



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

***“ANÁLISIS DE LA EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL EN LA
UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO CAMPUS VILLAHERMOSA Y SU
PAPEL COMO FACTOR HACIA EL CUMPLIMIENTO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL”***

TESIS PROFESIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

WENDY MARISOL GALVÁN RODRÍGUEZ

ASESOR DE TESIS:

LIC. ROSA CORNELIO LANDERO

VILLAHERMOSA, TABASCO 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“ANÁLISIS DE LA EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL EN LA UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO CAMPUS VILLAHERMOSA Y SU PAPEL COMO FACTOR HACIA EL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL”

Dedicatoria

A Dios:

Por ser mi consuelo, amparo y fortaleza, cuando más lo he necesitado, y por hacer palpable su amor a través de esta meta culminada.

A mis padres:

Por que sin esperar nada a cambio, han sido pilares en mi camino formando parte de este logro que me abrirá puertas inimaginables en mi desarrollo profesional.

A mis hermanas:

Que han sido una gran ayuda y que sobre todo, me ha sabido entender, aconsejar y guiar, en este proceso.

A mis adorables sobrinos:

Frida Sophia, Valentina, Nahum Gabriel, Luisa Tamara y Amélie, por llenar mi vida de alegría con sus tiernas sonrisas.

A la M.C.E. Rocío Madrigal Quevedo:

Que me apoyo siempre y me dio ánimos en todo momento.

A mis profesores:

Por brindarme su guía y sabiduría a lo largo de mi carrera.

Contenido

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| CAPÍTULO I_ GENERALIDADES | 12 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 12 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN | 14 |
| 1.3 HIPÓTESIS | 15 |
| 1.4 OBJETIVO GENERAL | 16 |
| 1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 16 |
| CAPÍTULO II_ EXTENSIÓN CULTURAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL | 18 |
| 2.1 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL | 18 |
| 2.2 ELEMENTOS QUE COMPONEN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL | 22 |
| 2.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL | 25 |
| 2.4 ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y CUÁLES SON LAS TAREAS QUE DEBE REALIZAR LA UNIVERSIDAD EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO DE LA MISMA? | 27 |
| 2.5 CONCEPTO DE EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL | 31 |
| 2.6 FUNCIONES GENERALES DE LA EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL | 36 |
| 2.7 IMPORTANCIA DE LA EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL | 40 |
| 2.8 POSICIÓN DE LA UNIVERSIDAD EN LA SOCIEDAD | 43 |
| CAPÍTULO III_ CASO DE ESTUDIO UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO CAMPUS VILLAHERMOSA | 48 |
| 3.1 ANTECEDENTES | 48 |
| 3.2 MISIÓN | 49 |
| 3.3 VISIÓN | 49 |
| 3.4 VALORES | 50 |
| 3.5 HABILIDADES | 50 |
| 3.6 LEMA INSTITUCIONAL | 51 |
| 3.7 ESTRUCTURA CORPORATIVA | 51 |
| CAPÍTULO IV_ METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 53 |
| 4.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 53 |
| CAPÍTULO V_ ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO GENERAL | 58 |
| 5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A ALUMNOS | 58 |
| 5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A DOCENTES | 64 |
| 5.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENTREVISTA AL MODULO DE PROMOCIÓN | 70 |
| 5.4 DIAGNOSTICO DE LA UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO CAMPUS VILLAHERMOSA | 72 |
| CONCLUSIONES | 74 |
| RECOMENDACIONES | 78 |

| | |
|---|----|
| MARCO CONCEPTUAL | 82 |
| BIBLIOGRAFÍA | 88 |
| ANEXOS | 95 |
| ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA PARA ALUMNOS | 95 |
| ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA PARA DOCENTES | 96 |
| ANEXO C. FORMATO DE ENTREVISTA PARA EL ÁREA DE PROMOCIÓN | 97 |

Introducción

Introducción

La Universidad no solo es el reflejo de la historia por lo tanto esta debe superar las funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión, sobre todo anticiparse a las posibles demandas que el país le hará por nuevos servicios.

El eje central de este trabajo es diagnosticar la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa referente a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural y a su vez proveer a la misma institución una propuesta de acción que permita conducirla hacia el cumplimiento de la Responsabilidad Social Universitaria, recordemos que la Universidad no desempeña una función de cualquier índole, sino es aquella que incide en la formación y transformación de los cambios sociales.

La Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, sucursal ubicada en privada golondrinas No. 130, col. José María Pino Suárez localizada específicamente en la ciudad de Villahermosa “La esmeralda del sureste”, Tabasco (ver figura 1.1.1), cuya matriz se encuentra ubicada en Coatzacoalcos, Veracruz.

A lo largo del trabajo de campo la hipótesis elaborada “La Universidad de Sotavento Campus Villahermosa presenta áreas de mejora en cuanto a la Extensión y Difusión Cultural”, obtuvo los resultados esperados, y cuando se adentraba más en el tema el valor recaía sobre el mismo objetivo, la importancia del cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural.

