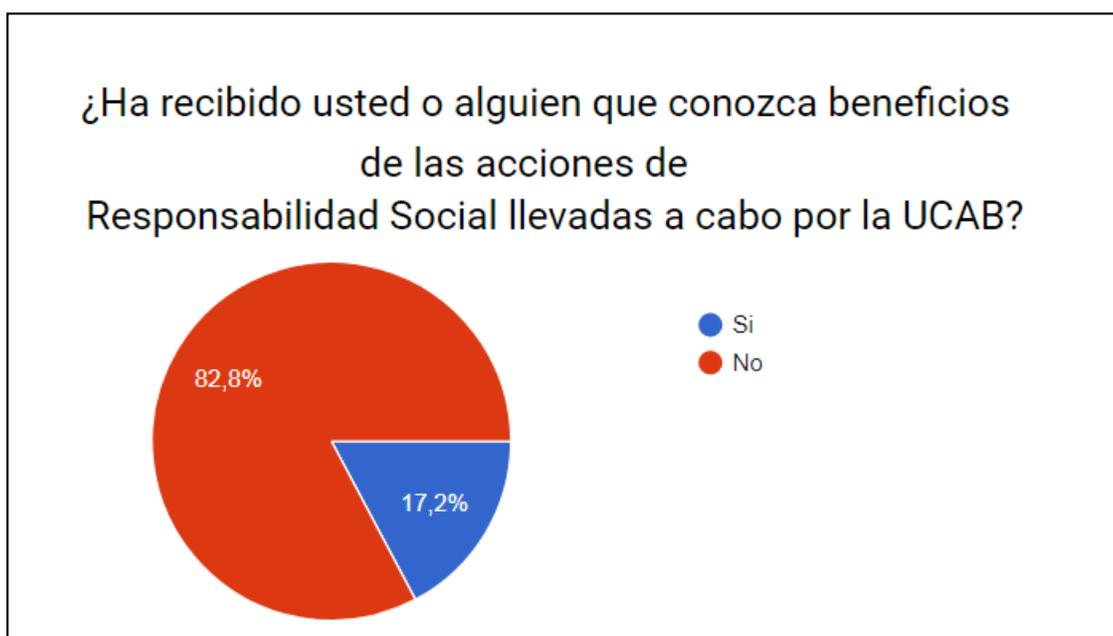


Gráfico No. 45 Resultados obtenidos sobre si han recibido beneficios de la RS de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLV. Si su respuesta anterior ¿Cuál o cuáles han sido esos beneficios?

Beneficios	Frecuencia	Por ciento %
Beca-trabajo	3	75
Ayuda a la comunidades aledañas	1	25
Total	4	100%

Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje de encuestados que afirmaron haber recibido beneficios o conocer al alguien beneficiado de la RSU de la UCAB, dijeron cuatro respuestas que se agruparon en dos categorías que son beca-trabajo equivalente al 75% y ayuda a las comunidades aledañas con 25%. Al igual que la encuesta de postgrado el mayor porcentaje no ha recibido beneficios de la RSU ni tampoco conoce a nadie beneficiado.

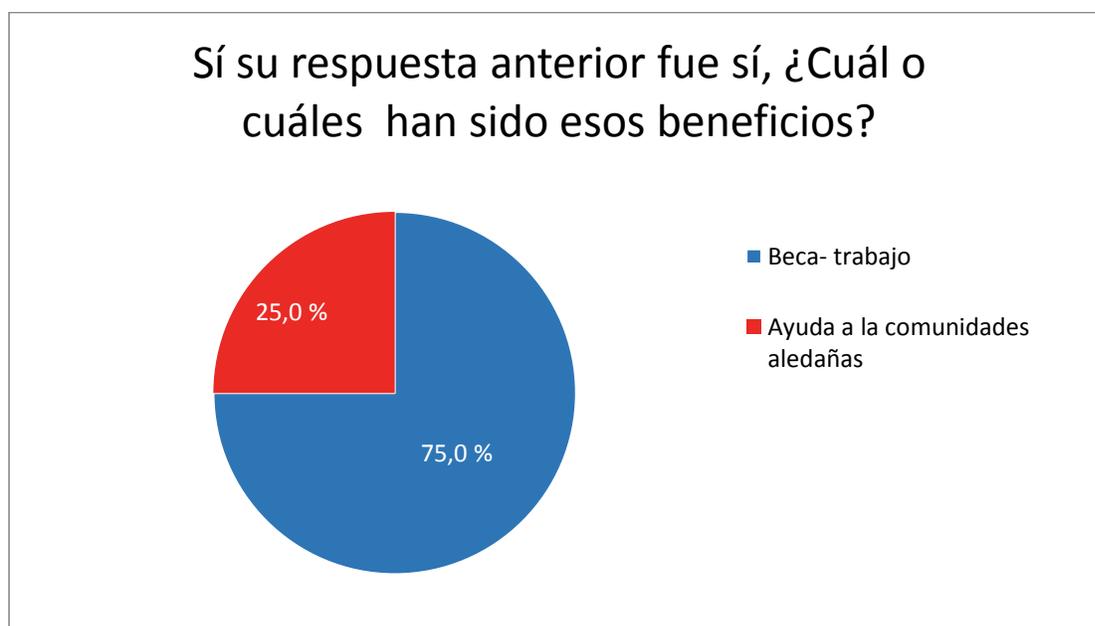


Gráfico No. 46 Resultados obtenidos sobre los beneficios de la RS de la UCAB.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLVI ¿Qué debería hacer o mejorar la UCAB, para proyectarse como una universidad socialmente responsable?

