

UNIVERSIDAD DE MANIZALES  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Programa Comunicación Social y Periodismo



Gestión Estratégica de la Comunicación y Directrices de Responsabilidad Social en las  
Universidades de Manizales. Una visión de la acción comunicativa

Elizabeth Zuluaga Sánchez

Manizales, Caldas, Colombia

2017

## **Presentación**

Este texto corresponde al trabajo final de grado, un requisito del pregrado de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales. El artículo surge de una asistencia en investigación en el proyecto: Gestión Estratégica de la Comunicación y Directrices de Responsabilidad Social en las Universidades de Manizales, presentado por los profesores José Alberto Bedoya y Edilia Escudero Noreña.

El estudio busca “establecer si estas instituciones de Educación Superior han formulado explícitamente o no su compromiso con la RSU y si desde la Comunicación se hacen visibles estos procesos ante los diferentes grupos de interés” (2016, p. 2). Es una investigación aplicada de carácter descriptivo y exploratorio que se vale de técnicas para la recolección de la información como las conversaciones personales, la encuesta y la observación de los portales web de cada universidad, para presentar los resultados a partir del análisis cualitativo.

En el proceso de asistencia se realizó acompañamiento en actualización de la situación de las 10 Universidades de Manizales; lectura, discusión y elaboración de matriz sobre documentos relacionados con RSU, Gestión y Comunicación de la RSU (Estado del Arte). La revisión detallada de los sitios web de cada una de las Universidades para detectar, a partir de su plataforma estratégica, enfoques de RSU, en las áreas de Proyección Social y Bienestar Universitario los programas y grupos de interés beneficiados; en el área de Comunicaciones, evidenciar acciones comunicativas o procesos relacionadas con la RSU, medios y redes sociales empleados. Igualmente, se brindó acompañamiento en la realización de las entrevistas con los encargados de: Comunicaciones, Proyección Social y Bienestar Universitario de cada universidad. Se apoyó la sistematización de resultados y se participa en el análisis preliminar de los resultados para extraer conclusiones aproximadas de procesos comunicativos y de Responsabilidad Social, con el fin de desarrollar un texto que permitió enfocar las alianzas institucionales con el tema de análisis de los dos profesores.

En el desarrollo del texto se van a abordar temas de responsabilidad desde la empresa y la universidad, y lo importante de la comunicación en estos aspectos. El proyecto de investigación planteado por Bedoya y Escudero, direcciona el artículo a hablar de estrategias comunicativas existentes en las universidades de Manizales que permitan que sus diferentes stakeholders reconozcan las políticas, planes, programas y estrategias de Responsabilidad Social Universitaria RSU. Propiamente este escrito se enfocará en las alianzas entre universidades y entidades públicas o privadas de la ciudad que aportan al desarrollo de la RSU las Instituciones de Educación Superior, y hacen de Manizales un referente universitario y socialmente responsable, y a la vez se analiza de qué manera se está comunicando dicho proceso.

## **Gestión Estratégica de la Comunicación y Directrices de Responsabilidad Social Empresarial en las Universidades de Manizales. Una visión de la acción comunicativa**

### **Contexto**

Manizales desde hace unos diez años atrás, se ha venido planteando proyectos para el desarrollo sostenible, también para convertirse en una ciudad que sea catalogada como referente: turístico, productivo, universitario, sobre todo con una alta calidad de vida. Cuando se investiga al respecto, se cae en cuenta que al igual que Medellín y Bogotá, Manizales está logrando un avance desde estas esferas, pero si se analizan los proyectos y propuestas se encuentra que no solo buscan un aumento de ingresos, sino que la ciudad se está llegando a convertir en un referente social y medioambiental, desde las iniciativas de organizaciones públicas, privadas y educativas.

Primero que todo, antes de hablar de Manizales y el desarrollo que ha tenido en los últimos años desde las empresas (públicas y privadas) y desde las universidades (públicas y privadas) es importante abordar los siguientes términos en su aspecto conceptual y su evolución y así identificar como estas organizaciones han tenido que ir evolucionando a la par: Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Universitaria, Responsabilidad Social Empresarial, Universidad, Empresa u organización y Comunicación.

Para Vallaeyts:

Cuando hacemos referencia a Responsabilidad Social (RS) estamos hablando de un concepto muy amplio en la propia sociedad, pero que a su vez permite construir un concepto entendible y claro sobre el tema; Una acción conjunta de toda la empresa concienciada (trabajadores, directivos y dueños) del papel que tiene ésta como unidad de negocio que crea valor y que pervive en un espacio del que se lucra.

Concientización en el plano social (de ayuda a los más desfavorecidos y de respeto a los consumidores), ambiental (de sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente) y económico (de prácticas leales, transparentes en el manejo de sus finanzas y de inversiones socialmente responsables) (2016, pág. 2)

La Responsabilidad Social, entonces es la manera como la organización busca la manera de hacer presencia en lo social y en lo ambiental, por medio de estrategias no lucrativas y que mejoren esos espacios, y en lo financiero dando a conocer lo que se hace en la organización, y de qué manera se hace, es decir, siendo transparentes y legales.

De esta manera es importante reconocer que desde la RS se generan cambios e impactos en la ciudad, enfocados al tema central de convertir a “Manizales en territorio amable”, de acuerdo con el propósito del proyecto ‘Estoy con Manizales’, que se viene adelantando mediante alianzas institucionales, y que fue desarrollado en el foro: el liderazgo y la participación para el desarrollo de nuevas oportunidades en el territorio, realizado por la red de Emprendimiento de Caldas el pasado 7 de febrero. Del proyecto que pretende inspirar para construir región, se desglosan estrategias para lograrlo. Todo esto a partir de compromisos que generen estabilidad sostenible en un lugar o entorno cercano al que se pertenece y del cual hacen parte mas personas, empresas y entidades educativas tanto públicas como privadas. La Responsabilidad Social se vuelve una “dimensión ética en lo empresarial”, porque se enmarca dentro de las políticas corporativas, es decir, desde el planteamiento de una misión, de una visión y de los propios valores, esto no quiere decir que solo las organizaciones empresariales acojan estas dimensiones éticas; en las universidades se evidencia y plasman en sus políticas de identidad visionales, misionales y de valores, en donde la gran mayoría de las que pertenecen a la ciudad hacen el planteamiento de compromiso y responsabilidad con el entorno social y ambiental.

La Responsabilidad Social debe generar impactos visibles que sean además, percibidos por los públicos internos y externos con los cuales se relaciona la empresa teniendo en cuenta que sus tres ejes principales son: lo económico (financiero), lo social y lo medioambiental. En una Institución de Educación Superior estos tres ejes se evidencian cuando en la Universidad se visibiliza el diálogo constante con la comunidad académica, con los grupos con los que se relaciona a nivel externo para conocer sus necesidades, para compartir el conocimiento que se genera en su interior; cuando directivos, administrativos, docentes y estudiantes se preocupan por dar respuesta a estas necesidades con proyectos que beneficien las comunidades cercanas y contribuyen al cuidado ambiental transformando el entorno y la sociedad, y añadiendo a esto los procesos de rendición de cuentas.

De esta manera se evidencia cómo en una ciudad es posible hablar de la Responsabilidad Social desde dos tipos de organizaciones: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Cabe destacar, que aunque se hable de RS en ambas, los conceptos son diferentes, desde como se realizan los procesos y cómo se plantean hasta cómo son llevados a cabo; Vallaey, citado por Perez, Lakonich, Cecchi y Rotstein (2009) llega a decir que: las universidades nunca deben ser ni convertirse en empresas (p.34). Aunque esto es una realidad, hay que tener en cuenta que aunque existen diferencias la RS puede no estar encaminada por las mismas líneas, es importante y necesario pensar en la unión de ambas entidades (empresarial y educativa), para formar seres humanos que construyan organizaciones y ciudades totalmente responsables. Igualmente, como lo menciona el autor, la universidad debe enfocar su atención en la formación de profesionales, ciudadanos responsables que con su quehacer transformen la sociedad, en la construcción y puesta en circulación del conocimiento, en el diseño de los proyectos que beneficien la sociedad, en la prestación de servicios, y no centrarse solamente en ser un ente generador de ingresos, porque se estaría hablando de una Empresa.

Como se mencionaba anteriormente, la Responsabilidad Social cuenta con tres ejes importantes, a partir de los cuales se desarrollan iniciativas, estrategias, actividades y programas enfocados a este tema. Esos aspectos tienen que ver con lo financiero, social y medioambiental.