Gracias a la gran cantidad de información encontrada se puede decir que esta es la pieza que le falta a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa y efectivamente se puede decir que la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa debe y puede mejorar en cuanto a su Responsabilidad Social Universitaria y no solo por los grandes beneficios financieros que esta puede traer consigo, sino que en eso consiste la existencia de la Universidad es la razón de ser, o mejor dicho para ello fueron creadas, cuya misión de las Universidades es

dedicarse a crear conocimiento y formar profesionales capaces de satisfacer las necesidades del país, aunque en la actualidad no es así.

Las Universidades deben usar como estandarte su misión y esta misma debe estar plasmada en cada rincón de la institución, que se pueda apreciar el logro de la misma con hechos convincentes, y no solo este plasmada en una mampara donde si, se puede apreciar perfectamente pero sin embargo y lamentablemente solo estará ahí de forma estática, lo cual parece común hoy en la actualidad, pues ¿No sería mejor ponerla en practica, que solo usarla como falso galardón?.

Figura 1.1.1



Fuente: Mapa de los Estados Unidos Mexicanos resaltando el estado de tabasco y señalando el municipio del centro <http://www.curiosidadesmexico.com>

Es de suma importancia mejorar cuanto sea posible y no solo suponer que se esta cumpliendo, debe la Universidad convencer tanto a su matricula vigente de alumnos como a su matricula potencial, con hechos irrefutables que testifiquen, la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa sí es “La mejor opción” para estudiar una carrera Universitaria.

Para diagnosticar a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa en cuanto a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural la cual permitirá conducir a la misma hacia la Responsabilidad Social, es necesario valerse de una metodología es decir una guía que permita llevar a cabo los objetivos planteados en la presente investigación y así mismo proponer un modelo de mejoramiento.

La presente investigación es un estudio descriptivo por que se selecciona una serie de cuestiones y se miden o recolectan información lo cual permite describir lo que se investiga. El diseño de la investigación que se utilizará es un estudio no experimental ya que este no construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes en este tipo de investigación las variables independientes ya han ocurrido y no se tiene control directo sobre ellas, a demás los datos son recolectados en un solo momento y en un tiempo único.

Los sujetos de los cuales se recolectarán los datos son de alumnos, docentes y personal del área de promoción de la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, quienes tienen una relación directa con el objeto de estudio, el tipo de muestra es probabilística y el tamaño de la muestra se determina en base a la formula ya establecida.

El presente trabajo se divide en cinco capítulos. El capítulo I_ Generalidades. El cual aborda información de protocolo como; planteamiento del problema, objetivos de la investigación al igual que la justificación del mismo trabajo de investigación. El capítulo II_ el Marco teórico. Como su nombre lo dice hace mención de todos los conceptos y ejes teóricos tomados como base para el análisis de datos y así mismo

darle un sentido coherente a la investigación. El capítulo III_ Caso de estudio Universidad de Sotavento Campus Villahermosa. Dentro del cual se narra el principio de la historia de la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, misión, visión, valores y habilidades institucionales, lema institucional y la estructura corporativa. El capítulo IV_ Metodología de la investigación. Se menciona la metodología que será empleada a lo largo del trabajo. El capítulo V_ Análisis de resultados y diagnostico general. En este capítulo pueden apreciarse las gráficas con los resultados de las encuestas aplicadas a docentes y alumnos de la institución en estudio, así como los resultados de la entrevista realizada al modulo de promoción al igual se presentan las conclusiones a las que se pudieron llegar a través de la tesis y por ultimo se muestran las recomendaciones propuestas para la Universidad de Sotavento.

Capítulo I

Generalidades

Capítulo I_ Generalidades

1.1 Planteamiento del problema

La Responsabilidad Social (RS) es un tema que ha sido expuesto recientemente y que a medida que pasa el tiempo, se va tornando mucho más complejo. Es decir, está inmerso en un perfeccionamiento progresivo donde no solo destacan los aspectos sociales sino también los económicos, ambientales y culturales, los cuales adquieren la misma importancia que el desempeño financiero que solía ser inicialmente la preocupación principal del empresario.

Las organizaciones que decidan el camino hacia la RS deben hacerlo a conciencia evitando cubrir el mayor número de aspectos posibles solo por pura apariencia. Por tanto solo deben cubrir los aspectos pertinentes de acuerdo a la capacidad de la empresa perfeccionando así el servicio en esa misma área, pues la RS es una contribución activa y voluntaria que permite mantener la confianza con aquellos grupos de interés involucrados en el quehacer diario de la empresa y como efecto contribuye en gran manera al mejoramiento de la misma.

Para efectos de la presente investigación y como delimitación de la misma es de gran importancia enfocarse a uno de los elementos que componen el extenso concepto de RS, siendo para el caso la Extensión y Difusión Cultural en la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa.

La cultura es un tema de gran relevancia en cuanto a su cumplimiento dentro de las Universidades que son en sí mismas educadoras con gran incidencia en aspectos sociales pues son éstas las encargadas de formar profesionales competentes y comprometidos con la sociedad. Es por ello que la institución anteriormente mencionada es objeto de estudio, pues a pesar de que fue constituida hace diez años (desde el año 2000), presenta áreas de oportunidad en este tema.