Propuestas	Frecuencia	Porciento %
Tener una revista exclusiva de RS	1	3,4
Realizar más actividades de RS	5	17,2
Publicar informaciones de RS, en elucabista.com	10	34,5
Publicar informaciones de RS en sus redes	13	44,8
Ofrecer más asignaturas y/o talleres de RS	6	20,7
Promover la investigación sobre la RS	7	24,1
Todas las anteriores	16	55,2
Total :	58	199,9%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Con respecto a qué debería hacer la UCAB para proyectarse como universidad socialmente responsable o comunicar mejor la labor que realiza en este sentido, los encuestados de postgrado optaron por seleccionar varias respuestas incrementando así la frecuencia y el porcentaje total. El mayor porcentaje fue para la selección de todas las propuestas plateadas en un 55,2%, principalmente publicar información de RS en sus redes sociales con un 44,8%, publicar informaciones de RS en elucabista.com con 34,5%, , promover la investigación de la RS 24,1%, ofrecer mas asignaturas y/o talleres sobre RS 20,7% y tener una revista exclusiva de RS 3,4%.

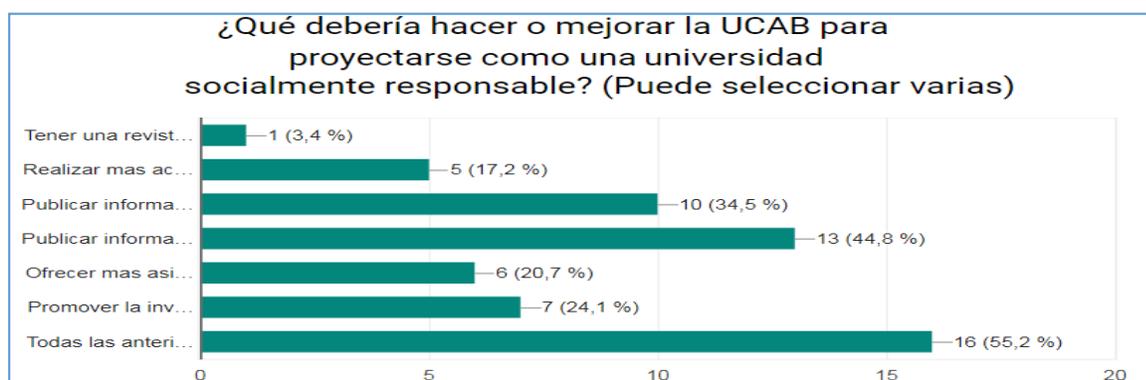


Gráfico No. 47 Resultados obtenidos sobre lo que debe mejorar la UCAB en RS.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLVII. ¿Considera usted a la UCAB una universidad socialmente responsable?

Consideración	Frecuencia	Porcentaje %
Si	26	89,7
No	3	10,3
Total	29	100%

Fuente: Elaboración propia, Caracas, 2017.

La percepción de los encuestados de postgrado es que consideran a la UCAB una universidad socialmente responsable en un 89,7% y los que no la consideran como tal 10,3%. Estos stakeholders comparten la misma percepción que los de pregrado.

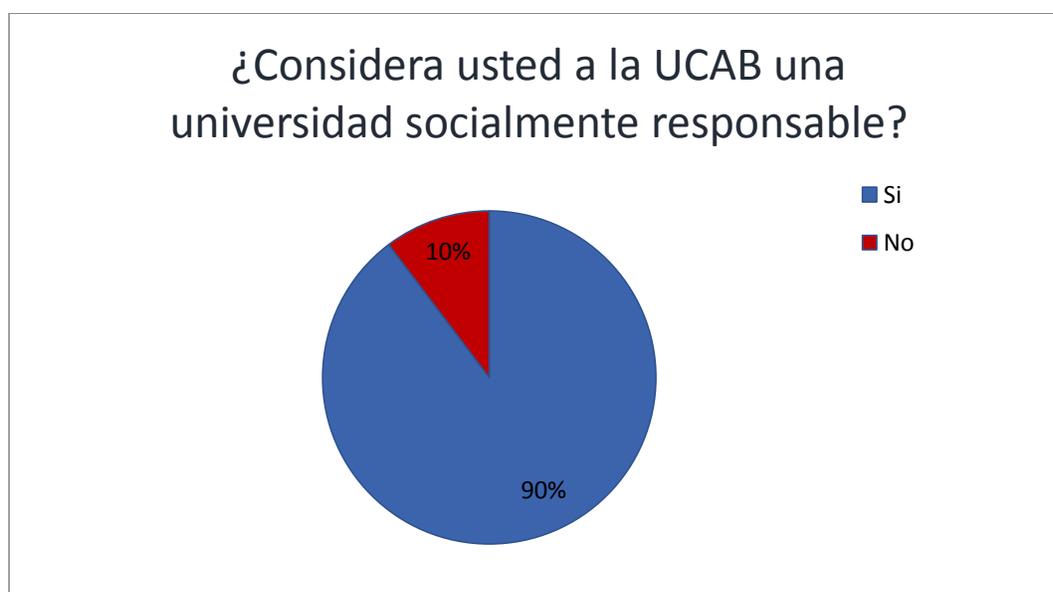


Gráfico No. 48 Resultados obtenidos sobre lo que debe mejorar la UCAB en RS.
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLVIII ¿Por qué sí?