Desde el tema social, la responsabilidad se ve marcada por las relaciones generadas con el entorno y la intervención de otras entidades y los actores que hacen parte de ellas, es decir, que las instituciones dejan de preocuparse por sus beneficios y a partir de sus proyectos, programas y acciones educativas empiezan a transformar y a mejorar desde la parte social el lugar, el sitio, la comunidad en la cual están asentadas o que impactan directamente.

Un ejemplo de esto es, la Luker, una empresa Manizaleña, con proyección nacional que cuenta también con una ONG, Fundación Luker; CasaLuker de acuerdo con su portal web, desde que “inicia su labor en Manizales, fundadores y accionistas han inculcado en sus colaboradores el interés por trascender y permanecer en el tiempo, como un legado de desarrollo social a través de la inteligencia para hacer empresa y conciencia para retribuir con generación de empleo y responsabilidad por el país”. Entre tanto, la Fundación desde lo misional quiere “Generar desarrollo económico y social, mediante trabajo en alianzas

nacionales y/o internacionales, con proyectos transformadores y de alto impacto en educación y emprendimiento, que empoderen individuos, instituciones y comunidades” (Luker, sitio web). Desde este punto de vista tanto la empresa como la Fundación ya están planteando desde sus inicios y desde sus políticas corporativas la RS que involucra tanto a quienes hacen parte directa de ella como a quienes no, es decir, la comunidad.

Finalmente, cuando la preocupación es por el medioambiente, es porque hay un compromiso de RS con los recursos naturales. Se es conciente que el planeta tierra se está deteriorando en muchos sentidos, uno de ellos el ambiental, donde se encuentra que los recursos se agotan, a causa de la intervención humana. Como lo afirman Granda & Medina (2006) “Tampoco podemos olvidar el grave deterioro medioambiental del planeta, con algunos de los países más desarrollados a la cabeza de la contaminación y los más pobres degradando los recursos naturales que les quedan” (p.9). De diferentes maneras los gobiernos, las transnacionales, multinacionales y empresas nacionales se están apersonando de un problema que es de todos. Las empresas buscan que su accionar económico sea sostenible desde la óptica ambiental. Colombia, como lo mencionan , Trujillo & Bedoya (2006),

Ha iniciado un proceso de responsabilidad social en términos de responsabilidad ambiental direccionado a la apropiación de la temática ambiental en todas las instancias. Sin embargo, los avances son menos representativos porque la consciencia social no está tan desarrollada alrededor de los temas ambientales, lo que implica menor presión por parte de la sociedad sobre la empresa. (p.298)

Teniendo claro este primer concepto y sus componentes principales podemos abordar los temas de Responsabilidad Social desde aspectos que tienen que ver con: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Universitaria (RSU), así mismo identificar el papel de cada una en la sociedad y cómo la comunicación se convierte en un factor primordial para el fortalecimiento y reconocimiento por parte de la comunidad de esta labor en el entorno social.

## **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

En segunda instancia, se tiene en cuenta el concepto de Responsabilidad Social Empresarial que es definido como “una estrategia y/o manera de actuar de las empresas, esto surge como una interrelación con todos los actores que la rodean y que pueden y/o se convierten en una ventaja competitiva frente a las empresas que ofrecen los mismos o similares servicios” Meza (2007, pág. 11). Esto implica establecer una estrecha relación con la comunidad que la alberga, porque con su acción en términos de la producción o de los servicios que presta la impacta de manera positiva o negativa. Cabe aclarar que si una empresa asume voluntariamente este compromiso y se declara socialmente responsable, debe enfocarse en su objetivo de organización, sin desentenderse de la generación de beneficios para su entorno indirecto (sociedad y medioambiente).

Un claro ejemplo de lo que está sucediendo en Manizales en materia de Responsabilidad Social es examinar las empresas, para encontrar el apoyo y vinculación de instituciones en proyectos de ciudad, en los que se benefician comunidades vulnerables y los cuales son manejados a partir de voluntariados que hacen por medio de ONGs o directamente con el entorno social en el que se desarrollan. La ciudad está realizando estos proyectos con diferentes empresas líderes, en las cuales el sentido de pertenencia crece y genera programas en torno a los sectores que intervienen.

La Responsabilidad Social es un tema de todos, pero cuando se hace referencia a RSE se trasciende el deber ético de las empresas. “Las organizaciones impactan de manera positiva en las comunidades (...) son, en consecuencia, responsables e inclusivas, actores que reaccionan” (Bedoya, 2016, pág. 3).

Dicho de otra manera, la Responsabilidad Social Empresarial es una iniciativa de interés corporativo que se asume voluntariamente; lo que antes se veía reflejado en el vender y promocionar productos y servicios, a partir de un beneficio hacia el otro, actualmente se está convirtiendo en un canal que como su nombre lo indica es de *responsabilidad* tanto con lo económico como con lo social y lo ambiental, impactando comunidades que no siempre están vinculadas directamente o que se están beneficiando de los servicios que presta la entidad.

En la RS se puede hablar del valor compartido, que se convierte en una estrategia donde se aprovechan recursos propios para generar valor económico y a la vez compromiso social.



Mutis (2013), señala que las organizaciones deben “entender que los objetivos empresariales tienen que incluir el beneficio para la sociedad, sin lo cual es imposible que su éxito económico sea sostenible en el tiempo”, (p. 116). Mirándolo de esta forma, en la empresa se debe tener en cuenta que los ingresos económicos también pueden ser medidos por el resultado que se genera desde el valor social, es decir, que de igual forma si una institución educativa deja una huella en la sociedad a partir de su quehacer diario hay posibilidades que ese impacto se vea reflejado en el ingreso de nuevas personas en la universidad, interesadas por hacer por medio de su trabajo o de su educación parte de esos proyectos de intervención en el entorno: social, económico y medioambiental.

En Manizales un ejemplo de RSE es el grupo empresarial EPM al cual pertenece la CHEC, desde su punto de vista de RSE enfocan actividades directas en el sector, que están ligadas a su quehacer diario (prestación de servicios); en segunda instancia señalan acciones que aporten al mejoramiento de su entorno, “las políticas ambiental y de Responsabilidad Social Empresarial son el instrumento de gestión que garantiza para EPM y CHEC, que la transparencia, la legalidad y la responsabilidad, estén presentes en todas las decisiones estratégicas y de operación” (CHEC, 2012, portal web). Ejemplo claro de cómo una empresa puede ligar su accionar diario con un comportamiento integrado de RSE.

### **Responsabilidad Social Universitaria**

Por otro lado, para este trabajo de Responsabilidad Social Universitaria en Manizales es importante conocer a fondo de que trata la RSU y sus componentes, y así analizar lo que sucede en la ciudad con los proyectos de universidad y a partir de las propias alianzas estratégicas. Como señala Vallaeys en su texto, las entidades educativas, en este caso universitarias, deben salirse también de ese esquema filantrópico en el que se desarrollan los procesos, y evolucionar hacia un concepto de Responsabilidad Social que supere los ámbitos de proyección social y extensión universitaria hacia un desarrollo de sus capacidades que se enfoquen no solo en los beneficios para quienes hacen parte directa de la universidad sino también enfocados al beneficio indirecto de su entorno.

La RSU es un enfoque ético del vínculo mutuo entre universidad y sociedad. Se trata de un compromiso moral irrenunciable que, genera nuevo conocimiento relevante para

la solución de los problemas sociales, permite la aplicación directa, del saber científico y tecnológico, así como una formación profesional más humanitaria. Valarezo, Cesible, Elizalde (2010, pág. 3-4).

En este sentido la Responsabilidad Social Universitaria está dentro de un enfoque que no puede ser sustituido en este tipo de entidad educativa, porque realmente está directamente relacionado con su naturaleza, cuando ya hay un compromiso de educar se esta siendo Socialmente Responsable y cuando en ese educar se otorgan beneficios igualmente se es responsable. En su mayoría, las universidades de Manizales cuenta con beneficios que las hacen socialmente responsables con su comunidad de administrativos, docentes y estudiantes porque desarrollan programas donde se incluyen: becas educativas que reconocen buenos promedios, becas deportivas, beneficios de descuentos por monitorias educativas y administrativas; también desarrollan programas de proyección social y desarrollo humano donde se trabaja el acompañamiento estudiantil y es tan buena la proyección en cuanto a lo que deben y quieren que hay áreas de graduados donde también brindan un acompañamiento con beneficios para los egresados de la institución.