La investigadora, como alumna de la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, considera que falta ampliar la oferta de servicios que ofrece la Universidad concerniente a la Extensión y Difusión Cultural, para alcanzar una mayor satisfacción de la matrícula vigente así como la atracción de un mayor número de clientes potenciales.

Las consecuencias que se manifiestan a causa de la falta de Extensión y Difusión Cultural pueden observarse claramente en la escasez de eventos culturales dentro de la formación estudiantil, como talleres, cursos, conferencias, presentaciones de libros, exposiciones de artes etc. Falta acercarse a la comunidad Universitaria ante expresiones artísticas y culturales de vanguardia para que de esta manera se construya una mejor imagen que incremente la matrícula estudiantil vigente y que motive a los clientes potenciales.

De acuerdo a las primeras observaciones, se ha detectado que la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa no cuenta con el área de Extensión y Difusión Cultural, que específicamente se encargue de organizar y dirigir actividades culturales, ni se reservan fondos suficientes para contribuir a una formación integral de los universitarios que incluya aspectos culturales y artísticos. La idea es que poco a poco se supla la actual percepción negativa por hechos claros y convincentes que valgan de ejemplo a otras instituciones que de mismo modo deseen construir un México mejor, pues bien dice el pintor y escultor francés Edgar Degas en su frase “Arte no es lo que ves, sino lo que debes hacer que otras personas vean”.

1.2 Justificación

En nuestro tiempo, la comunicación es cada vez más abierta y podemos ver que la cultura constituye la supervivencia de cada país a través del ejercicio diario de esta, mediante el cual el lenguaje y las pautas de actuación tanto político, económico y artístico van ampliándose y constituyendo un proceso autocreador de los pueblos.

La importancia de estudio en cuanto al análisis de la Extensión y Difusión Cultural en la Universidad de Sotavento y su papel como factor hacia el cumplimiento de la Responsabilidad Social es, que para poder cumplir de cierta manera con la Responsabilidad Social y desahogar la deuda que tiene la Universidad con la sociedad el tema en cuestión no debe ser visto como cualquier otro tema, pues es la Universidad quien interviene en la formación y transformación de cuadros humanos aptos para el desarrollo de la misma sociedad.

Es por ello que la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa no debe ser la excepción ya que posee áreas de oportunidad referente a la Responsabilidad Social en cuanto a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural, área que no es lo suficientemente explotada y que sin embargo es mencionada en la misión de la institución la cual dice explícitamente “Formar profesionistas de excelencia académica, capaces de comprometerse con el desarrollo de su entorno con un amplio sentido analítico, creativo y humanista, que le otorgue liderazgo nacional e internacional, mediante la docencia, el conocimiento científico, la investigación y difusión de la cultura y el deporte”.

La naturaleza de la Extensión y la Difusión Cultural consiste en extender hacia el ámbito académico y social la actividad armónica de la Universidad integrando en esta el modelo de práctica profesional multifacética transmitiendo una señal positiva y de confianza a la sociedad. De esta forma provee un buen ejemplo, esperando que el compromiso que ha adoptado voluntariamente, contribuya a incrementar su rentabilidad.

La Extensión y la Difusión Cultural es distinta a las otras materias impartidas dentro de la institución, ya que en ésta no se contempla un área específica de estudio, sino que pretende ser un espacio para la práctica, buscando su vinculación con los entornos intra o extra institucionales, a fin de que los estudiantes puedan acentuar su formación integral; como bien menciona el escritor británico John Ruskin “Educar a un joven no es hacerle aprender algo que no sabía, sino hacer de él alguien que no existía”.

Así, pues, la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa debe ser participe a la Responsabilidad Social a través del cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural la cual forma parte de las tres funciones sustantivas de las Universidades, planteadas por la Secretaria de Educación Pública: Docencia, Investigación, Extensión y Difusión Cultural.

Esta investigación también se justifica desde el punto de vista práctico, ya que la misma plantea una propuesta de acción que al aplicarla contribuirá a la mejora del problema.

1.3 Hipótesis

La Universidad de Sotavento Campus Villahermosa presenta áreas de mejora en cuanto a la Extensión y Difusión Cultural.

1.4 Objetivo general

- Diagnosticar a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa en cuanto a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural y así mismo facilitar una propuesta de acción permita conducir a la Universidad hacia el cumplimiento de la Responsabilidad Social.

1.4.1 Objetivos específicos

- Comprobar si la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa proporciona a los alumnos y docentes vasta información bibliográfica y hemerográfica.
- Analizar si la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa se interesa en conocer las opiniones e inquietudes de los estudiantes y docentes.
- Establecer si la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa incentiva a los estudiantes a brindar apoyo ante problemas sociales.
- Examinar si los alumnos están interesados en que haya más eventos culturales como de talleres, cursos, conferencias, presentaciones de libros y exposiciones de artes etc.
- Investigar qué eventos culturales se realizan anualmente, en promedio cuántos y de qué tipo.
- Determinar si los fondos reservados para la Extensión y Difusión Cultural son suficientes y oportunos.

