



VISIÓN: UNA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COSTA ORIENTAL DEL LAGO

(Vision: a social responsibility perspective in public universities of Oriental
Coast of the Lake)

Recibido: 12/02/2014 Revisado: 06/03/2014 Aceptado: 13/06/2014

Alvarado, Yajaira

Universidad del Zulia

yaalv@hotmail.com

Perozo, José

Universidad del Zulia

joseperozo13@gmail.com

Pirela, Xavier

Universidad del Zulia

xaxa194@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo establecer la presencia de la responsabilidad social dentro de la visión que presentan las universidades públicas de la Costa Oriental del Lago. Para lograr este propósito, las bases teóricas fueron soportadas por Serna (2000), Fernández (2005), Thompson y Strickland (2004), Vallaeys (2007), Munch y Galindo (2001) Eyzaguirre (2006) entre otros. El tipo de investigación utilizada fue analítica, bajo un diseño no experimental, de campo, transaccional. La población quedó conformada por 17 unidades informantes, siendo de tipo censo poblacional, integrada por los sujetos pertenecientes al nivel directivo, autoridades y la dirección de planificación. El instrumento utilizado fue el cuestionario, con un total de 16 ítems. La validación estuvo a cargo por el juicio de 5 expertos y su confiabilidad a través del método de Alpha de Cronbach, cuyo resultado fue 0,92. Para efectos de esta investigación, la visión de las universidades públicas se estudió considerando aspectos relevantes en su formulación, partiendo desde la perspectiva de su viabilidad y su congruencia con los valores de la organización. Los resultados permitieron concluir que la visión se encuentra formulada en forma consistente con los principios organizacionales, en forma clara y detallada, con una estructura tal que sirve como perspectiva de responsabilidad social en las universidades analizadas.

Palabras clave: Responsabilidad social, visión, universidades públicas

ABSTRACT

The present study aimed to establish the presence of social responsibility within the vision presented by the public universities in the east coast of Lake. To achieve this purpose, the theoretical foundations were supported by Serna (2000), Fernandez (2005), Thompson and Strickland (2004), Vallaeys (2007), Munch and Galindo (2001), Eyzaguirre (2006) among others. The research was used under a transactional analytic non-experimental

design, field. The population was composed of 17 reporting units being census population type, composed of the subjects in the managerial level authorities and the planning direction. The instrument used was the questionnaire with a total of 16 items. The validation was conducted by the judgment of 5 experts and its reliability by Cronbach Alpha method, which resulted in 0.92. For purposes of this research the vision of public universities was studied considering relevant aspects of their development, starting from the perspective of feasibility and consistency with the values of the organization. The results concluded that the vision is formulated in a manner consistent with the organizational principles in a clear form with a structure that serves as a social responsibility perspective in universities analyzed.

Keywords: social responsibility, vision, public universities

INTRODUCCIÓN

La sociedad actual exige que las universidades se comprometan y den importancia al gran rol que tienen con la nación en su desarrollo sociocultural, económico, para la construcción del futuro. Todo esto enmarcado dentro del concepto de responsabilidad social, el cual se refiere al grado de satisfacción que las organizaciones generan a los grupos de interés en sus distintas áreas.

En este sentido, la universidad debe generar respuestas a estas necesidades en función de la formación de profesionales que posean un alto sentido de responsabilidad hacia la comunidad que lo rodea. Así como en lo que corresponde a la institución como tal la responsabilidad social en las universidades, lograda a través de una sinergia entre las diversas funciones que detentan para servir de soporte a mejoramiento de problemas de la comunidad.

Dentro de este orden de ideas, en las universidades públicas, como toda organización establecida deben regirse a partir de un plan estratégico que les permita establecer la dirección a seguir para realizar sus funciones primordiales resumidas en la visión, de las cuales derivan los objetivos, las políticas y los planes de acción.