Por otro lado, las universidades, o mas bien el concepto de universidad, es importante dentro del marco de RSU, porque permitirá reconocer su evolución en dichas instituciones educativas. La Universidad, ha sido un factor clave en educación, aunque en sus inicios no estaba totalmente consolidada con el paso del tiempo fue evolucionando; se considera que la Universidad es una institución para enseñar y aprender, cerrando el concepto solamente a esas dos simples palabras, pero ¿aprender y enseñar qué?. Si se ve desde el punto de vista que siempre se ha tomado, es quedarse en una idea errada de aprendizaje, letra y conceptos matemáticos, literarios, científicos, entre otros.

Es así como la esfera de la universidad debe ir evolucionando y actualmente encaminarse por diferentes situaciones que no sean simplemente educar y aprender. Como lo menciona Bedoya, “el rol que cumplen hoy las universidades es de las más amplias dimensiones, pues superan las expectativas frente a sus compromisos con una sociedad cada vez mas fragmentada, más caótica y más carente de un norte” (2016, p. 1); Vallaey (2009), citado por Del Valle Chirino, Pérez, Reyes. (2016) señala que

Las universidades latinoamericanas enfrentan actualmente el reto de reactualizar en su seno la bandera de los valores éticos y la democracia, ya que urge para estos pueblos, en virtud de su pobreza crítica, actuar con transparencia, vigilancia ciudadana, lucha anticorrupción, acceso a mercados internacionales exigentes en temas de calidad y ética. (pág.61)

Es preciso inferir que dichas instituciones deben buscar a partir de planteamientos misionales y/o visionales, respaldar realidades sociales mediante procesos, que evolucionen en un marco de estrategias educativas donde no solo enseñen lo concerniente a la profesión en particular, sino que también formen en lo personal para favorecer una intervención social proyectada al entorno para su transformación. Para Vallaes (2007) la Responsabilidad Social Universitaria es,

Una política de gestión de la calidad ética de la Universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia, investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia y la participación dialógica de toda la comunidad universitaria (autoridades, estudiantes, docentes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario y necesitados de él, para la transformación efectiva de la sociedad hacia la solución de sus problemas de exclusión, inequidad, y sostenibilidad. (p. 11)

En este sentido la RSU, lleva a una reflexión por parte de las IES, sobre los impactos positivos o negativos que causan con su accionar en el entorno próximo y a plantearse un modelo de gestión que comprometa a directivos, docentes y estudiantes en procesos de diálogo permanente con sus grupos de interés para vincular sus apreciaciones y necesidades a sus procesos de formación, y para que sus programas de proyección, investigación e innovación incluyan la formulación de proyectos que apunten a la resolución de problemas como la “exclusión, inequidad y sostenibilidad”. El autor señala también que las universidades deben disponerse a desempeñar un papel preponderante en los campos social y moral que supere su papel misional de formar profesionales e investigar científicamente.

Para una mayor comprensión, aunque el proyecto indaga explícitamente por los procesos comunicativos que conllevan las estrategias de RSU más no por los impactos de la RSU, a continuación se esbozan aspectos relevantes relacionados que tienen que ver con el tipo de impactos que las universidades producen en el entorno en el cual se encuentran, y los factores importantes a tener en cuenta desde una gestión socialmente responsable.

Los impactos que las universidades causan en el entorno son cuatro y según el autor tienen que ver, con impactos de funcionamiento organizacional; educativos; cognitivos y epistemológicos; y sociales. Vallaey (2007), aclara que la RSU contempla otros impactos diferentes a los de las otras organizaciones como los educativos y los cognitivos y epistemológicos.

Según Vallaey (2007), entre los impactos de funcionamiento organizacional están la huella que dejan con su gestión, la cultura, las políticas y los procesos en sus grupos de referencia más cercanos como administrativos, docentes y estudiantes.

Los impactos educativos son fruto de los procesos de formación en los diferentes campos del saber, la forma cómo son concebidos e interpretados los fenómenos del mundo y el comportamiento en el mismo.

Los impactos cognitivos y epistemológicos se relacionan con como 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.” (p. 6). Es decir, delimita los campos de acción de cada especialidad. Propicia la relación entre ciencia, tecnología y sociedad; define el tipo de conocimiento que produce, para quién y cómo lo difunde, entre otros.

Los impactos sociales se relacionan con la contribución al desarrollo de la sociedad en sus aspectos económico, político, social, industrial y cultural dado que forma sus dirigentes y profesionales. Actúa a la vez como referente y actor social.

Todos estos impactos afectan de manera positiva o negativa a los grupos con los cuales se relaciona la universidad en su parte interna y en la externa, es decir, a quienes les interesa o esperan un excelente desempeño de la institución. En este orden de ideas se encuentran: directivos, administrativos, docentes, estudiantes y proveedores; egresados, comunidad próxima, sociedad civil, sector público, sector privado, asociaciones de profesionales, entre otros.

Los cuatro impactos planteados anteriormente originan cuatro ejes a tener en cuenta desde la Gestión de la universidad:

-El campus responsable que implica que los estudiantes aprendan “normas de convivencia éticas y normas de conducta ecológica (p. 8), sin necesidad de acceder a un proceso formal educativo, porque una gestión socialmente responsable en lo administrativo, se refleja en un proceder ético en todos los procesos, el interés por el talento humano, la transparencia y el cuidado del medio ambiente.

-La formación ciudadana y profesional responsable, se origina en una “gestión socialmente responsable de la formación académica y pedagógica, tanto en sus temáticas, organización curricular como en sus metodologías y propuestas didácticas” (p.9). O sea que los graduados de los diferentes programas y en los diversos niveles evidencian en el ejercicio profesional “competencias ciudadanas de Responsabilidad Social para el desarrollo sostenible de su sociedad” (p. 9), dado que en los planes de estudio se contempla el análisis de la problemática real que afecta el desarrollo.

-La gestión social del conocimiento como resultado de “la gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber, la investigación, y los modelos epistemológicos promovidos desde el aula” (p. 9). Por lo tanto, es necesario articular la producción del conocimiento con la realidad y los proyectos de desarrollo locales, regionales y gubernamentales. Así mismo, que los procesos de producción y difusión del conocimiento se lleven a cabo de forma participativa y con otros actores.

-Por último, la formación de comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo “en las que se beneficie tanto los estudiantes y los docentes como los actores externos”, son resultados (...) “de la gestión socialmente responsable de la participación social de la Universidad en el Desarrollo Humano Sostenible de la comunidad”(p.9). Lleva a la elaboración y ejecución de proyectos con los grupos de referencia externos en los cuales participa la comunidad universitaria en un intercambio de conocimientos o de prácticas, estableciendo relaciones y vínculos estrechos para el desarrollo y construyendo capital social.

Es importante además, reconocer procesos en los que la universidad pone en servicio al público recursos que se generen desde la misma institución, es decir que, aparte de la oferta académica que tiene y de los beneficios económicos, debe ofrecer a ese entorno indirecto

servicios útiles y benéficos para la comunidad, un ejemplo de ello puede ser los espacios que ofrece una universidad en consultoría jurídica, que benefician la comunidad, y permiten que sus estudiantes que cursan la carrera profesional de Derecho en sus instalaciones, realicen sus procesos de práctica.

También a esto se puede sumar la responsabilidad medioambiental y/o financiera, ¿por medio de qué actividades o estrategias?, una universidad puede ser socialmente responsable en estos dos ámbitos. Por el lado medioambiental al crear estrategias de cuidado de los recursos naturales en las que participen docentes, administrativos y estudiantes, mientras que por lo financiero, sin importar si se es una universidad pública o privada, deben crear procesos de rendición de cuentas, que son benéficos para la institución y que al mismo tiempo crean confiabilidad, al comunicar y proyectar informes con transparencia para quienes hacen parte de la universidad (stakeholders internos), para quienes conocen de ella y se vinculan indirectamente (stakeholders externos).

Otro proceso válido en las entidades universitarias como proceso social son los voluntariados que pueden ser de tipo directo o por medio de entidades no gubernamentales; a través de estos compromisos sociales, las Universidades pueden diseñar un plan de trabajo conjunto entre el plantel directivo y administrativo, los docentes y estudiantes, para adelantar programas de voluntariado con enfoque ambiental y social que aporten al desarrollo de la comunidad, beneficien su entorno y al mismo tiempo ayuden a mejorar a las personas según sus capacidades y habilidades para el servicio de la sociedad. Se debe tener en cuenta que los programas de voluntariado no son retribuidos económicamente, pero que al realizarse generan satisfacción y agradecimiento por parte de los beneficiarios de la labor, es decir que se puede entender la Responsabilidad Social Universitaria desde el termino voluntariado como un proceso donde no hay retribución económica, pero si genera un impacto en los tres ejes mencionados: financiero, pero especialmente en el social y medioambiental.