Capítulo II

Extensión Cultural y Responsabilidad Social

Capítulo II_ Extensión Cultural y Responsabilidad Social

2.1 Concepto de Responsabilidad Social

El concepto de Responsabilidad Social (RS) no es estático y seguirá cambiando, la RS data aproximadamente desde el siglo XIX (López, E. 2009), quien ha ido tomando mayor fuerza gracias a la creación de diversos organismos que apoyan su cumplimiento, entre ellos se encuentran la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), Organización Internacional del Trabajo (OIT) y próximamente la ISO 26000 (Organización Internacional para la Estandarización por sus siglas en inglés International Organization for Standardization) etc.

Para entrar en tema y sustentar el concepto de RS, se citaran diversos autores que facilitaran el entendimiento del complejo tema de la RS:

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos y servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad¹.

¹ Cajiga Calderón, J. F. “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”. México, 2006, p. 2, <http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>

“La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación”².

Sin embargo según los autores Robbins y Coulter también colaboran significativamente al esclarecimiento del concepto de Responsabilidad Social, haciendo mención de un concepto clásico y un concepto socioeconómico³;

Concepto clásico. “Es la idea de que la única Responsabilidad Social de la administración es obtener las mayores ganancias”.

Concepto socioeconómico. “Es la idea de que la Responsabilidad Social de la administración va más allá de hacer ganancias para incluir la defensa y el mejoramiento del bienestar de la sociedad”.

Otra definición de RS un poco más fragmentada pero igual de interesante que las demás es la elaborada por la Fundación PROhumana quien sugiere que esta:

“Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”⁴.

Según la argumentación del popular libro verde publicado por la Comisión de las Comunidades Europeas establece que:

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento

2 Organización Internacional del Trabajo, “Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa, Consejo de Administración, 295a reunión: Organización Internacional del Trabajo”, Ginebra, 2006 Marzo, <http://www.ilo.org/public/spanish/s tandards/relm/gb/ docs/g b295/ pdf/ mne-2-1.pdf>.

3 Robbins, S. P., Coulter, M., “Administración”, (8a. ed.). México: Pearson Educación, 2005, p. 100.

4 Somerville, H., Teixidó, S., “Manual de Responsabilidad Social para PYMES”. Santiago, Chile: Fundación Prehumana, 2006, p. 6, http://www.prohumana.cl/documentos/Guia_RSE_NUEVA.pdf.

invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores...Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad⁵.

En cambio para los autores Longenecker, Moore y Petty, sintetizan el concepto de RS y es que para ellos este se puede entender como la obligación que conlleva a un negocio a proteger los intereses de sus consumidores, empleados, proveedores y público general⁶.

Otra opinión muy válida es la expuesta por la directora de la fundación Walmart México Gisela Noble quien expone en una entrevista para la revista *peRSONajes* haciendo una breve comparación entre la filantropía y la RS⁷;

La filantropía es una decisión personal en cambio la RS es un proceso que esta relacionado con la capacidad de una empresa u organización...en contar con líderes socialmente responsables y con diseñar programas alineados a sus operaciones, admón. y trabajo con la comunidad que asegure el cumplimiento de prácticas socialmente responsables.

Para finalizar este dilema en cuanto al amplio concepto de la RS podemos aproximarnos aun más en el tema citando a un último autor, quien a diferencia de los demás enfoca su atención en un tema que será nuestro punto de partida permitiendo abordar la finalidad de esta tesis.

Según Anzola la RS de un empresario radica principalmente en establecer un ideal de empresa y tomar las decisiones necesarias para alcanzar ese ideal. Y además

5 Comisión de Las Comunidades Europeas., “Libro verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Bruselas, 2001, p. 7, http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_es.htm. Disponible en: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2_001_0_366es01.pdf.

6 Longenecker, J.G., Moore, C.W., Petty, J.W.. “Administración de pequeñas empresas (un enfoque emprendedor)”, México: International Thomson Editores, 2001.

7 López E., “El personaje detrás de la responsabilidad social”. Revista *peRSONajes*, 2010, <http://personajes.ex.pok.com.mx/personajes-5/>

hace hincapié en varios factores que según el autor suman la lista de las necesidades sociales⁸:

“Detener la contaminación ambiental y el despilfarro de recursos naturales, así como procurar el mejoramiento de la cultura y las relaciones racionales, son factores que encabezan la lista de grandes necesidades sociales”.

Es ahí el punto a donde se pretende llegar a través de esta investigación, el mejoramiento de la cultura una de las grandes necesidades sociales acertadamente mencionan el autor Anzola Rojas Sérvulo.

Pues la RS en si es la contribución activa y voluntaria que permite mantener la confianza con aquellos grupos de interés involucrados en el quehacer diario de la empresa y como efecto contribuye en gran manera al mejoramiento de la misma.

⁸ Anzola Rojas, S., “Administración de pequeñas Empresas”, (2da ed.), México, Mc Graw Hill Interamericana, 1993, p. 77.

2.2 Elementos que componen la Responsabilidad social

Según y depende el punto de vista de cada autor la RS engloba varios aspectos entre ellos:

Para el autor Cajiga, plantea que la dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá⁹:

En su dimensión económica interna; su responsabilidad se enfoca entre colaboradores y accionistas. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva.