Surge en este contexto la inquietud del presente artículo, el cual aborda una reflexión sobre la presencia de la responsabilidad social dentro de la visión que presentan las universidades públicas de la Costa Oriental del Lago; mediante una revisión de ciertos indicadores.

Para profundizar más lo planteado con anterioridad, las próximas líneas buscan una sistematización precisa y concisa de algunos de los resultados más importantes que investigaciones precedentes han aportado con respecto a las teorías relacionadas sobre responsabilidad social en el contexto educativo universitario.

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Para Vallaeys (2005) a la hora de definir la responsabilidad social universitaria se debe primeramente tomar en cuenta las funciones primarias de la universidad, como lo son la formación humana y profesional, así como la construcción de nuevos

conocimientos. Según el autor, la universidad no está naturalmente destinada a jugar un papel de Organización No Gubernamental de desarrollo, ni de sustituto del Estado en el alivio de la pobreza, por lo que su “Responsabilidad Social” no puede ser confundida con la de dotarse de una oficina de ayuda social.

En este mismo orden de ideas, Vázquez (2007) considera que “la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) trae aparejado el desafío de implementar proyectos sociales que incluyan a estudiantes, investigadores, profesores, administrativos y personal no docente. Según la autora, la RSU, exige dar un paso mucho más allá del cumplimiento de la obligación social tradicional de las universidades, que a grandes rasgos podría definirse como: “recibir estudiantes y reintegrarlos a la sociedad varios años después, como profesionales capacitados que cubran la demanda existente”.

A su vez, Vallaey (2007) define la RSU como la gestión ética de los impactos universitarios, distintos a los generados por las empresas, los cuales se dividen en cuatro rubros y deben conformarse como ejes de acción que guíen a las universidades hacia una gestión socialmente responsable. Estos son:

- Impactos de funcionamiento organizacional: se refieren a las consecuencias o impactos que genera la universidad a partir de sus actividades diarias como organización. Estos se ven reflejados en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil; así como la relación con las comunidades cercanas que podrían traducirse en contaminación ambiental.
- Impactos educativos: dada la función primaria de la universidad, es obvio que la manera en la que esta aborde su relación con el entorno tanto interno como externo influirá directamente en la formación de los jóvenes y profesionales, su manera de entender e interpretar el mundo. Infiere asimismo sobre la definición de la ética profesional de cada disciplina y su rol social.
- Impactos cognoscitivos y epistemológicos: se refieren a la forma en la cual la universidad orienta la producción del saber y las tecnologías, influye en la forma en que se categorizan los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos de cada especialidad. Es decir, impacta en la forma en la cual se articula la relación entre ciencia y sociedad.
- Impactos sociales: estos impactos vienen como consecuencia de los anteriores. La universidad funge como un referente y un actor social, que puede promover el progreso, en el modo en que genera Capital Social, y vincula la educación de los estudiantes con la realidad social exterior.

De igual manera, Vallaey (2005) considera que la forma en que la universidad articula su compromiso con el entorno requiere definir unas orientaciones estratégicas generales de responsabilización social universitaria, enfocadas en cuatro líneas de acción institucional: gestión interna, docencia, investigación y proyección social.

En relación a la gestión interna, esta se refiere a la transformación de la institución en una pequeña comunidad ejemplar de democracia, equidad, transparencia y para lograr un modelo de desarrollo sostenible. Como lo plantea Vallaey (2005),

“hacer de la Universidad una comunidad socialmente ejemplar es beneficiarse de una doble fuente de aprendizaje: el estudiante aprende en la Universidad su carrera, pero también aprende de la Universidad los hábitos y valores ciudadanos. Más que los cursos de ética, cuyo impacto actitudinal es discutible, es la práctica cotidiana de principios y buenos hábitos comunes que forma las personas en valores”.