Razones	Frecuencia	Porcentaje %
Por las funciones de la universidad	21	69,3
Por su comportamiento con la sociedad	8	19,2
Por las ayudas a la comunidad	3	11,5
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

Del porcentaje que considera la UCAB una universidad socialmente responsable justificaron sus respuestas con datos que se pudieron agrupar en tres categorías siendo su consideración positiva debido a las funciones de la universidad en un 69,3%, por su comportamiento con la sociedad 19,2% y por las ayudas a la comunidad un 11,5%.

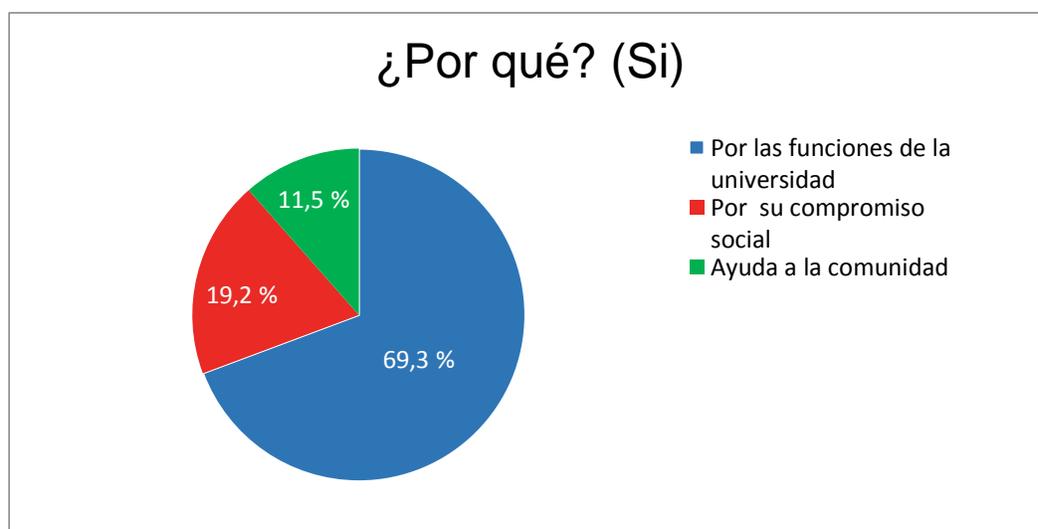


Gráfico No. 49 Resultados obtenidos sobre por qué consideran a la UCAB responsable
Elaboración propia. Caracas, 2017.

Tabla No. XLIX. ¿Por qué no?

Razones	Frecuencia	Porcentaje %
Por las funciones de la universidad	21	69,3
Por su comportamiento con la sociedad	8	19,2
Por las ayudas a la comunidad	3	11,5
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia. Caracas, 2017.

De los encuestados que no consideran a la UCAB como una universidad socialmente responsable, el 67,7% respondió porque no saben lo que hacen ya que no se publicita, mientras el 33,3% dijo que no la pueden considerar como socialmente responsable porque solo han escuchado decir cosas pero no comprenden que es la RS.



Gráfico No. 50 Resultados obtenidos sobre por qué No consideran a la UCAB responsable
Elaboración propia. Caracas, 2017.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados en esta investigación, a fin de conocer los factores incidentes en el desconocimiento de la RSU en los *stakeholders* internos de la UCAB, se pudo alcanzar cada uno de los objetivos propuestos y llegar a las siguientes conclusiones a través de los datos obtenidos tras la revisión documental, el análisis de las estructuras webs de medios digitales, la presencia en redes social y las encuestas sobre la percepción de la RS a los estudiantes de pre y postgrado de la UCAB:

- **Con respecto a las prácticas de RSU llevadas a cabo por la UCAB**, son suficientes para considerar a la universidad como socialmente responsable, sin embargo, para conocer la labor que realiza la universidad en este sentido, se requiere realizar una investigación profunda, ya que a nivel comunicacional la organización tiene fallas, lo que presenta una dificultad para conocerlas. En cuanto al conocimiento de los *stakeholders* internos sobre las prácticas de RS de esta universidad, los directivos de departamentos relacionados a la comunicación y la RS están bien informados sobre las actividades sociales de la UCAB, no obstante, se les dificulta ofrecer un concepto claro sobre qué es la RSU. En cambio, a través de la encuesta se pudo demostrar que los estudiantes de pregrado tienen un conocimiento de muy malo a regular acerca de la RS y los de postgrado tienen mayor conocimiento en este tema, sin embargo, ninguno de los dos grupos conoce bien la labor de RSU de la UCAB que se realiza a través de los diferentes programas con que cuenta y que fueron detallados en la revisión documental. Aunque los directivos entienden que es importante y necesaria la comunicación de la RS que realiza la UCAB, no la ejecutan eficientemente, el mejor trabajo en este sentido es el de la dirección de comunicaciones, no obstante, éste órgano no recibe tanta información de RS de las demás direcciones.