En su dimensión económica externa; la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

En su dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores.

En su dimensión sociocultural y política externa; conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias para el pleno desarrollo de las comunidades.

En su dimensión ecológica interna; implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos.

En su dimensión ecológica externa; conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica.

⁹ Cajiga Calderón, J. F. “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”. México, 2006.
<http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>.

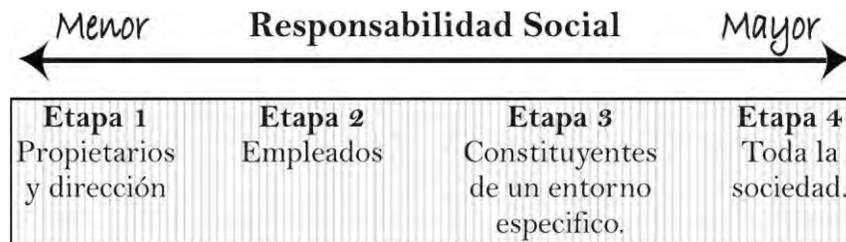
“El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores...que compartan metas similares”¹⁰.

Para Anzola dos grandes puntos abarcan la RS, en busca de la empresa ideal¹¹:

El interno: accionistas, trabajadores y sindicatos

El externo: clientes, usuarios, proveedores, autoridades, organismos intermedios y principalmente la comunidad.

Robbins y Coulter también hacen mención de un modelo de progresión de la Responsabilidad Social que consta de cuatro etapas:



¿Ante quién es responsable la Administración?

Fuente: Robbins y Coulter, 2005, cap. 5, p.101

10 Cajiga Calderón, J. F. “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”. México, 2006, p. 5, <http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>
11 Anzola Rojas, S., “Administración de pequeñas Empresas”, (2da ed.), México, Mc Graw Hill Interamericana, 2002.

Donde los autores Robbins y Coulter explican que a medida que se va avanzando en las etapas se va volviendo la institución aun más Responsable Socialmente, en la etapa uno el gerente adhiere la postura clásica de la RS y persigue los intereses de los accionistas obedeciendo leyes y normas seguidamente en la etapa dos extienden su RS hacia los empleados tratando de atraer, conservar y motivar a los empleados, después en la etapa tres enfocan su RS hacia principalmente clientes y proveedores y por ultimo en la etapa numero cuatro se caracteriza por su mayor compromiso socioeconómico pues los gerentes sienten una responsabilidad con la sociedad promoviendo así la justicia social de manera que deben ayudar a conservar el ambiente, respaldan actividades sociales y culturales e inclusive si dañan sus utilidades.

La responsabilidad social debe y tiene la finalidad de atender tanto los aspectos internos (trabajadores, accionistas, autoridades), como los externos (clientes, proveedores, sociedad, medio ambiente, gobierno, etc.).

2.3 Ventajas y Desventajas de la Responsabilidad Social

Cajiga sostiene que una empresa al llevar acabo la responsabilidad social, obtiene un sin fin de beneficios a continuación se enlistan los mencionados por el autor¹²:

Ventajas:

- La Responsabilidad Social Empresarial actúa como valor agregado y una ventaja Competitiva para la empresa.
- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (*stakeholders*).
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas.
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor
- Incremento en la productividad y en la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo.

¹² Cajiga Calderón, J. F. “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”. México, 2006, p. 10.
<http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>

La RS trae consigo un sin número de ventajas para la empresa pero a su vez si se hace mal uso de ella dará como resultado terribles desventajas, seguidamente se muestra argumentos a favor y en contra de la RS¹³.

| <i>Argumentos a favor</i> | <i>Argumentos en contra</i> |
|---|--|
| <p>Expectativas públicas La opinión pública respalda a las empresas que persiguen metas económicas sociales.</p> <p>Utilidades a largo plazo Las compañías que asumen su RS aseguran más sus utilidades a largo plazo.</p> <p>Obligación ética Las compañías deben asumir su responsabilidad por que los actos morales son los correctos.</p> <p>Imagen pública Las empresas proyectan una imagen pública favorable si se fijan metas sociales.</p> <p>Mejor ambiente El compromiso de las empresas ayudan a resolver problemas sociales difíciles. sociales.</p> <p>Desaliento de nuevas formas gubernamentales Al asumir su RS, las empresas tendrán menos normas gubernamentales.</p> <p>Equilibrio de responsabilidad y poder Las empresas tienen mucho poder y se requiere una responsabilidad igualmente grande para compensarlo.</p> <p>Intereses de los accionistas La RS mejora a la larga el precio de sus acciones.</p> <p>Poseción de recursos Las empresas tienen los recursos para respaldar proyectos públicos y de asistencia que necesitan apoyo.</p> <p>Mejor prevenir que remediar Las empresas deben abordar los problemas sociales antes de que se vuelvan graves y sea costoso corregirlos.</p> | <p>No se respeta la búsqueda de ganancias máximas Las empresas asumen su RS cuando persiguen sus intereses económicos.</p> <p>Dilución de los fines Perseguir metas sociales diluye la finalidad de la empresa: la productividad económica.</p> <p>Costos Muchos actos de RS no cubren su costo y alguien tiene que pagarlo.</p> <p>Demasiado poder Las empresas ya tienen mucho poder, y si se fijan metas sociales tendrán mucho más.</p> <p>Falta de capacidades Los directores de las empresas no tiene las capacidades para abordar los temas sociales.</p> <p>Falta de Responsabilidad No hay líneas directas de responsabilidad de las acciones sociales.</p> |

Fuente: Robbins y Coulter, 2005, cap. 5, p. 102.