Por otra parte la docencia, consiste en la orientación de los saberes y aprendizajes hacia la responsabilidad social, esto involucra la formación mediante proyectos de carácter social percibiendo a la comunidad como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución de problemas reales. De manera, que se trata de formar al estudiante, para que haga cosas socialmente útiles como ciudadano informado y responsable. Esto fomentará una mayor articulación entre la docencia, la investigación y la proyección social.

Respecto a la investigación, esta se refiere a la promoción de la búsqueda para el desarrollo, bajo todas las formas posibles. De esta manera permitiría lograr que investigadores y docentes se encuentren trabajando sobre la problemática social desde sus especialidades respectivas, creando la interdisciplinariedad necesaria para lograr propuestas coherentes con la situación actual.

Y, por último pero no menos importante, la proyección social corresponde a la función de la extensión dentro del paradigma de la responsabilidad social universitaria, que según Vallaey (2005) “debe trabajar conjuntamente con los departamentos de docencia y de investigación, para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada y recursos didácticos para la comunidad universitaria”.

Esto se maneja logrando fortalecer el vínculo entre las iniciativas voluntarias humanitarias con la formación profesional y de esta forma integrar la proyección social de las instituciones de educación superior, mediante una dirección académica de Responsabilidad Social Universitaria que gestione las iniciativas estudiantiles y docentes, y pueda controlar su calidad.

VISIÓN

Serna (2000) define la visión como “un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro”. Por lo que se considera a esta como una guía para el logro de las metas en un espacio determinado de tiempo.

Para Puerta (2007) “una visión estratégica es un mapa de la empresa que proporciona detalles específicos sobre los mercados de productos que perseguirá, el enfoque hacia los clientes, el ámbito geográfico de acción y la tecnología que utilizará para satisfacer las

necesidades de esos clientes”. La visión de futuro señala el rumbo, da dirección, representa la cadena o el lazo que une en la organización el presente y el futuro. Esta describe el carácter de las actividades futuras de la organización.

La visión de la empresa es, en síntesis, la respuesta a la pregunta: ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años?, A partir de estas se establece aquello que la organización piensa hacer, y para quién lo hará, así como las premisas filosóficas centrales.

De acuerdo a lo planteado por Serna (2000) para la redacción de la visión de futuro se deben considerar los siguientes elementos:

- Debe ser realista en lo posible: bien articulada y fácilmente entendible, apropiada, ambiciosa y que responda al cambio. Debe servir como guía y ser congruente con los valores de la organización. Para Thompson y Strickland (2004), la planificación a futuro de las organizaciones debe realizarse en forma realista de acuerdo al contexto en el cual se encuentra la organización y las condiciones que lo describen.
- Formulada por líderes: la visión es creada por las personas encargadas de dirigir la organización, quienes se supone que comprenden la filosofía y la misión de la organización. Sin embargo, deben valorar e incluir en su análisis gran parte de las aspiraciones de los agentes que conforman la organización.
- Dimensión de tiempo: se refiere al horizonte de tiempo definido que debe tener la visión para que sea efectiva. Por lo general, el tiempo estimado en las visiones formuladas es de cinco años, pero, como lo plantea el citado autor, depende del grado de turbulencia y los mercados en los que se desempeña la empresa.
- Integradora: compartida entre el grupo gerencial y los colaboradores, es decir, adaptada a las necesidades de todos los integrantes de la empresa en la medida de lo posible. Para lograr esto se necesita de un liderazgo visible de la alta gerencia de la organización.
- Amplia y detallada: la visión representa los objetivos a futuro en la organización, por lo tanto se debe evitar tener ambigüedades que dificulten la direccionalidad de los esfuerzos, la visión debe hacerse en términos que signifiquen acción.
- Positiva y alentadora: la visión une valores en el largo plazo y sirve para inspirar compromisos y enfocarlos a la acción. En la formulación de la visión empresarial se debe impulsar el compromiso a la pertenencia de la organización.
- Debe ser consistente: esto se refiere a la coherencia que la visión de la organización debe tener con los principios corporativos, lo que conlleva al desarrollo de políticas empresariales acordes que le permitan desarrollar las actividades de la organización del modo previsto por la alta gerencia.