### **Comunicación y Responsabilidad Social Universitaria**

En las condiciones de cambio existentes en el contexto cuando de adoptar procesos de RSU, las universidades se deben adecuar, “entre otras cuestiones, a una creciente competencia en la que la producción y circulación de conocimientos, la información e ideas son recursos estratégicos” Aguilera, Farias, Barybar (2010, p. 98), y si bien el ritmo del cambio obedece a

muchos factores si es cierto que esta situación afecta a la Gestión, investigación “construcción colectiva de los conocimientos, acceso libre a los mismos” y la docencia, por el cambio en el modelo enseñanza-aprendizaje con preponderancia de la acción en el estudiante y una menor presencialidad. Los autores insisten en que “La universidad debe adaptarse a estos cambios en especial a las nuevas formas de relacionarse con sus públicos y las nuevas maneras de acceder al conocimiento”, (p. 98).

“El modelo que debe adoptar la universidad debería atribuir mayor importancia a las estrategias sociales que permitan potenciar la colaboración y participación de los colectivos implicados, la construcción colectiva de los conocimientos y de la misma organización”(p. 98)

Desde la RS, “la misma universidad ha empezado a concebir conceptos (el qué), diseñar estrategias (el cómo) y orientar su servicio (el para qué)”, Domínguez, Rama (2012 pág. 14), con esto los autores plantean que esa evolución de la universidad ha permitido que desde esos conceptos que está comenzando a adquirir se generen oportunidades de intercambio con los grupos de interés que permitan crear, como bien lo dice, estrategias y servicios ligados a unos objetivos y metas.

De acuerdo con Escudero & Bedoya (2016)

La comunicación en torno a las políticas, planes y proyectos de Responsabilidad Social desempeña un papel muy importante porque se encarga de generar conciencia al interior de la organización y de hacerlos visibles ante los grupos de interés, proyectando una imagen acorde con la filosofía de la institución. (p. 2)

Una buena comunicación en una entidad tanto pública como privada permite que los procesos de gestión, sean exitosos, es decir, cuando se comunica lo que se hace tanto interna como externamente, se crean mecanismos de información, transparencia y rendición de cuentas porque se está respondiendo al entorno sobre *qué* se hace, *cómo* se hace, para *quién* se hace, *por qué* se hace, y *cuándo* se hace, interrogantes que quizás la comunidad se formule constantemente sobre los procesos institucionales, queriendo saber en qué son invertidos los recursos económicos y si son destinados a los fines empresariales, institucionales y educativos.

Así mismo, si los grupos con los cuales la universidad se relaciona directamente no solamente se informan sino que también son convocados a participar en procesos de diálogo, la credibilidad y confianza generadas se revierten en beneficios para la institución.

De acuerdo con Escudero E. & Bedoya A (2016)

La comunicación en torno a las políticas, planes y proyectos de Responsabilidad Social desempeña un papel muy importante porque se encarga de generar conciencia al interior de la organización y de hacerlos visibles ante los grupos de interés, proyectando una imagen acorde con la filosofía de la institución. (p. 2)

Es importante considerar y tener claro que el concepto de universidad evolucionó y dejó de ser solo una institución que presta un servicio educativo para transformarse en una organización de formación tanto personal como educativa, y amplió la prestación de servicios para beneficiar a la comunidad de su entorno, a partir de iniciativas que surgen desde los propios programas educativos universitarios (pregrados, posgrados, especializaciones, doctorados, entre otros).

El cometido de la Responsabilidad Social Universitaria debe reflejar en consecuencia toda la capacidad y voluntad de todos y cada uno de los estamentos que componen la universidad, en aras de conjugar valores como la igualdad, la equidad, la justicia y la transparencia (...) La universidad debe ser generadora y difusora de conocimiento y tendrá en la Responsabilidad Social la acometida de un pacto de principios y valores permeados siempre por la comunicación (Bedoya. 2016, pág. 7-8)

De esta manera, “la Universidad ha empezado a mirarse a sí misma no al estilo narcisista sino para ver su razón de ser, su identidad y misión” (Domínguez, Rama, 2012). Es decir que la institución educativa debe dejar de pensar en sí misma como productora de ingresos y como el eje central de imagen, para pasar a convertirse es una institución generadora de procesos que van a ser reconocidos, a partir de una gestión estratégica de la comunicación que se valdrá de los mecanismos y los medios más acordes a cada grupo de interés para hacer visibles y compartir los proyectos y resultados de la RSU. Esta es una manera de atraer personas que quieran involucrarse a partir de estrategias sociales y medioambientales que logren objetivos de transformación por medio de lo que se quiere, que es buscar la verdad, descubrirla y comunicarla, traduciendo esto en un compromiso social.



La RSU está intervenida por los procesos comunicativos porque “es también una nueva forma de transformación, un producto de las nuevas tecnologías, de los avances de la ciencia, de los progresos del ser humano, de los nuevos dispositivos, de las redes sociales”, Bedoya (2016, p. 7). En relación con la RS y la comunicación se debe tener en cuenta que cualquier proceso universitario siempre va a estar más vigilado que uno empresarial, esto se identifica porque las universidades están prestando un servicio de bien común que muchas veces es de carácter público (financiado por el Estado) o de carácter privado (financiado por los mismos estudiantes). Debido a estas diferencias en ambos sectores se va a estar bajo presión y observado de cerca por los mismos estudiantes, familiares, personas relacionadas, el entorno, los medios de comunicación, entidades estatales y, la secretaria y Ministerio de educación.

Se debe resaltar que en la actualidad las instituciones educativas se encuentran en medio de diversos factores. De la Cuesta, De la Cruz, Rodríguez (2010) dicen que, desde la universidad se debe “gobernar y administrar de forma socialmente efectiva y eficiente los recursos cuya administración se le confía” (2010, pág. 23). En este sentido, tener un buen proceso de comunicación permite que tanto la empresa como las universidades o cualquier institución generen procesos de credibilidad y transparencia con su propio entorno, beneficiarios, colaboradores, a través de los llamados medios de comunicación, movilizadores e influenciadores de masas.

La comunicación es “estructurante de las instancias básicas de la socialidad y, al mismo tiempo, constituye un campo de análisis propio” Zuluaga (2009, pág.140). Es decir, que si se enmarca la comunicación dentro de los procesos de responsabilidad social, se está en línea con esos procesos, dado que la comunicación es poner en común, dar a conocer a la comunidad, porque está bajo el interés de todos y no unos pocos. De esta forma la RS desde la empresa y desde la universidad debe trabajar conceptos claros desde la propia sociedad, desde los deberes y derechos y desde el planteamiento de sus políticas institucionales y comunicativas que ayuden a fortalecer procesos de Responsabilidad Social en la ciudad.

Por medio de este proceso se dice que surge la comunicación estratégica, donde se habla de la inclusión, participación, retroalimentación con los stakeholders, la importancia de un DIRCOM y de crear procesos que fortalezcan desde los objetivos o estrategias de RSU la identidad corporativa. Como lo dice (Valarezo, Cesible, Elizalde. 2016) “en el mundo mediatizado en que vivimos, comunicar es una de las acciones fundamentales para lograr

presencia social. Las universidades no están exentas de esta actividad por lo cual crean diversos canales de información” (pág. 5)

a comunicación debe entenderse en una institución como una estrategia con la que se puede irradiar veracidad, transparencia y responsabilidad con el entorno; como lo menciona Rodriguez, al hablar de quienes comparten la información, ya procesada “enriquecen y fortalecen los procesos que al interior de la organización se dan, para proyectarla con calidad, eficiencia y reconocimiento en el exterior” (2005, pág. 27), lo que hace entender que si se lleva a cabo un buen proceso comunicativo, se está logrando generar información interna que esté elaborada y que transmita a los stakeholders de la organización información veraz sobre los procesos que la misma institución realiza.

La Comunicación estratégica, de acuerdo con Meyer (2009), se entiende como una metodología que busca comprender las condiciones externas imperantes, coordinar y aprovechar integralmente los recursos internos, diseñar políticas integrales y gestionar planes para desarrollar el conocimiento institucional, fortalecer la competitividad y consolidar la reputación (p.15).