¹³ Robbins, S. P., Coulter, M., “Administración”, (8a. ed.). México: Pearson Educación, 2005.

2.4 ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria y cuáles son las tareas que debe realizar la Universidad en cuanto al cumplimiento de la misma?

Al igual que la Empresa la Universidad, se encuentran bajo el nuevo modelo de la Responsabilidad Social, la Universidad debe tratar de superar el enfoque de la "proyección social y extensión universitaria" como "apéndices" bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la Responsabilidad Social Universitaria¹⁴.

Para precisar orientaciones estratégicas generales de la Responsabilización Social Universitaria, es provechoso enfocar 4 líneas de acción institucional o tareas de la misma que se deben llevar a cabo:

1- La Gestión interna de la Universidad:

La meta es orientarla hacia la transformación de la Universidad en un pequeña comunidad ejemplar de democracia, equidad, transparencia, y hacer de ella un modelo de desarrollo sostenible (política de protección del medio ambiente, uso de papel reciclado, tratamiento de los desechos, etc.).

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.

2- La docencia:

La meta es capacitar a los docentes en el enfoque de la Responsabilidad Social Universitaria y promover en las especialidades el Aprendizaje Basado en Proyectos de carácter social, abriendo el salón de clase hacia la comunidad social como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución de problemas

14 Vallaeys, F., "¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?", 2009. http://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/09/Archivos/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf

reales. Esto fomentará la creación de talleres de aprendizaje en las facultades, mayor articulación entre las disciplinas, y mayor articulación entre la docencia, la investigación y la proyección social.

3- La investigación:

La meta es de promover la investigación para el desarrollo, bajo todas las formas posibles.

4- La proyección social:

La meta es de trabajar en interfaz con los departamentos de investigación y los docentes de las diversas facultades para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada y recursos didácticos para la comunidad universitaria.

A demás de los lineamientos propuestos por el autor hace mención de las obligaciones de la Universidad referente a su Responsabilidad Social.

- Promover el debate, facilitarlo, conducirlo y enriquecerlo
- Dar al público ciudadano los medios para informarse, reflexionar y juzgar
- Dar a las empresas los conocimientos adecuados para aplicar su propia Responsabilidad Social.
- Servir de garantía para que este debate sea todo lo transparente y libre posible.
- Organización de conferencias, mesas redondas, seminarios
- Comprometerse a difundir los resultados de sus investigaciones de modo comprensible, a estudiantes en formación profesional y al público en general.

De acuerdo con la Declaración Mundial sobre Educación Superior para el siglo XXI aprobada en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior organizada por

UNESCO que tuvo lugar en París los días 5 a 8 de julio de 2009. Se manifestaron que una Universidad Socialmente Responsable debe ser de la siguiente forma¹⁵:

- Preservar y crear el capital social del saber y del pensamiento mediante la reflexión y la investigación interdisciplinaria, y difundiéndolo por distintos medios:
 - Formación de intelectuales y profesionales.
 - Apoyo movimiento social y cultural de los distintos sectores del país, para concretar su aporte al desarrollo sustentable y al mejoramiento del conjunto de la sociedad.

- Ser una comunidad real de aprendizaje y transmisión de conocimientos que de estímulo a la innovación curricular y a los métodos de enseñanza-aprendizaje.

- Formar mujeres y hombres altamente calificados, íntegros e integrales, comprometidos con valores que defienden y difunden activamente; que ven su profesión como una posibilidad de servicio a los demás, y que son capaces de aportar como ciudadanos a la construcción de la sociedad.

- Ofrecer formación permanente y facilitando el reingreso a la Educación Superior para actualización y complementación de la formación, a fin de educar para la ciudadanía y la participación activa en la sociedad, considerando las tendencias en el mundo del trabajo y en los sectores científicos y tecnológicos.

15 UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. “Conferencia Mundial sobre la Educación Superior - 2009: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo”, París, 8 de julio de 2009. [http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Acobertura-completa-de-la-conferencia-mundial-de-educacion-superior & catid=95%3Avease-tambien&Itemid=451&lang=es](http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Acobertura-completa-de-la-conferencia-mundial-de-educacion-superior-&catid=95%3Avease-tambien&Itemid=451&lang=es)

- Abrirse al cambio; valorando e incorporando el conocimiento y experiencia del entorno; generando y manteniendo espacios de debate en el seno de la institución; buscando; diciendo y actuando con la verdad.