- Debe ser difundida interna y externamente: la visión debe ser reconocida por los clientes internos y externos, requiriendo para ello un sistema de difusión que forme parte del mercadeo interno de la organización. Una difusión efectiva de la visión de la empresa contribuye a la incorporación y lealtad de los clientes externos y grupos de referencia.

De lo anteriormente planteado, queda establecido que la visión de una organización constituye un elemento primordial a la hora de la planificación de la empresa, representa la esencia que guía la iniciativa de los integrantes de la organización. Para tal fin esta debe proponer en su formulación la satisfacción de las necesidades del capital humano de la organización, así como la mejora de la relación de la empresa con su entorno dentro del plazo establecido; por lo tanto, la inclusión de elementos de responsabilidad social dentro de la formulación de la visión de la empresa contribuirá a la característica integradora de la visión, fortaleciéndola e inspirando a la continuidad de los planes trazados por la organización.

METODOLOGÍA

La investigación realizada es de carácter cuantitativo y de alcance analítico, con un diseño de campo no experimental transeccional (Hernández y col., 2006). Se analizó la variable Responsabilidad Social Universitaria en el contexto del sistema educativo universitario. La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de un cuestionario con opciones de respuestas tipo Likert. El instrumento aplicado constó de 16 ítems y cuya validez de contenido se realizó mediante la técnica de juicio de cinco expertos.

Para la estimación de la confiabilidad del instrumento, se aplicó la medida de consistencia interna denominada alfa de Cronbach (α). El cálculo mostró un coeficiente de 0.92, lo que representa una alta confiabilidad para el instrumento; dicha estimación, se alcanzó mediante la utilización del programa estadístico SPSS v18.

La población estuvo conformada por 17 sujetos pertenecientes al nivel directivo, autoridades y la dirección de planificación de las universidades públicas ubicadas en la Costa Oriental del Lago. El análisis de los resultados para el objetivo planeado se realizó a través del método de estadística descriptiva, por medio de la técnica de medidas de tendencia central, específicamente la media aritmética.

Asimismo, para la presentación de los resultados, se diseñó una serie de tablas por indicadores, que muestra la medida utilizada para los fines del análisis con sus respectivos valores arrojados a través del procesamiento de datos. Para cuantificar y analizar los resultados se realizó un baremo, tal como se muestra en el cuadro 1:



Cuadro 1. Baremo de interpretación

Intervalo	Rango	Categoría	Descripción
1	>4,2=5	MUY ALTA	Indica una frecuencia muy alta de la actividad o proceso analizado.
2	>3,4=4,2	ALTA	Indica una alta frecuencia de la actividad o proceso analizado.
3	>2,6=3,4	MEDIA	Indica una media frecuencia de la actividad o proceso analizado.
4	>1,8=2,6	BAJA	Indica una baja frecuencia de la actividad o proceso analizado.
5	=1=1.8	MUY BAJA	Indica una muy baja frecuencia de la actividad o proceso analizado.

Fuente: elaboración propia.

Los resultados se representan en tablas que a continuación se hacen referencia, se utilizó una matriz de doble entrada caracterizadas mediante la media aritmética, para cada indicador con sus ítems de la variable objeto de este estudio, culminando con la descripción del comportamiento de cada una de ellas.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La universidad es una empresa social, como se puede encontrar en su visión, por lo tanto tiene una responsabilidad social diferente a otras organizaciones sin importar el carácter jurídico de estas, por consiguiente su responsabilidad social es importante para el desarrollo de la comunidad y la sociedad. Dentro de este contexto, el presente estudio tuvo como finalidad establecer la presencia de la responsabilidad social dentro de la visión que presentan las universidades públicas de la Costa Oriental del Lago.