Como las organizaciones son sistemas abiertos que afectan con sus operaciones el entorno en el que se encuentran, y este entorno también las afecta de manera positiva o negativa, se advierte una trama de relaciones que implica desde la comunicación y como resultado del compromiso de la institución, analizar ese contexto próximo y determinar las relaciones que se dan allí; los grupos de interés con los cuales se relaciona para identificar mecanismos y medios que faciliten el acercamiento a ellos y encontrar la manera de vincularlos en una relación dialógica que permita un mayor conocimiento y un fortalecimiento cada vez mayor de esas relaciones.

Lo anterior lleva al diseño de un sistema de relacionamiento con los stakeholders internos y externos tendiente a generar lazos que perduren, porque para la institución es importante asegurar su sostenibilidad en ese entorno, generar confianza y credibilidad. Estas estrategias de relacionamiento deben partir de las necesidades, inquietudes y expectativas que expresan los grupos y convertirse en planes programas y proyectos encaminados a propiciar el diálogo permanente, la participación y el reconocimiento. Es importante conocer lo que piensan, sienten, desean y perciben, con respecto a la institución, sus procesos, proyectos, productos y comportamientos.

La comunicación estratégica según Nieves (2006), citado por Escudero & Bedoya (2016) “Debe ser entendida como un proceso participativo que permitirá trazar una línea de propósitos que determinan el cómo se pretende lograr los objetivos”, (p. 4). En este orden de ideas, debe procurar el compromiso y la participación de todos los integrantes de la organización, así como, responder a un proceso de planificación adecuado.

De esta manera acabe añadir que la comunicación que involucra a sus públicos internos, y así mismo a los externos que constantemente están buscando respuesta a lo que sucede dentro de estas y que muchas veces no se proyecta al exterior. Cuando la institución educativa genera espacios de dialogo, participación, creación y retroalimentación, esta haciendo partícipes a sus stakeholders en los procesos de RSU, que surgen desde la Universidad.

Así mismo se debe pensar en que una organización, en este caso las Universidades deben pensar en que un buen proceso de comunicación interna con directivos, empleados, estudiantes, genera resultados efectivos en la comunicación externa, porque los stakeholders internos se vuelven uno de los principales canales de comunicación con el exterior a través del voz a voz.

Es importante reconocer que dentro de los procesos comunicativos sobre las estrategias de RS se habla de los grupos de interés, mas conocidos como stakeholders, quienes juegan un papel preponderante al momento de hacer efectivas esas acciones y comunicarlas. Hay stakeholders internos (colaboradores, estudiantes, docentes, administrativos, directivos) y externos (proveedores, familiares, medios de comunicación , entre otros)

Los stakeholders se convierten en referentes sobre el funcionamiento de la institución de acuerdo con su participación o la observación del acontecer y las respuestas que reciben desde la organización. “Los requerimientos de los stakeholders cambian con el tiempo” Krick, Fostater, Monaghan, Sillampää (2006, pág. 11), es decir que al igual que todo, como los procesos de comunicación o estrategias de responsabilidad social las exigencias de los públicos van cambiando y cada vez quieren obtener mas respuestas sobre lo que sucede alrededor de la empresa o universidad.

Contribuye al éxito de los procesos comunicativos el que previo al diseño de las estrategias, la formulación de los planes y la programación de las actividades, se identifiquen los públicos o stakeholders, y se determine la importancia que revisten para la universidad. Al respecto, señala Escudero (2014):

Fundamental identificar y clasificar los grupos de interés de la organización y examinar las relaciones e interacciones que establece con los mismos para determinar cuáles son prioritarios e iniciar con ellos procesos de diálogo con el fin de conocer sus necesidades y expectativas. (p.178)

A partir de este reconocimiento, se posibilita la construcción de una relación “sustentada en un proceso comunicativo fluido, flexible, adecuado a cada uno de ellos en cuanto a sus mensajes, canales e iniciativas” Azuero, citada por Escudero (2014, p.178). Por lo tanto, la comunicación debe ser consistente con la acción de la organización en el interior y en lo externo; debe tener en cuenta cifras, datos y hechos, así como los resultados obtenidos con los procesos de Responsabilidad Social.

En cuanto se refiere a la comunicación de la gestión de la RSU, hay que partir de generar conciencia, sensibilizar y comprometer a los stakeholders internos sobre los proyectos que se llevan a cabo, para evidenciar con los mensajes, los comportamientos y la acción, la coherencia de la institución y la transparencia con que actúa. Con los stakeholders externos, construir relaciones de beneficio mutuo y diseñar mecanismos que permitan la rendición de cuentas sobre las acciones de la institución en aspectos tan importantes como el social, el medioambiental y el económico.

Es importante destacar que organismos internacionales que regulan la RS preocupados por enseñar a los empresarios cómo establecer los vínculos para demostrar el compromiso y mejorar las relaciones con los stakeholders, han publicado manuales para la práctica de las relaciones con los grupos de interés. Es el caso de AccountAbility, el programa medioambiental de Naciones Unidas (UNEP, por su siglas en inglés), Stakeholder Research Associates Canada Inc., Telefónica y el Instituto NÓOS de Estudios Estratégicos de Patrocinio y Mecenazgo que publicaron en 2006 el libro *De las palabras a la acción el compromiso con los stakeholders. Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés*.

El texto contiene un estándar específico sobre *engagement* con los grupos de interés, y propone un marco de referencia para que el diálogo sea efectivo. La norma parte de que antes de cualquier acción es necesario definir el objetivo perseguido, su alcance y la identificación de los *stakeholders* que participarán. Una vez definido todo ello, se inicia un proceso que consta

de cinco fases: Pensamiento estratégico; Análisis y planificación; Fortalecimiento de las capacidades de relación; Diseño del proceso de relación con *stakeholders*; Actuación y revisión. (2006:17).

De otra parte, Pardo, Paredes, De la Cuesta (2011) publicaron *Retos de la RSC II: El engagement con los grupos de interés*, auspiciado por Telefónica y la Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED de Madrid, en el que definen el término *engagement* como “una práctica cada vez más extendida que implica la involucración de los diversos grupos de interés de la compañía en sus actividades en pro de un objetivo común: el beneficio de todos” (2011:4). Señalan también que este término de origen anglosajón *engagement* se traduce al español como “diálogo activo con los grupos de interés”. Pero, también, significa “compromiso”, y eso es lo que realmente debe representar para las organizaciones.

Los autores señalan que el engagement o compromiso implica tres aspectos “comunicación, colaboración y compromiso” (2011, p. 4), y en este sentido el diálogo ha de ser transparente, tener en cuenta logros y dificultades de la organización. La colaboración tiene que ver con la participación, la interacción y la integración entre empresa y *stakeholders*. Y el compromiso es el que asume la empresa para responder a las demandas de sus grupos de interés.

### **Algunos de los hallazgos de RSU en Manizales**

En el proyecto, Bedoya y Escudero dividen su trabajo en cinco momentos: análisis documental, construcción teórica e instrumentos, trabajo de campo, sistematización y análisis y presentación. El acompañamiento permitió que se participara en el proceso desde la construcción teórica, la realización de entrevistas, hasta el momento actual en que se hace análisis preliminar de los resultados

La indagación hecha por Bedoya y Escudero se llevó a cabo en 10 instituciones de educación superior que hacen presencia en Manizales: Universidad de Manizales, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Católica de Manizales, Universidad de Caldas, Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales, Universidad Santo Tomás, Fundación Universitaria Luis Amigó (hoy Universidad Católica Luis Amigó), Universidad Antonio Nariño, Universidad Remington y la Escuela Superior de Administración Pública Territorial Caldas.

El proyecto arroja una serie de resultados que se encuentran en la fase de análisis preliminar. Algunos resultados, se presentan a continuación.