- **Sobre los medios, contenidos y frecuencia que utiliza la UCAB para difundir las informaciones de RSU** que lleva a cabo, se encontraron varios canales, siendo su página web el principal medio, ya que identifica a la universidad como marca, empero, tiene deficiencias en su estructura debido a que no presenta un orden lógico en su contenido, no muestra información que presente la labor de la universidad en cuanto a RS se refiere de forma clara y tampoco tiene enlaces con los demás canales que la universidad utiliza. Tampoco se pudo medir la frecuencia con que se actualiza y aunque es el medio principal, es el segundo más conocido por parte de los estudiantes porque los más utilizados son las redes sociales, en especial twitter, que tiene buena calidad en sus contenidos, actualiza sus informaciones con frecuencia, sin embargo, refleja poca interacción por parte de sus seguidores y las informaciones sobre RSU observadas han sido muy pocas. En tanto, el twitter de la dirección de sustentabilidad ambiental es el que guarda mas coherencia entre lo que dijo su director y el tipo de información que contiene. El tercer canal más conocido es la revista digital elucabista.com que también tiene deficiencias en su estructura ya que varias secciones repite las mismas publicaciones, no tiene información de contacto adecuada ni tampoco tiene enlaces suficientes con los demás canales de la universidad. En cuanto al blog del Parque Social UCAB, es el que posee la estructura más débil, menor frecuencia en sus publicaciones, errores de sintaxis y ofrece un contenido que no llama la atención. Por otro lado, el blog tiene por nombre Parque Social UCAB cuando el verdadero nombre es Parque Manuel Aguirre, datos que no se corresponden con las informaciones que ofreció su encargada María Fernanda Mujica en la entrevista, ya que afirmó actualizar el blog semanal o quincenalmente y dar a conocer las actividades socialmente responsables de la UCAB. La universidad también cuenta con un canal de *youtube* pero es poco conocido. Cabe resaltar que un porcentaje considerable de sus *stakeholders* internos no conoce ninguno de estos medios y por tanto no se entera de las informaciones que emite la UCAB, sobre todo las relacionadas a la RSU. En cambio, algunos estudiantes se enteran de las informaciones por medio de otras personas, reuniones, correo

electrónico y panfletos. La mayoría de los estudiantes no lee estos medios porque no están interesados ya que no les gusta el contenido que ofrecen.

- **En cuanto a la percepción de los *stakeholders* internos sobre la RSU de la UCAB.** Aunque los estudiantes de pregrado comunicación social de la UCAB tienen un conocimiento de la RS entre regular y malo, al igual que los estudiantes de postgrado consideran tener un buen conocimiento al respecto y perciben a la UCAB como socialmente responsable. Los de pregrado justifican esta respuesta por la beca-trabajo que han recibido algunos o la cooperación económica y mínimamente por las ayudas a las comunidades, en cambio los pocos estudiantes que no consideran a la UCAB como socialmente responsable, lo hacen porque no conocen las actividades que realiza en RSU y porque tampoco pueden clasificarla como tal si no conocen con exactitud qué es la RS.

A modo general, se puede decir que la UCAB es considerada una universidad socialmente responsable por sus *stakeholders* internos. Para sus directivos la RSU no se conoce lo suficientemente bien en los estudiantes porque no están interesados, porque hay una avalancha de información, pero las informaciones relacionadas a la RSU no se publicitan, datos que coinciden con el pensar de los estudiantes. La UCAB utiliza suficientes medios digitales de comunicación, sin embargo, su página web, el blog del Parque social UCAB y elcabista.com presentan fallos en sus estructuras, lo que a la final provoca que los estudiantes no estén interesados en los mismos. Los medios de comunicación de la UCAB publican mayormente informaciones relacionadas con las funciones tradicionales de la universidad, en especial en las categorías de docencia y gestión organizacional, lo que se puede considerar como bueno, sin embargo, hace falta más información que promueva la RS como tal, que se haga mayor mención del concepto para que sus *stakeholders* conozcan mas del mismo y las labores que realiza la universidad en este aspecto.

Entonces, se puede considerar que los factores incidentes que provocan el desconocimiento de la RSU de la UCAB en los *stakeholders* internos, se debe a una falla intencional de la comunicación, ya que los mensajes de RSU casi no se publicitan y además sus medios tienen estructuras disfuncionales y contenidos que deben mejorarse.

RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones obtenidas en esta investigación y con objetivo de colaborar en la mejora del conocimiento de la RSU en los *stakeholders* internos, se recomienda lo siguiente en base a los resultados obtenidos de las opiniones de los directivos de los departamentos de comunicaciones y RS de la UCAB, de los estudiantes de comunicación social de pregrado y postgrado y de las sugerencias de la investigadora:

- **Impulsar el conocimiento de la RS:** Que la universidad imparta más materias de RS, haciendo énfasis en los tipos de RS que existen y sus implicaciones éticas, a fin de que los estudiantes entiendan que esta labor debe realizarse primero en las personas en todos sus contextos. También para que estos *stakeholders* internos tengan otra visión de la RSU y puedan comprender mejor lo que hace la universidad en este sentido, principalmente las actividades del Parque Social Manuel Aguirre, los programas de RSU de la universidad como también las direcciones encargadas de la comunicación y la promoción de la RSU, en otras palabras, que puedan conocer mejor a la universidad y su compromiso social. También se recomienda la creación de un observatorio de RS, así las buenas prácticas se replicarían dentro y fuera de la organización, generando un entorno agradable donde cada *Stakeholders* se sienta satisfecho.
- **Renovar los pensum de las diferentes carreras con materias acorde a los tiempos:** Que la UCAB imparta materias más prácticas sobre las carreras que cursan y sobre RS y RS comunicativa, con el objetivo de que los estudiantes pueden tener mejor desempeño en el área laboral relacionada con la carrera que cursan, ya que preocuparse y desarrollarse en este sentido hace a la universidad más responsable.

- **Modificar los canales de comunicación:** Reestructurar todos los canales de comunicación de UCAB, por ejemplo, la página web con información ordenada de manera lógica, con una sección dedicada a la RSU donde se encuentre detallado desde la historia socialmente responsable de la universidad como también destacar el Parque social Manuel Aguirre, poner un enlace del parque en cada uno de sus medios, destacar las direcciones mediante las cuales se lleva a cabo esta labor: Dirección de promoción de la RS, dirección de programas y proyectos sociales, dirección de proyección y relaciones comunitarias y la dirección de sustentabilidad ambiental. También se recomienda a la revista digital elucabista.com colocar información diferente en cada una de sus secciones ya que repite el contenido en varias. A las redes sociales, al igual que todos los demás medios se sugiere poner los enlaces de todos los canales en cada una, a fin de que los públicos puedan conocer los medios y optar por informarse a través del que más le agrada. En tanto, al blog del Parque social UCAB se recomienda dar un toque más estético al mismo, con otra tipografía y que su contenido en verdad muestre la labor del parque a través de los diferentes órganos que lo componen, con contenido más llamativo, fotos de mejor calidad y videos testimoniales, estas últimas recomendaciones aplican a todos los canales, ya que en especial los videos testimoniales son una de las mejores herramientas para mostrar las acciones de la UCAB en cuanto a RSU se refiere porque a la gente no le gusta leer.
- **Optimizar la forma en que se comunica:** Pensar primero en la calidad antes que en la cantidad. Que las diferentes direcciones de la universidad que se encargan de la promoción temas de la RS, trabajen en concordancia con la dirección principal de comunicaciones de la institución y que las informaciones que se difunden a través de los diferentes canales de la UCAB, están mayormente enfocadas en la categoría de docencia y gestión, sin embargo, deben dar relevancia también a la investigación y sobre todo a la vinculación-extensión para que se conozcan las actividades que realiza la UCAB a favor de la sociedad.

También hacer mayores publicaciones referentes a la sustentabilidad ambiental de la universidad, ya que han tenido buenas iniciativas que valen la pena dar a conocer. Por otro lado, se sugiere controlar la frecuencia con que se comunica, medios como el twitter hacen demasiadas publicaciones, lo que puede saturar a los usuarios y se dificulta procesarlas. En cambio, se sugiere publicar mayor información de RSU.

- **Realizar actividades de RS en el campus universitario:** Esto para motivar a sus *stakeholders* internos y la investigación. Dichas actividades podrían ser prácticas relacionadas con sus carreras basadas en el tema de la RS a modo de concurso y con premiaciones para llamar más la atención de los estudiantes y de los medios, porque aunque esta investigación se centra en la parte interna, todas las recomendaciones, en especial las de mejorar la comunicación, ayudaran a que la UCAB se proyecte como socialmente responsable hacia sus *stakeholders* externos y la comunidad global.

Con estas recomendaciones, enfocadas primero en promover el conocimiento de la RS, la RSU de la UCAB, la optimización de los canales de comunicación y la forma en que se comunica, persiguen mejorar el conocimiento de la RSU de la UCAB en sus públicos internos para que luego esto repercuta de manera positiva hasta sus públicos externos.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, José (2006). "Dirección por Implicación (DPI), el cambio estratégico para competir en la sociedad del conocimiento". Pirámide. Madrid. España.

Andrade Horacio (2005). "Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica". Editorial netbiblo S, L. Coruña.

Argandoña, Antonio (2007). "Responsabilidad Social de la Empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa?". Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Documentación Social, No. 146.

Atehortúa, Federico (2008). "Responsabilidad Social Empresaria: Entre la Ética Discursiva y la Racionalidad Técnica". Revista EAN, No. 62. Enero-Abril.

Baca, H. (2015). "Responsabilidad social universitaria: Propuesta conceptual y Medición en el ámbito de una universidad privada de Lima-Perú". Sevilla.

Baranano, Margarita (2009). "Contexto, Concepto y Dilemas de la Responsabilidad Social de las Empresas Transnacionales Europeas: Una aproximación sociológica". Cuadernos de Relaciones Laborales. Vol. 27, No. 1.