En lo que se refiere a la responsabilidad social dentro de la visión, la misma se estudió considerando aspectos relevantes en su formulación, partiendo desde la perspectiva de su viabilidad y su congruencia con los valores de la organización. En la tabla 1, se observa un promedio de 4,11; ubicándola en la categoría alta, afirmando los encuestados que existe la inclusión de la responsabilidad social en la Visión de las universidades públicas que funcionan en la Costa Oriental del Lago.

En tal sentido se observa una gran inclinación hacia la presencia de la responsabilidad social desde un punto de vista realista, en una visión expresada en términos contemplados dentro del campo de acción de las instituciones y sus capacidades a futuro.

Los resultados evidencian que en las universidades públicas de la Costa Oriental del Lago, la Visión constituye una guía de la cultura, desarrollo y comportamiento organizacional, haciendo que la institución sea socialmente responsable, donde se considera todo el contexto y grupos de interés que la conforman y rodean. Articulando las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social que incluye principios éticos, así como un desarrollo social equitativo y sostenible, que permita la producción y

transmisión de saberes responsables, además de la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsable.

Tabla 1. Responsabilidad Social dentro de la Visión

Indicador	Promedio	Categoría
Realista en lo posible	4,32	Muy alta
Formulada por líderes	4,15	Alta
Dimensión de tiempo	3,88	Alta
Integradora	3,85	Alta
Amplia y detallada	4,09	Alta
Positiva y alentadora	4,21	Muy alta
Consistente	4,47	Muy alta
Difundida interna y externamente	3,94	Alta
Total	4,11	Alta

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, se da validez al planteamiento establecido por Serna (2000) quien define a la visión empresarial como el marco de referencia de lo que las organizaciones esperan desarrollar y obtener en un futuro establecido. En ese mismo orden de ideas, Puerta (2007) plantea que la visión proporciona el enfoque que posee la organización a los clientes a futuro y en forma general la manera en la cual podrá satisfacer las necesidades de esos clientes.

Para profundizar más los resultados antes expuestos, a continuación se realiza un análisis exhaustivo para cada ítem planteado. Con respecto al primer indicador orientado a identificar la presencia de lo realista en lo posible en la visión, los resultados obtenidos se presentan en la tabla 2 e indican según las respuestas proporcionadas por los sujetos encuestados, que existe una muy alta frecuencia de la actividad o proceso analizado (4,32).

Tabla 2. Realista en lo posible

Ítems	Promedio	Categoría
La organización presenta una visión real en lo referente a su funcionamiento.	4,41	Muy alta
La organización presenta una visión realista con respecto a la responsabilidad social	4,24	Muy alta
Total	4,32	Muy alta

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados señalan que las universidades objeto de estudio cuentan con una visión que les indica el camino para un funcionamiento que les permita satisfacer las aspiraciones de la propia institución y estar en concordancia con sus recursos presentes y futuros de manera socialmente responsable.

Estos resultados señalan que las universidades objeto de estudio cuentan con una visión que les indica el camino para un funcionamiento que les permita satisfacer las

aspiraciones de la propia institución y estar en concordancia con sus recursos presentes y futuros de manera socialmente responsable, tratando con ello de planificar su futuro de forma realista, tal como lo expresa Thompson y Strickland (2004).

Con respecto al indicador Formulada por líderes, los resultados revelan un promedio de 4,15 ubicándola en la categoría alta actividad, o proceso analizado, tal como es señalada en la tabla 3. Estos resultados muestran que en las instituciones analizadas la visión está formulada por sus líderes, con una amplia perspectiva tanto del entorno de la empresa como del interior de la misma; permitiéndole incluir en ella todos los niveles administrativos, así como los estratos académicos; validando así lo planteado por Serna (2000).