Figura 1. Caracterización de las Universidades de Manizales

<b>Universidades</b>	<b>Carácter</b>	<b>Sede principal</b>	<b>Acreditación Institucional</b>	<b>Propietarios</b>
U. Católica de Manizales	Privado	Manizales	No	Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen
U. Autónoma de Manizales	Privado	Manizales	SI	Asamblea de Corporados
U. de Manizales	Privado	Manizales	SI	Comunidad Universitaria
U de Caldas	Público	Manizales	SI	Estado
U. Nacional, sede Manizales	Público	Manizales	SI	Estado
<b>U. en Extensión</b>				
U Santo Tomás	Privado	Bogotá	SI	Orden de Predicadores (Padres Dominicanos)
U. Antonio Nariño	Privado	Bogotá	No	Corporados
Corporación Universitaria Remington	Privado	Medellín	No	Organización Remington
Fundación Luis Amigó Hoy, Universidad Católica Luis Amigó	Privado	Medellín	No	Congregación de Religiosos Terciarios Capuchinos
ESAP	Público	Bogotá	No	Estado

Fuente: elaboración propia, autores del Proyecto de investigación

De las 10 universidades 7 son privadas y 3 de carácter público; 5 de ellas son de Manizales y 5 funcionan en calidad de extensión de sus programas y sus sedes centrales están ubicadas en Medellín y Bogotá.

Cinco cuentan con Acreditación institucional otorgada por el CNA, organismo encargado de avalar las Instituciones de educación superior en Colombia. Las otras cinco cuentan con programas de pregrado o de posgrado acreditados y adelantan gestiones ante los organismos nacionales para lograr la acreditación institucional.

Es de anotar que una de las universidades con sede en Bogotá, cuenta con un Centro de Atención Universitaria –CAU- en Manizales en donde se adelantan programas de pregrado y posgrado a distancia y acaba de recibir la ‘Acreditación Institucional Multicampos’

Hay que destacar que 3 de las 7 universidades privadas estudiadas son propiedad de comunidades religiosas, y de las 4 restantes 3 están constituidas legal y jurídicamente como Corporaciones, por lo tanto sus propietarios se reconocen como corporados. Una más, pertenece a la Comunidad Universitaria que se beneficia de sus programas.

Las universidades del sector público son financiadas por el estado en su mayoría, lo que quiere decir que hay un presupuesto otorgado desde el Estado. En segundo lugar, están las instituciones de carácter privado, estas como su nombre lo dice se financian directamente de quienes se matriculan para acceder a sus programas y servicios.

Todas las universidades, aún las que funcionan mediante el sistema de extensión de los programas y servicios cuentan con dependencias responsables de los procesos comunicativos que en su gran mayoría están a cargo de un Comunicador Social y Periodista.

De las 10 universidades de Manizales observadas, se encuentra que 7 mencionan específicamente aspectos de Responsabilidad Social en su formulación misional o visional o la incluyen entre sus principios o valores.

Si bien se registra esta situación, solo una Universidad de las privadas, tiene muy claro el actuar desde la RS, y acaba de incorporar en su Plan de Comunicación Estratégica, todos los programas y procesos que se desprenden de su compromiso con los diferentes grupos de interés, con las comunidades y con el entorno. La mayoría prepara informes de gestión para dar cuenta de lo realizado ante las asambleas de corporados o ante el Consejo Superior. De las Universidades que operan en Manizales por el sistema de extensión, hay dos que llevan a cabo procesos de rendición de cuentas ante los diferentes estamentos que las conforman.

Todas adelantan programas que benefician los grupos de interés internos entre los que se cuentan los administrativos, docentes y estudiantes y abarcan descuentos para estudios de pregrado y posgrado, becas para estudiantes con mejores promedios, descuento en el valor de

la matrícula, programas de acompañamiento estudiantil y atención primaria en salud; cuentan con programas en algunos sectores de la ciudad, o que brindan solución a diferentes necesidades de las comunidades más próximas en su entorno; con sus programas benefician diferentes grupos poblacionales. Muchos de estos programas y procesos responden a estrategias de RS, y surgen a partir de los mismos proyectos que se plantean en el aula de clase o por medio de una propuesta de un administrativo, directivo y/o docente.

En cuanto a temas de proyectos, en relación con la RSU, se debe hacer énfasis en los proyectos de aula, que deben direccionarse a generar impacto en el entorno que se pretende intervenir. Procesos que, según Domínguez & Rama, “responderán a qué tipo de conocimiento se produce, qué se debe producir y difundir, y cómo la investigación debe aportar al desarrollo sostenible de la sociedad” (2012, pág. 30).

En la práctica y en lo que se hace ¿qué tanto conocen los grupos de interés de las respectivas universidades estos proyectos?, ¿qué tan visibles son los procesos universitarios frente a la comunidad?, pues bien, las universidades se están enfrentando a una era y a un cambio brusco en las comunicaciones y es el ahora, todo se está convirtiendo en instantáneo y si no dan a conocer dichos procesos que de puertas para adentro están funcionando tan bien, la universidad empieza a perder su esfuerzo.

Podría decirse que las universidades en Manizales, están haciendo más de lo que comunican, cuentan o publican. Las universidades que contempla el estudio, prestan servicio en la ciudad y establecen políticas, estrategias y lineamientos desde lo social y lo ambiental que benefician tanto a los stakeholders internos como a los externos de la institución. Cuando se realizan las entrevistas, los respectivos coordinadores de áreas como bienestar Universitario, Proyección Social y Comunicaciones, señalan programas, proyectos y planes con que cuentan y la participación en alianzas estratégicas a las que pertenece la respectiva institución, y de otra parte, al revisar las páginas web, se corrobora, en la mayoría de los casos que realmente las universidades están inmersas en estos proyectos. En otros momentos, los entrevistados muestran evidencias físicas de los procesos de los cuales hablan (folletos, memorias, textos).

Pero el proceso de comunicación de la gestión de la RSU va más allá de informar, se debe partir de escuchar y dialogar con los grupos de interés, es decir en la institución deben sean escuchados, para elaborar objetivos de corto y largo plazo donde se propongan



estrategias para que estos sean cumplidos; a partir de lo que señala Nieves (2006) la comunicación estratégica requiere de una adecuada planificación, entendiéndola como el proceso por el que una organización, una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y fijados sus objetivos a corto y largo plazo, selecciona las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de esas estrategias. (p.2)

Una universidad debe generar impacto desde su interior y debe desarrollar programas que involucren principalmente sus públicos internos, porque es a partir de este, que se empiezan a visibilizar desde afuera las buenas acciones. Todos estos procesos funcionan como parte de la identidad corporativa, de la esencia y filosofía, es decir, que si una empresa o cualquier tipo de organización trabaja primero su parte interior (administrativos, directivos, docentes y estudiantes) va a mantener un nivel alto de confianza y satisfacción por parte de ellos, lo que va a generar que se vuelvan canales activos de difusión o de desarrollo en el entorno.

Las universidades generan espacios que permiten el desarrollo de oportunidades en RSU, que satisfacen necesidades sociales y que trabajan por la mejora y disminución del impacto negativo en el medioambiente, se visibilizan estrategias de reciclaje, proyectos investigativos para el cuidado ambiental, y oportunidades sociales que integran en los diferentes puestos de trabajo personal que hace parte de las zonas vulnerables de la ciudad. Así mismo, generan opciones viables para el desarrollo integral de su personal y estudiantes con programas de ayuda económica y estudiantil, con proyectos de proyección y emprendimiento (una plaza que se ha ido ampliando entre los estudiantes universitarios de la ciudad, que generan oportunidades de empresa desde la venta de dulces hasta la venta de productos diseñados por ellos mismos) entonces desde los campos que ofrece la universidad se crean plataformas que visibilizan esas oportunidades de cambio, en las cuales el mismo estudiante o profesor puede generar cambio social.

### **Articulación de las universidades con el entorno empresarial**

Después reconocer el papel de las empresas y las universidades en el desarrollo de la Responsabilidad Social, es importante señalar que en Manizales muchas empresas están participando conjuntamente con las universidades en proyectos de ciudad, que generan alianzas y fortalecen aspectos importantes para el desarrollo de la ciudad desde lo que es la Responsabilidad Social; así mismo, enfocar como las instituciones educativas desempeñan

un papel desde lo interno y que de cierta manera el entorno no conoce muchos de estos procesos, de los que quizás se puede involucrar siendo beneficiario o participe de ellos.

A partir de lo que sucede en las universidades de Manizales, se pueden destacar grandes logros en el desarrollo de la Responsabilidad Social Universitaria que son: los proyectos propios de cada una de ellas, es decir, los programas y acciones que realiza cada universidad en el marco de los tres ejes de la RS (social, ambiental y financiera) y por otro lado están los convenios o alianzas entre lo público, privado y académico de la ciudad.