Bowen, Howard (1953). "Social Responsibilities of the BuNew York. Harpes and Brothers.

Bruni, Josefina (2015). "La Gran Inflexión: La Responsabilidad Social en el siglo XX". Debates IESA, Vol. XX, número 44. Abril-junio. Recuperado el 1/08/17 de: <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/2015-2-brunicelli.pdf>

Caira, Norma; Lescher Isaías; Lescher Marilyn (2015). "La Responsabilidad Social Universitaria en Maracaibo Venezuela". Universidad Rafael Beloso Chacín. Maracaibo, Venezuela.

Carasquero, Cinthia; Carvallo Belkis; Mavárez, Ramón; Rojas, Ligibther (2008). "La Responsabilidad Social Universitaria como Estrategia de Vinculación con su Entono". Zulia, Maracaibo.

Castaño, Esther (2011). "Comunicar la Responsabilidad Social, una opción de éxito empresarial poco explorada. Revista Lasallista de Investigación, Julio-Diciembre.

Castro, Cristina; Marín Freddy; Senior, Alexia (2016). "La Responsabilidad Social en la Gestión Universitaria: Una Construcción Colectiva". Espacio Abierto del Cuaderno Venezolano de Sociología.

Clark, Maurice (1916). "The Changing Basis of Economic Responsibility". Journal of Political Economy. New York.

Comisión de Comunidades Europeas (2001). "Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de la Empresa". Bruselas

Comunidades Europeas (2000). "Libro Blanco Sobre Responsabilidad Ambiental". Italia: Luxemburgo.

Contreras, Hectony (2016). "La Comunicación Organizacional" . Recuperado el 27/11/2017 de: <http://www.rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>

De la cuesta Gonzáles, Marta; Valor Martínez, Carmen (2003). "Responsabilidad Social de la Empresa, Concepto, Medición y Desarrollo en España". Revista ICE, noviembre 15-21

Espineria Pacheco y Asociados (2014). "Prácticas y Tendencias Actuales de Responsabilidad Social y Ambiental en Venezuela: IV Encuesta de Responsabilidad Social en Venezuela". Cuarta edición. Recuperado el 2/08/17 de: <https://www.pwc.com/ve/es/encuestas/assets/iv-encuesta-de-rse-en-venezuela-edicion-2014.pdf>

Freeman, R. Edward (1994). "The politics of stakeholder theory: some future directions". Business Ethics Quarterly.

Freeman, R. Edward (2005). "Stakeholder Theory". En Werhane, P. & Freeman, R.E. (Ed.) The Blackwell encyclopedia of management, vol. II Business Ethics, Oxford: Blackwell Publishing

Fundación Carolina (2006). "Responsabilidad en las Empresas. Una mirada desde España hacia América Latina". Documento de trabajo No. 7. Madrid. Recuperado el 2/8/2017 de: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/DT7.pdf>

Gaete, Ricardo (2015). "La Responsabilidad Social Universitaria: Una nueva mirada de la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Un estudio de caso. Universidad de Valladolid. Madrid, España.

Gaete, Ricardo (2010). "El Concepto de Responsabilidad Social Universitaria desde la Perspectiva de la Alta Dirección". Cuadernos de Administración, Universidad del Valle. Vol. 31, No. 53. Enero-Junio.

Guédez, Víctor (2014). "La RSE en perspectiva. Ideas para un diseño, implantación, desarrollo y evaluación". Alianza Social Venamcham - Fundación BBVA Provincial. Caracas, Venezuela.

Krippendorff, K. (1990). "Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica". Piados. Barcelona, España.

López, Fernando (2002). "El análisis de contenido como método de investigación". Revista de Educación, 4 166-179. Universidad de Huelva.

Madrakhimova, F.S. (2013). "Corporate Philanthropy". Global Conference on Business and Finance Proceedings. Vol. 8. No. 2.

Malhotra, Naresh (2004). "Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado". Cuarta Edición, de Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2004, P. 115.

Matten, Drink; Moon, Jeremy (2004). "Corporate Social Responsibility Educacion in Europe. Bussiness Ethics. P. 41.

Méndez, Charo (2003). "Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela Durante el Siglo XX". Strategos Consultores. Caracas.

Núñez, Montserrat; Alonso, Inmaculada (2006). "Propuesta de Indicadores de Responsabilidad Social Preventiva". Revista Universo Contabil, enero- abril, 90-102.

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) (2000). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. Francia: París.

Rivera Rodríguez, Hugo; Malaver, Marleny (2011). "La Organización: Los stakeholders y la Responsabilidad Social". Documento de investigación No. 97. Bogotá D.C.

Rodríguez, Alberto (2005). "Cómo hacer Responsabilidad Social Empresarial para la gente". Manual para la gerencia. Universidad Católica Andrés Bello, Konrad-Adenauer-Stiftung. Caracas, Venezuela.

Rodríguez, José (2010). "Responsabilidad Social Universitaria: Del discurso simbólico a los Desafíos Reales". La Coruna. Netbiblo.

Rojas, L. (2012). "Gestión de la Relaciones Públicas: Antecedentes, Naturaleza y Casos", 1ra edición. Santo Domingo, República Dominicana: Búho.