Tabla 3. Formulada por líderes

Ítems	Promedio	Categoría
La visión incluye a todos los niveles administrativos de la institución	3,94	Alta
En la visión institucional se incorpora a todos los estratos académicos.	4,35	Muy alta
Total	4,15	Alta

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, resulta muy conveniente precisar que la visión debe ser compartida por los líderes con su equipo y este debe estar de acuerdo y darle apoyo. Lo que genera un sentido de dirección y una vez que se acuerda una dirección a tomar, todos deberán alinearse.

En relación a la dimensión de tiempo, se evidencia según la tabla 4 un promedio de 3,88 ubicándola en la categoría alta actividad o proceso analizado; afirmando los encuestados que la visión de las universidades analizadas plantea una realización de objetivos socialmente responsables a mediano plazo; además de reflejar las metas de la institución a largo plazo.

Para Serna (2000) es importante considerar el tiempo en años en el momento de elaborar la visión, se debe de llevar fecha de las cosas que se deberán lograr, para responder con eficacia y calidad a las expectativas de sus usuarios e interesados y demandas de sus miembros.

Tabla 4. Dimensión de tiempo

Ítems	Promedio	Categoría
La visión plantea una realización de objetivos socialmente responsables a mediano plazo.	4,00	Alta
La visión refleja las metas de la institución a largo plazo	3,76	Alta
Total	3,88	Alta

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al indicador Integradora, los resultados lo ubicaron en una media de 3,85 induciendo a afirmar que existe una alta actividad o proceso analizado tal como se muestra en la tabla 5. Los resultados evidencian que los empleados de la organización se sienten identificados con la visión y se refleja en ella el compromiso de los integrantes de la institución con la responsabilidad social, tal como lo expresa Serna (2000).

Tabla 5. Integradora

Ítems	Promedio	Categoría
Los empleados de la organización se sienten identificados con la visión.	3,77	Alta
La visión presenta el compromiso de los integrantes de la institución con la responsabilidad social.	3,94	Alta
Total	3,85	Alta

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al indicador Amplia y detallada, en la tabla 6 se evidencia un promedio de 4,09 ubicándola en la categoría alta actividad o proceso analizado; destacándose que en la visión de la institución se reflejan los compromisos hacia las comunidades como objetivos definidos y presenta una visión de forma detallada, donde las generalidades no valen, dando así validez a lo planteado por Serna (2000).

Tabla 6. Amplia y detallada

Ítems	Promedio	Categoría
La visión de la institución refleja los compromisos hacia las comunidades como objetivos definidos.	4,41	Muy Alta
La institución presenta su visión de forma detallada.	3,76	Alta
Total	4,09	Alta

Fuente: Elaboración propia.

En relación al indicador Positiva y Alentadora, la tabla 7 refleja un promedio de 4,21 ubicándola en la categoría muy alta actividad o proceso analizado; afirmando los encuestados que las instituciones analizadas presentan una visión que motiva a la práctica de conductas socialmente responsables e influyen en la mejora de los procesos administrativos, impulsando el compromiso a la pertenencia de la organización, tal como lo expresa Serna (2000).



Tabla 7. Positiva y alentadora

Ítems	Promedio	Categoría
La institución presenta una visión que motiva a la práctica de conductas socialmente responsables	4,35	Muy Alta
La visión de la institución influye en la mejora de los procesos administrativos	4,06	Alta
Total	4,21	Muy Alta

Fuente: Elaboración propia.

En relación al indicador Consistente, se evidencia según la tabla 8 un promedio de 4,47 ubicándola en la categoría muy alta actividad o proceso analizado; afirmando los encuestados que en las instituciones analizadas la visión de la responsabilidad social se encuentra acorde con los valores institucionales y se expresa el compromiso de la institución como una organización socialmente responsable.

Tabla 8. Consistente

Ítems	Promedio	Categoría
La visión de la responsabilidad social en la institución se encuentra acorde con los valores institucionales	4,41	Muy Alta
La visión expresa el compromiso de la institución como una organización socialmente responsable	4,53	Muy Alta
Total	4,47	Muy Alta

Fuente: Elaboración propia.