Por otra parte los requisitos que se establecen para que una empresa sea socialmente responsable Según la CEMEFI, son los siguientes:

- 1) Contribuir a la calidad de vida de la gente dentro de la organización.
- 2) Cuidar y preservar el medio ambiente.
- 3) Desempeñarse con un código de ética.
- 4) Vincularse con la comunidad a partir de la misión de la organización, pero también de los bienes y servicios producidos.

Cabe aclarar que la Universidad no se considera como una empresa por que esta no persigue fines de lucro en cambio una empresa si, sin embargo las recomendaciones anteriormente citadas son idóneas para cualquier institución indistintamente a la razón social que pertenezca.

La RSU, es y seguirá siendo una estrategia de gestión universitaria, que pretende crear una formación integral a través de sus tres funciones sustantivas (Docencia, investigación y la extensión y difusión cultural), es así como la Universidad asume su Responsabilidad Social ante la propia comunidad universitaria y el país donde está inserta.

2.5 Concepto de Extensión y Difusión Cultural

Antes de dar un concepto de qué es la Extensión y Difusión Cultural, sería razonable y para su mayor comprensión analizar primeramente cada una de las partes, debido a los cambios constantes que este ha tenido. Tal análisis se propone de la siguiente manera:

Extensión:

“Conjunto de programas y proyectos de servicio a la comunidad que ofrece una institución a través de sus dependencias académicas (escuelas, facultades, departamentos, etc.), a fin de hacer extensivos los beneficios de los recursos y resultados de la labor que se estas realizan. Incluye servicios profesionales, artísticos, asistenciales, de promoción y desarrollo comunitario, entre otros” (Secretaria de Educación Pública [SEP]).

Menciona el autor Carpizo

“Mas que hablar de la extensión como una función académica de la Universidad, parece mas exacto presentarla como una función social... que hará posible su compromiso con la sociedad”¹⁶.

Difusión:

“Es el conjunto de programas y proyectos que realiza una institución para hacer extensivo, tanto en su interior como al exterior los conocimientos y creaciones generadas en su seno, así como las del medio social en general, para fomentar los valores éticos, estéticos, científicos y cívicos.

16 Carpizo, J., “La extensión Universitaria tomo I”, México: Dirección general de publicaciones, 1979, p. 248.
http://books.google.com/books?id=rzsBAGeFadlC&pg=PR6&dq=La+extensi%C3%B3n+Universitaria+tomo+I&hl=es&ei=t6_QTbjwNZLmsQPrz7WtCw&sa=X&oi=book_result&ct=book_thumbnail&resnum=2&ved=0CC8Q6wEwAQ#v=onepage&q=La%20extensi%C3%B3n%20Universitaria%20tom%20I&f=false

Suele llevarse acabo en forma de publicaciones, actos especiales o a través de los medios de comunicación propios o sociales” (SEP).

Cultura:

El significado de la palabra cultura ha variado significativamente desde el Siglo XVI, se impone el significado de *cultura* como la preocupación de la gente por la producción agrícola y a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX todavía designa en Francia a una parcela de tierra cultivada. Decir “tengo una *cultura*” o “su *cultura*”, era lo mismo que decir “*tengo una parcela* de tierra (en producción)”, o “*su parcela*”¹⁷.

Fue hasta entonces hasta el Durante el siglo XIX, en Alemania el término cultura evoluciona bajo la influencia del nacionalismo: Mientras tanto, en Francia, el concepto se amplió para incluir no sólo el desarrollo intelectual del individuo, sino el de la humanidad en su conjunto. De aquí, el sentido francés de la palabra presenta una continuidad con el de civilización: no obstante la influencia alemana, persiste la idea de que más allá de las diferencias entre "cultura alemana" y "cultura francesa" (por poner un ejemplo), hay algo que las unifica a todas: la cultura humana¹⁸.

El filosofo Jean Jacques Rousseau aporta un significativo pensamiento sobre ello “cultura es el conjunto de los conocimientos y saberes acumulados por la humanidad a lo largo de sus milenios de historia siendo en si la expresión de la humanidad en diversas facetas que otorga la posibilidad de comunicación entre las personas”.

La definición de cultura ha sufrido cambios significativos a través del paso del tiempo, debido a que la humanidad en si se encuentra en un constante y progresivo

17 Austin Millán, T., “Etimología del concepto de Cultura”, la página del profesor Tomás Austin M, Austin 2010 cita a Cuhe 1999, p. 12. <http://www.lapaginadelprofe.cl/cultura/indexcultura.html>

18 Dagane., “La cultura”, 2008, Dagane 2010 cita a Cuhe 1999, p. 17. [http://es.wik ipedia.org /wiki/Cultura](http://es.wik ipedia.org /wiki/Cultura)

cambio y es así pues que el concepto de cultura se ha ido tornando cada vez mas específico.

Se puede decir que la Universidad es una fuente de cultura, sin embargo esto depende del punto de vista o bien desde que disciplina se aborda el tema; antropología, etnología, medio ambiente etc. Y “se olvida que nunca puede haber cultura sino hay creatividad. Sino hay expresividad. Sino hay arte. Podemos tener cualquier definición de cultura”¹⁹, en la actualidad todos tenemos en boca la palabra cultura y para que resulte verídico necesitamos una “expresividad propia” la forma propia de interpretar el mundo. Entonces se puede decir que la cultura es:

“Es una maquina de crear símbolos. De crear imágenes que nos permiten entender el mundo de una forma diferente”.