En primer lugar, se puede decir que Manizales es generadora de iniciativas, mediante alianzas o convenios entre universidades, organizaciones gubernamentales y privadas de la región, desde hace algunos años se vienen implementando estrategias que incluyen: el emprendimiento, la calidad universitaria, lo ambiental, la movilidad, y el impacto cultural. Todas con un mismo fin, hacer de Manizales una ciudad que desde sus iniciativas sea un eje para el país, al convertirla en ciudad universitaria, de buena calidad para vivir y sobre todo llena de oportunidades.

En Manizales, a partir del 2010 entre los rectores de algunas de las universidades surgió una iniciativa en la cual se trabajara y desarrollara lo misional de cada una de ellas, dejando de lado diferencias y estándares de unificación; de ahí nació ***Alianza SUMA (Sistema Universitario de Manizales)*** desde donde se plantean estrategias de SUMA Movilidad, SUMA investigación y SUMA proyección, y a su vez, se planean campañas que incentivan buenas prácticas en tiempo libre y uso de los recursos deportivos que poseen las sedes universitarias en la ciudad. SUMA entre todo esto tiene su fin enfocado en generar en la ciudad una “macro universidad” donde se deje a un lado la individualización y se empiece a visibilizar crecimiento en torno a estas uniones.

A partir de lo anterior y de esta estrategia educativa, se puede evidenciar el trabajo que se hace con una simple alianza que se vuelve compromiso, y que tiene un amplio componente de Responsabilidad Social, enfocado a políticas que generen en la ciudad oportunidades para los públicos internos de interés de las universidades como: implementación de la bicicleta como medio de transporte que genera apoyo social a los estudiantes que no poseen suficientes recursos económicos para sostener un transporte público y al mismo tiempo desde el ámbito ambiental que es la disminución de contaminación, además abre oportunidades en el progreso de ciudad en un campo de participación activa donde estudiantes y profesores obtienen

beneficios que al mismo tiempo se transmiten a la sociedad y el entorno en el que se desarrolla la actividad de cada institución, desde la movilidad académica hasta el apoyo y generación de proyectos de investigación que respondan a necesidades de esos grupos.

Con lo desarrollado en el programa de alianza SUMA, se puede describir qué aporta la RSU a esas alianzas estratégicas. A partir del proyecto SUMA se generan tres ejes: la **proyección** (unidad, área o dependencia con la que cuentan la mayoría de universidades manizaleñas); en el **campo investigativo** (apoyo institucional donde se benefician docentes y estudiantes en proyectos de investigación); y con **la movilidad**, quizás uno de los mayores beneficios para los estudiantes con esta alianza es que permite ver materias o módulos en las diferentes universidades. A partir de estos tres ejes la RSU se evidencia en los impactos de ciudad, desarrollo y oportunidades que se generan para los stakeholders internos, y así mismo indirectamente se visibiliza impactos al entorno.

Después de cristalizar esta primera propuesta, empezaron a surgir en la ciudad nuevas estrategias para ser ejecutadas mediante alianzas para el desarrollo, con la unión de las instituciones públicas y privadas de la ciudad, la Alcaldía de Manizales y la Fundación Luker, esos proyectos son:

- **Manizales Campus Universitario**, un proyecto que viene desde febrero del 2016, tiene como objetivo el aumento de estudiantes universitarios y que al mismo tiempo crezcan los programas y las instituciones de alta calidad, apostándole a una integración en la oferta y en servicios universitarios que beneficien la comunidad estudiantil de la ciudad.
- **Manizales Más**: Es un proyecto que habla desde el emprendimiento empresarial de la ciudad, que tiene varios objetivos que promueven, incentivan y benefician la creación de nuevos negocios y empresas. Al mismo tiempo, brinda la oportunidad para que se vinculen a la ciudad modelos de desarrollo integral para el funcionamiento del ecosistema de emprendimiento planteado desde el mismo programa.
- **Estoy con Manizales**: se está desarrollando desde el año 2010, y busca construir el rumbo de la ciudad con los ciudadanos, donde se genere riqueza, bienestar y calidad de vida con oportunidades.
- Por otro lado, se encuentra el programa de seguimiento y evaluación de la calidad de vida en las ciudades, **Manizales como vamos**, en el que participa en alianza con la

Alcaldía de Manizales y pretende mostrar a la gente de la Ciudad los impactos, el progreso que ha tenido la ciudad durante un periodo anual, generando al mismo tiempo desde los propios gobiernos transparencia y credibilidad que apuntan a la calidad de vida, que la ciudadanía esté más informada, participe más y sea responsable. Se realiza mediante alianzas entre los sectores educativo, empresarial y solidario. Importante destacar que hacen parte de este programa la Pontificia Universidad Javeriana, la Universidad Católica de Manizales y la Universidad de Caldas. Dos medios de comunicación y otras entidades del orden nacional y local.

Gracias al desarrollo, actualización y visualización de las universidades en el tema de Responsabilidad Social se puede decir que, por medio de estas entidades educativas, ya se empieza a generar en la ciudad y a visibilizar una Manizales responsable.

Desde el proyecto ‘Manizales como vamos’ en alianza con fundación Luker “se realizó un informe especial y complementario al de Calidad de vida denominado cómo vamos. Educación Superior” (Manizales cómo vamos, recuperado de la página web en Febrero de 2017). Es un cuarto capítulo que hace parte del informe desde el 2014 pensado por la Red cómo vamos de la que hacen parte otras ciudades del país, se inició con la revisión de las pruebas saber pro en conjunto con una encuesta a universitarios sobre Manizales como ciudad para vivir en ese año.

Para 2016 se tuvo la iniciativa de formalizarlo como un capítulo dedicado a la Educación Superior, según el informe de Manizales cómo vamos 2016 “en el caso de Manizales, el 98% de los estudiantes manifestó estar a gusto con la ciudad como un lugar para estudiar. Las razones que refieren los estudiantes para elegir la ciudad son principalmente el ambiente universitario (72%), la calidad de las universidades (67%) y el clima (67%)”. Lo que hace pensar que Manizales está comprometida con el cambio donde se convierte en referente de desarrollo universitario con educación y procesos de calidad a nivel nacional.

Con esos proyectos de ciudad donde se evidencia la participación directa del 60% de las universidades con las que cuenta Manizales, se puede sacar una primera conclusión y es que desde las iniciativas de ciudad se están creando eslabones de unión, donde tanto las universidades como las entidades públicas fortalecen relaciones y trabajan por el progreso de

la ciudad y que directamente están desarrollando una política de RS que beneficia el entorno en que se encuentra la ciudad.

¿Qué sucede a partir de todo esto?, en la ciudad se están presentando ligeros cambios en el desarrollo de lo humano, de lo social, de las tecnologías, entre otros. A medida que van evolucionando las estrategias hacia el bien común, van tomando más fuerza, pues se dejó a un lado el estereotipo de primero mejorar sin importar los daños, para empezar a cambiar el chip y pensar en esas iniciativas que van evolucionando junto con los cambios del contexto. Manizales es una ciudad que está mirando y visionando su futuro donde: sea reconocida como una ciudad referente para el país, como una ciudad llena de oportunidades para los estudiantes, con mejoramiento en calidad de vida, seguridad y bienestar. Y que al mismo tiempo se está trabajando por una articulación de los sectores público, privado, educativo, en procura del bien común y ambiental de la región.

---

### **A Manera de conclusiones**

Es preciso aclarar que este es un trabajo realizado a partir de la indagación realizada en las universidades de Manizales que contempla el proyecto, la sistematización de los resultados y un análisis preliminar de los mismos, del cual se extraen las siguientes conclusiones.

A partir de la integración y el compromiso de la institución y todas sus dependencias, con las estrategias, planes y proyectos de RSU y su incorporación al sistema de comunicaciones, surge el diseño de estrategias de relacionamiento con los stakeholders internos y externos que contempla una relación dialógica transparente, para obtener la colaboración y la participación desde la confianza y la credibilidad generadas por la institución al hacer evidente su compromiso con los procesos y los stakeholders. De esta manera, la comunicación se convierte en un factor primordial para el fortalecimiento y el reconocimiento por parte de la comunidad de la labor realizada en el entorno social.