Lo anteriormente expuesto coincide con el planteamiento de Serna (2000), quien se plantea que la consistencia se refiere a la coherencia que la visión de la organización debe tener con los principios corporativos, lo que conlleva al desarrollo de políticas empresariales acordes que le permitan desarrollar las actividades de la organización del modo previsto por la alta gerencia.

En relación al indicador Difundida interna y externamente, en la tabla 9 se evidencia un promedio de 3,94 ubicándola en la categoría alta actividad o proceso analizado; destacándose que en la visión es conocida en toda la institución y se promueve la participación de sus miembros en programas sociales de apoyo a la comunidad, como es expresado por Serna (2000).

Tabla 9. Difundida interna y externamente

Ítems	Promedio	Categoría
La visión de la institución aplicada a la responsabilidad social es conocida internamente en toda la institución	3,65	Alta
En la visión de la institución se promueve la participación de sus miembros en programas Sociales de apoyo a la comunidad	4,24	Muy Alta
Total	3,94	Alta

Fuente: Elaboración propia.

En síntesis, se obtuvo un promedio de 4,11, ubicándola en una categoría alta, por lo tanto permite afirmar que existe presencia de la responsabilidad social en la visión, lo que representa un marco referencial en la búsqueda de un futuro establecido, como lo establece Serna (2000). En tal sentido cabe destacar que para Puerta (2007) la visión proporciona el enfoque que posee la organización a los clientes a futuro y en forma general la manera en la cual podrá satisfacer sus necesidades.

De acuerdo a lo planteado, la visión de las universidades públicas se estudió considerando aspectos relevantes en su formulación, partiendo desde la perspectiva de su viabilidad y su congruencia con los valores de la organización; en el análisis de los resultados se observa una gran inclinación hacia la presencia de la responsabilidad social visualizada desde un punto de vista realista, en una visión expresada en términos contemplados dentro del campo de acción de las instituciones y sus capacidades a futuro. Planificar un promisorio futuro obliga a los administradores a pensar en forma creativa y realista con respecto al mercado en el cual se encuentra la organización y las condiciones variables que lo describen. (Thompson y Strickland, 2004).

Del mismo modo, las universidades públicas de la Costa Oriental del Lago muestran una visión que motiva a la mejora de sus procesos y adopta conductas cónsonas con la responsabilidad social de las instituciones, lo cual responde a los planteamientos de Serna (2000). Esto permite, a su vez, una consistencia con los valores estipulados en la misión organizacional, tal y como lo manifiestan Thompson y Strickland (2004).

Las universidades estudiadas en la investigación declaran en menor grado (aun cuando se mantiene una alta tendencia) la inclusión de elementos, como la integración, el liderazgo, la difusión dentro del plano organizacional, su dimensión en el tiempo, y el grado de detalle en su visión institucional.

Lo reflejado concuerda con lo manifestado por Serna (2000), cuyas teorías destacan que la visión debe ser formulada por líderes quienes comprenden la filosofía de la organización, las expectativas y necesidades de los colaboradores, así como el entorno de la organización. El citado autor define la importancia de mantener en forma clara el horizonte de tiempo hacia donde se orienta la visión, lo cual se relaciona estrechamente con el grado en que se expresan los logros que se esperan alcanzar dentro de todas las áreas de la organización.

Con respecto a lo anterior, Eyzaguirre (2006) considera que una organización para ser efectiva debe poseer una visión asimilada por sus integrantes, comunicar entusiasmo, y ser difundida interna y externamente; la autora prosigue en que el líder tiene como responsabilidad la comunicación y ejemplificación de la visión, así como animar a su personal a conjugarla entre la personal y la de la institución.