Server, Ricardo J.; Villalonga, Inmaculada (2005). "La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su Gestión Integrada". Ciriec-Espana, Noviembre, 137-161.

Soskis, B. (2010). "The pre- and early history of American corporate philanthropy". History of Corporate Responsibility Project Working Paper No. 3. Minneapolis: Center for Ethical Business Cultures.

Thompson, Iván (2008). "¿Qué es Comunicación?" Recuperado el 8/12/2017 de: <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>.

UNESCO. (2008). "Conferencia Regional de la Educación Superior". Cartagena, Colombia. Del 4 al 6 de Junio de 2008.

Vallaey, François. (2008). "Responsabilidad Social Universitaria: una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades". Revista Educación Superior y Sociedad.

Zicari, Adrián. (2006). "Responsabilidad Social Empresaria: del dicho al hecho. Poniéndole números a la responsabilidad social". Invenio, noviembre.

ANEXOS

Anexo A. Entrevista

ENTREVISTA para el estudio “Factores incidentes en el Desconocimiento de la Responsabilidad Social Universitaria en los Stakeholders Internos”. Caso Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Periodo 2016-2017

Entrevistadora: Cristal Segura- Postrado Com. Social C.I. 2288417 Tutor: Profesor Blas Fernández.

Nota: Sea tan sincero como le sea posible, reconocemos que no hay preguntas buenas ni malas. Si no sabe responder alguna de las preguntas también es válido.

1. **Diga si su dirección realiza funciones socialmente responsables y en qué áreas de la RS están enfocadas.**
2. **¿Cree usted que es importante que las universidades, en especial la UCAB, practiquen la Responsabilidad social? ¿Por qué?**
3. **¿Qué entiende usted por Responsabilidad social (RS)?**
4. **¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Universitaria (RSU)?**
5. **¿Cuál es la razón de ser de la dirección que tiene a su cargo?**
6. **¿La dirección de la cual usted se encuentra a cargo, emite informaciones (revista, boletín, blog, redes sociales, etc.) sobre las labores que realiza? Si es afirmativo, responda lo siguiente, siendo lo más explícito posible**

A) Nombre de la publicación, frecuencia con que la publican

B) En qué consiste la publicación, qué tipo de información difunde

C) Hacia quien va dirigida y con qué fin

7. **En caso de que la respuesta anterior sea NO, ¿Por qué su dirección no emite informaciones sobre la labor que realiza?**
8. **¿Considera usted que la comunicación de las funciones que realiza su dirección es necesaria? ¿Por qué?**
9. **Estudiantes han afirmado desconocer la RS que realiza la UCAB, ¿A qué cree usted que se deba este desconocimiento?**
10. **¿Qué cree usted debería hacer su dirección y la UCAB para mejorar el conocimiento de la RS?**

Anexo B. Encuesta**Universidad Católica Andrés Bello****Área de Estudios de Postgrado****Programa de Postgrado en comunicación organizacional**

Cristal Segura Grullón, C.I. 2288417, estudiante del postgrado en comunicación organizacional de la UCAB, realiza el estudio "Factores Incidentes en el Desconocimiento de la Responsabilidad Social Universitaria por parte de los Stakeholders Internos de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Período 2016-2017", a fin de identificar las posibles causas que provocan el desconocimiento de la Responsabilidad Social que ha venido llevando a cabo la universidad desde 1976. Una vez obtenidos los resultados de esta encuesta, se pretende aportar mejoras a la universidad en el aspecto comunicacional de esta labor. Por ello, es importante conocer la percepción y sugerencias de los estudiantes, en especial los de la carrera de de comunicación social de la universidad. Esto, debido a las características que exige esta carrera, se supone deben ser el grupo de stakeholders internos más actualizados sobre las informaciones emite la UCAB.

Recuerde que no existen respuestas buenas ni malas, las mismas quedan bajo total confidencialidad. Solo necesita completar cada una de ellas a fin de poder lograr el objetivo propuesto.

email:Cristalygrullon@gmail.com

IDENTIFICACIÓN

Edad: _____

Sexo: F: ____ M: ____

Semestre: _____

PRIMERA PARTE. CONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. ¿Ha escuchado usted hablar de la Responsabilidad Social?
 SI NO
2. ¿Cuál diría usted es su grado de conocimiento sobre la Responsabilidad Social?
 Escala del 1 al 7 (1 pésimo-7 excelente)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

3. Según lo que usted sabe o imagina, ¿Qué es la Responsabilidad Social?

4. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes ideas asocia usted la Responsabilidad social?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Cuidado al medio ambiente | <input type="checkbox"/> Ayudas a la comunidad |
| <input type="checkbox"/> Comportamiento ético | <input type="checkbox"/> Entrega de información a tiempo |
| <input type="checkbox"/> Trato igualitario a las personas | <input type="checkbox"/> Relación de las empresas con públicos |
| <input type="checkbox"/> Buenas condiciones Laborales | <input type="checkbox"/> Todas las anteriores |

5. ¿Cree usted que la Responsabilidad social debe ser aplicada por?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Las empresas | <input type="checkbox"/> Organismos públicos o Gubernamentales |
| <input type="checkbox"/> Universidades | <input type="checkbox"/> Todas las anteriores |
| <input type="checkbox"/> Las personas | <input type="checkbox"/> No se |

SEGUNDA PARTE. PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA UCAB

6. ¿Qué puntuación le pone a la UCAB en cuanto a su comportamiento socialmente responsable?