Las alianzas entre los sectores privado, público y educativo para los proyectos de ciudad en Manizales, Manizales +, Manizales Campus Universitario, Estoy con Manizales y Manizales Cómo Vamos, se vislumbran como generadoras de impactos económicos, sociales y ambientales, porque desde ellos se están trabajando compromisos de ciudad que surgen

desde las instituciones educativas, la empresa privada y el gobierno municipal. Esta interacción con el entorno de manera dialógica, lleva a la participación de las universidades en el desarrollo social y ambientalmente responsable; porque por ejemplo, se aporta a la generación de ingresos por parte de los emprendedores que ponen en marcha nuevos negocios y generan empleo, contribuyendo al desarrollo de la ciudad; con la implementación de estaciones de bicicleta que proporcionan movilidad a los estudiantes y ciudadanos, está impactando desde la salud de la persona hasta el medioambiente; Estos aspectos son relevantes para la ciudad y las universidades comprometidas en los proyectos, por lo que se pueden equiparar a la extensión de sus procesos de RSU.

En esta interacción con el medio o entorno, caso aparte merece la mención del proyecto Alianza SUMA, constituido por 6 universidades de la ciudad, con el propósito de beneficiar a una población cercana a los 40 mil universitarios, entre estudiantes de pregrado, posgrado y profesores. Este proyecto pretende que la educación tenga como base las realidades de la ciudad y del mundo. Constituye una serie de oportunidades para los estudiantes universitarios y docentes de Manizales y a la vez que se observa como un proyecto de apalancamiento para las instituciones participantes que fortalece el sistema educativo universitario de Manizales, porque en el convergen acciones de RSU, al propiciar interacción, intercambio, circulación del conocimiento, movilidad académica, investigación y proyección social a las universidades participantes.

En Manizales las universidades están generando oportunidades que se ven desde la Responsabilidad Social Universitaria como programas y proyectos que benefician a los diferentes grupos de interés o stakeholders, y aunque en la plataforma estratégica se haga referencia a la RSU, en la gran mayoría de los casos, se observa que todavía no han sido planteados explícitamente como estrategias, políticas o proyectos de RSU, ni se han articulado propiamente a los procesos comunicativos.

Es importante destacar que en la mayoría de los programas académicos que ofertan las diferentes universidades se realizan prácticas en empresas, organizaciones o instituciones del contexto empresarial público o privado, es decir las universidades buscan ofertar un servicio a la comunidad, entretanto los estudiantes aportan sus conocimientos y competencias a la solución de problemas o necesidades reales, mientras finalizan su proceso de formación. Por

ejemplo, dos universidades cuentan con un programa de pregrado en Derecho y durante la carrera los estudiantes pasan por un Consultorio jurídico, donde prestan un servicio a la comunidad que lo requiere en cuanto a asesorías jurídicas, desde ahí la universidad se observa el cumplimiento de la RS desde su quehacer diario.

Desde las universidades y sus alianzas estratégicas con empresas del sector público y privado se generan beneficios para ambas partes. Una alianza permite que la institución educativa impacte la sociedad que interviene y beneficia contribuyendo al desarrollo sostenible, al tiempo que amplía la cobertura con los programas, y reduce gastos, mientras crea una gama de oportunidades para todas las organizaciones que pertenecen a esa alianza y para sus beneficiarios. Solo a partir de un proyecto o programa de RSU, se está beneficiando a la comunidad que hace parte directa de la universidad y que se convierte en un portavoz que le cuenta al mundo sobre los beneficios recibidos y el desarrollo de la región.

Es importante que las dependencias encargadas de la Comunicación en las universidades, tengan en cuenta su responsabilidad y la de la institución en la construcción social porque como expresa Drucker, citado por Orjuela, S.(2011) “la empresa también influye sobre la cultura de las personas y de la sociedad a través de la comunicación. (2011, p. 139).

## Referencias

- Bedoya, J. A. (2016). *El cometido de la Responsabilidad Social Universitaria y la trascendencia que en su proceso cumple la Comunicación*. Ponencia presentada en el Primer encuentro nacional de investigadores en comunicación. ACICOM- Universidad del Norte. Barranquilla Mayo 26 y 27.
- CHEC. (2012). Portal *CHEC. Programas de Responsabilidad Social en Manizales*. Recuperado el Febrero de 2017, de [www.chec.com.co](http://www.chec.com.co)
- De Aguilera M., Farias P., Baraybar A. (2010) *La Comunicación Universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos*. En: Revista ICONO 14, 2010, Año 8, Vol. 2, pp. 90-124
- De la Cuesta M., De la Cruz C., Rodriguez M. (2010). *Responsabilidad social universitaria*. España Oleiros : Gesbiblo, S.L.
- Granda G. & Medina A. (2006). *Gestión y comunicación de la responsabilidad social empresarial*. Compiladores Curso de Verano Forética. Madrid: Ediciones Cinca S.A. :
- Del Valle Chirino Y., Pérez C. M., Reyes A. de J. (2016) *Aproximación al concepto de Responsabilidad Social Universitaria*. En: Revista Ensayos Julio-Diciembre. Universidad Nacional de Colombia sede Manizales: Facultad de Administración
- Escudero E. Bedoya J. A. (2016). *Gestión estratégica de la comunicación y directrices de responsabilidad social empresarial en las universidades de Manizales*. Proyecto de Investigación: Universidad de Manizales.
- Escudero Noreña E. (2014). *Confluencias, interfaces y trayectos en la gestión comunicativa de la organización*. En: Véliz Montero, Fernando coordinador. *Comunicación Organizacional nuevas preguntas para nuevos desafíos*. Ecuador: Editorial Ciespal.



Faerna A. *Altruísmo*. Universidad de Castilla, La Mancha.

Fundación Luker. Portal Fundación Luker. Misión y visión. Recuperado en Febrero de 2017, de <http://fundacionluker.org.co/como/>

Krick T., Forstater M., Monaghan P., Sillampää M. (2006). *De las palabras a la acción: El compromiso con los stakeholders*. UNEP.

Meyer, J. A. (2009). *Comunicación estratégica: nuevos horizontes de estudio*. México: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y la Fundación Manuel Buendía, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Vocalía Sureste). En: Razón y Palabra “Relaciones Públicas”, Número 70. ([www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)) (consulta: 10-04-2013)

Meza Espinoza A., (2007). *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad*. Trabajo de grado [en línea]. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado febrero de 2017. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>

Mutis, G. (2013). *Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto*. En: Semana Sostenible, 115, 114-118.

Nieves C. F. (2006). *Comunicación estratégica. Serie Comunicación Organizacional*. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm>

Pardo, E., Paredes, J. D., De la Cuesta, M. (2011). *Retos de La RSC II: El engagement con los grupos de interés*. Cátedra Telefónica de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid: Cuaderno Red de Cátedras Telefónica

- Perez, D. A., Lakonich, J. J., Cecchi, N. H. y Rotstein, A. (2009) *El compromiso social de la universidad latinoamericana del siglo XXI: Entre el debate y la acción*. Instituto de Estudios y Capacitación de la Federación Nacional de Docentes Universitarios IEC-CONADU Buenos Aires. Recuperado diciembre de 2017 de:  
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/iec-conadu/20100317010331/2.pdf>
- Dominguez J. & Rama, C., (2012). *La Responsabilidad Social Universitaria en la Educación a Distancia*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú: Editorial Gráfica Real S.A.C.
- Rodriguez, J.M. (2005). *La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional*. Trabajo de grado. Facultad de ciencias sociales y humanas, Universidad de Antioquia.
- Saavedra, M. L. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas*. Cuadernos de Administración, vol. 27, núm. 46, julio-diciembre. pp. 39-54 Cali: Universidad del Valle
- Strandberg L. (2010). *La medición y la comunicación de la rse: indicadores y normas*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo No.9
- Trujillo M. A., Vélez R.,. (2006). *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial*. Universidad & Empresa, vol. 5, núm. 10, junio,[en línea] pp. 291-308 Universidad del Rosario Bogotá, Colombia. Consulta febrero 2017 Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187217412013>>
- Valarezo K., Cesible K., Elizalde R. (2010). *Responsabilidad Social Universitaria, comunicación estratégica y desarrollo sostenible*. II Acta de: Congreso internacional latina de comunicación social, Universidad de La Laguna.

Vallaey F. (2007), *Responsabilidad Social Universitaria Propuesta para una definición madura y eficiente*. México: Programa para la Formación en Humanidades, Tecnológico de Monterrey [en línea] Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2011/12/responsabilidad-social-universitaria-propuesta-para-una-definicion-madura-y-eficiente>

Zuluaga, S. (2009) Compilador. *Responsabilidad Social Universitaria Estudio de caso sobre Paz y Competitividad de la Universidad Autónoma de Manizales*. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales. [En línea] disponible en: <http://www.pazycompetitividad.edu.co/sites/default/files/publicaciones/Responsabilidad%20Social%20Universitaria.pdf>