A su vez, en la investigación realizada por Morillo (2008) se plantea que la visión tiene una importancia sustancial dentro de las organizaciones, por cuanto ella representa esencia que guía la iniciativa y ayuda a trabajar hacia el mismo objetivo, con la misma direccionalidad a los integrantes de la organización.

En el mismo orden de ideas, Serna (2000) expone que la visión corporativa necesita de una administración que no le tema al cambio, y motive al componente humano de la organización al logro de las metas y objetivos propuestos. Por lo tanto, para el mencionado autor la gerencia debe poseer un requisito indispensable: el liderazgo.

Lo anterior demuestra la importancia de los aspectos señalados en la formulación de una visión que permita el desarrollo de las organizaciones, la cual debe considerar dentro de su ámbito de acción, todas las vertientes de sus actividades; por lo que la presencia de la responsabilidad social en esta constituye un elemento fundamental para el desarrollo de dichas actividades en las Universidades Públicas de la Costa Oriental del Lago, a lo largo del tiempo. Tal y como lo resalta Cejas (2006), citado por Morillo (2008), en su trabajo de investigación, la visión como propósito estratégico se caracteriza por plantear metas que conlleven hacia el logro del éxito total de la organización, mantenerse estable, de manera que se pueda tener una dirección con éxito.

CONSIDERACIONES FINALES

Se evidenció que la visión de las universidades analizadas se encuentra formulada en forma consistente con los principios organizacionales, en forma clara y detallada con una estructura tal, que sirve como motivación para el desarrollo de la responsabilidad social en las actividades de forma integral, por parte de los colaboradores de las instituciones.

En tal sentido, se recomienda mejorar la difusión en las instituciones de los elementos relacionados con la responsabilidad social dentro de la visión, de tal manera que los integrantes de la institución se sientan comprometidos con el logro de la responsabilidad social. Del mismo modo, revisar periódicamente el establecimiento de la visión en función del tiempo, para que la proyección de programas relacionados con el ámbito de la responsabilidad social se haga en forma proactiva y permita su implementación en los lapsos estipulados en el tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Eyzaguirre, Norma. (2006) Metodología Integrada para la Planificación Estratégica. Documento en línea. Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/planificacionestrategica/xtras/MetodologiaIntegradaPE.pdf>. Consulta: 09/07/2013.



- Fernández, R. (2005) Administración de la responsabilidad social Corporativa. España. Editorial Thompson.
- Hernández S., Fernández C., y Baptista L. (2006). Metodología de la investigación. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Morillo, E (2009) Planificación estratégica desde la perspectiva de la responsabilidad social. Tesis de Maestría. Universidad Rafael Bellosó Chacín. Venezuela.
- Munch, L y Galindo, J. (2001) Fundamentos de Administración. México. Editorial Trillas. Décima Edición.
- Puerta. R. (2007) En torno al pensamiento estratégico organizacional. De la perspectiva teórica a la acción estratégica. Venezuela. Vincent Editor.
- Serna, H. (2000) Gerencia Estratégica. Planeación Y Gestión-Teoría Y Metodología. Colombia. 3R editores. Séptima Edición.
- Thompson, A y Strickland, A. (2004) Administración Estratégica. México. Mc Graw-Hill. Decimotercera edición.
- Vallaey, F. (2005) La responsabilidad social de la Universidad. Documento en línea. Disponible en: <http://aiesmin.unsl.edu.ar/responsabilidad.pdf>. Consulta: 10/06/2013.
- Vallaey, F. (2007) La Responsabilidad Social Universitaria: ¿Cómo entenderla para quererla y practicarla? Documento en línea. Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/item/16770/como-entender-la-responsabilidad-social-universitaria-para-quererla>. Consulta: 10/06/2013.
- Vázquez, S. (2007). Responsabilidad Social Universitaria: Acerca del desafío de formar profesionales con vocación y compromiso comunitario. Documento en línea. Disponible en: http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/Bibliografia_MConceptual.pdf Consulta: 10/06/2013.