Escala del 1 al 7 (1 pésimo-7 excelente)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

7. ¿En qué ámbito entiende usted que la UCAB enfoca sus acciones de Responsabilidad Social?

8. ¿Considera usted que la UCAB cumple con las funciones universitarias de Docencia, Investigación, Extensión- Vinculación y Gestión?
 Si No No se
9. ¿Tiene usted en su pensum asignaturas sobre la Responsabilidad Social?
 SI NO No sé
10. ¿Considera usted que la UCAB forma a los estudiantes lo suficientemente bien para desempeñarse en el ámbito laboral?
 SI NO
11. En caso de ser no, ¿Qué cree usted le hace falta a la universidad para lograrlo?

TERCERA PARTE. COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

12. ¿A través de cuál o cuáles canales se entera usted de las informaciones sobre la UCAB?
 Página Web Panfletos
 Revistas informativas Canal de Youtube
 Correo electrónico Reuniones
 Redes sociales El Ucabista.com
 Otro _____
13. ¿Conoce usted las siguientes publicaciones?
 Elucabista.com Redes: Facebook, twitter e instagram
 Blog Parque Social UCAB Todas las anteriores
 Canal de Youtube UCABve Ninguno
 Página Web de la UCAB
14. ¿Con que frecuencia los lee o ingresa a los mismos?
 Siempre A veces Nunca
15. Si su respuesta anterior fue “A Veces” o “Nunca”, ¿Por qué no lo lee o ingresa a su página?
 No se da cuenta de su publicación Porque no los conozco
 No le gusta el contenido que tiene Otra _____

No le interesa

16. Marque las Direcciones de la UCAB de las que ha escuchado hablar

- Dirección de Comunicaciones
- Dirección de Promoción de Responsabilidad Social
- Dirección de Proyección y Relaciones Comunitarias
- Dirección de comunicaciones de Extensión Social
- Dirección de Programas y Proyectos Sociales
- Dirección de Sustentabilidad Ambiental

17. ¿Sabe usted a que se dedican esas direcciones?

- SI NO Sólo las que marqué anteriormente

18. De los siguientes programas marque los que conoce o a escuchado hablar:

- Parque social Manuel Aguirre
- Programa Andrés Bello
- Campaña Amigo Solidario
- Programa de Cooperación Económica
- Programa de Secretaria Social
- Voluntariado de Acción Estudiantil
- UCAB Sustentable
- Ninguno
- Cátedras de Compromiso Social
- Línea Pedagógica
- Programa avanzado en DDHH
- Atención Est. Discapacitados
- Plan 20-20
- Todas las anteriores

CUARTA PARTE. PERCEPCIÓN DE LOS STAKEHOLDERS INTERNOS

19. ¿Ha recibido usted o alguien que conozca beneficios de las acciones de Responsabilidad Social llevadas a cabo por la universidad?

- SI NO

20. Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuál o cuáles han sido esos beneficios?

21. ¿Qué debería hacer la UCAB para proyectarse como universidad socialmente responsable?

- Tener una revista exclusiva de RS
- Realizar más actividades de RS
- Publicar inf. De RS en elucabista.com y página web
- Publicar inf. De RS en sus redes

- Ofrecer más asignaturas y/o talleres de RS
- Promover la investigación sobre RS
- Todas las anteriores

22. ¿Considera usted a la UCAB una universidad socialmente responsable?

- Sí No

23. ¿Por qué sí?

24. ¿Por qué no?

Anexo C. Validación de instrumentos

Constancia de Validación

Yo Mag. Ascana, CI 3295681
 de profesión Comunicador y Prof. ejerciendo actualmente como
 en la institución _____

_____, hago constar que he revisado, con fines de validación el instrumento
 "Prueba de Conocimientos", diseñado por el investigador Cristal Segura Grullón CI 2288417, y
 luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Entrevista

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión			✓
Amplitud de contenidos			✓
Redacción de los ítems			✓
Ortografía			✓
Presentación			✓

Encuesta

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión			✓
Amplitud de contenidos			✓
Redacción de los ítems			✓
Ortografía			✓
Presentación			✓

En Caracas, a los 20 días del mes de octubre de 2017

[Firma]
 Firma del validador

Constancia de Validación

Yo_Eduardo E. Valero Q. CI_V-7.789.140, de profesión Comunicador Social y ejerciendo actualmente como Docente Académico de Postgrado en la institución Universidad Católica Andrés Bello, UCAB, hago constar que he revisado, con fines de validación los instrumento Cuestionario y Entrevista sobre la Responsabilidad Social Universitaria, diseñado por la investigadora Cristal Segura Grullón CI 2288417, y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Entrevista

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos		X	
Redacción de los ítems		X	
Ortografía			X
Presentación		X	

Encuesta

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos			X
Redacción de los ítems		X	
Ortografía			X
Presentación		X	

En Caracas, a los 03 días del mes de Noviembre de 2017



Firma del validador