El arte no debe ser visto como un mero paso a la fama como es visto por varios autores como el artista español Santiago Sierra y el pintor errante Jiri Georg Dokoupil, quienes proponen que el arte “es ocupar la primera página de una revista” sino que “Necesitamos menos pasajeros de alta cultura y mas actividades de cultura base”.

Un concepto más congruente y sobre con base a la actualidad es el propuesto por el autor Dagane²⁰:

“La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa,

19 Sánchez, J.A., Gómez, J.A., “Práctica artística y políticas culturales: algunas propuestas desde la Universidad”, España, Murcia: Servicio de publicaciones. Universidad de Murcia, 2006, p. 153.

http://books.google.com.mx/books?id=3afdLJXAh0gC&printsec=frontcover&dq=Pr%C3%A1ctica+art%C3%ADstica+y+pol%C3%ADticas+culturales:+algunas+propuestas+desde+la+Universidad.&hl=es&ei=xqCXTJCPL4X6sAOYq6j4Bg&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumb_nail&resnum=1&ved=0CDAQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

20 Dagane., “La cultura”, 2008, Dagane cita a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>

toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”.

Concepto de Extensión y Difusión Cultural

Se puede señalar que históricamente la función que ha sido definida como "Extensión Universitaria", "Extensión Cultural", "Difusión Cultural", "Difusión Cultural y Extensión de los Servicios", se ha arribado, finalmente, a un único concepto "Extensión de la Cultura y los Servicios", aunque aún se utilicen todos ellos de manera indistinta y análoga.

En el Programa de Modernización 1989-1994, se plantea, entre otros, el siguiente objetivo para la educación superior: *...vincular a las instituciones de educación superior con la sociedad para orientar participativamente el desarrollo de ese nivel educativo y contribuir a resolver, con los recursos del conocimiento y la organización institucional, los grandes retos sociales, económicos, tecnológicos y científicos del país.* Estos documentos rectores son los que generan que el camino de la Extensión Universitaria, la Extensión Cultural y la Difusión Cultural se transforme en el de la Difusión Cultural y Extensión de los Servicios²¹.

Establece el Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios [PNECS], documento que sirve, hasta ahora, de guía y en él se define a ésta como:

“una función sustantiva de las instituciones de educación superior que tiene como finalidad el hacer participar de los beneficios de la educación y la cultura nacional y universal a todos los sectores de la sociedad, tratando de incidir en su integración y transformación mediante la investigación,

21 Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES, El papel de la difusión cultural y extensión de los servicios en las universidades públicas, 1992. http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res093/txt7.htm#7

docencia, difusión, divulgación, promoción y servicios del conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico”.²²

La Extensión de la Cultura y los Servicios, así entendida, adquiere un carácter totalizador en la medida en que se da y recibe, en que es vehículo de las transformaciones que se producen en las instituciones y en la sociedad y en que es capaz de integrarlas y retroalimentarlas en ambos sentidos.

Otro concepto de Extensión y Difusión cultural es el extraído del portal de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo:

La Universidad debe estar consciente de su identidad cultural, comprender su mundo más allá de su significado material, involucrarse en un proceso interactivo Universidad sociedad, donde el conocimiento se construye en contacto permanente con su medio y es permeado por el mismo.

²² Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES, El papel de la difusión cultural y extensión de los servicios en las universidades públicas, 1992. http://www.anui.es.mx/servicios/p_anui.es/publicaciones/revsup/res093/txt7.htm#7

2.6 Funciones generales de la Extensión y Difusión Cultural

Se enlista las funciones generales de la Extensión y difusión cultural según la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [ANUIES]:

- 1) Cine. Creación de centros regionales para la enseñanza de técnicas en sistemas masivos de comunicación, y promoción intensa de la formación y capacitación crítica del espectador.

- 2) Radio y TV. Búsqueda de mecanismos para que las Universidades procuren una dimensión masiva para los programas de difusión cultural y artística existentes; que los programas contribuyan a la resolución del agudo problema educativo, en cuanto a innovaciones en áreas pedagógicas y, en general.

- 3) Teatro. Que se propicie la creación de campañas de teatro para la realización de temporadas regulares; que se fomenten organizaciones teatrales; que se organice un Festival de Teatros Universitarios, con sede rotativa y un concurso de obras teatrales.

- 4) Música. Desarrollo de un programa que integre la producción culta y que incluya la expresión popular y folklórica.

- 5) Danza. Que se planifique la enseñanza, a fin de que adquiera nivel de carrera universitaria, que forme bailarines, coreógrafos, investigadores, críticos y técnicos.

- 6) Museos, salas de exposición de artes plásticas. Dinamizar el funcionamiento, incrementando la participación de la comunidad Universitaria en la preparación y montaje de exposiciones, así como propiciar la creación de instrumentos más idóneos para la presentación y difusión de dichos eventos.

El rubro Difusión Cultural, según lo propuesto por programas de la UNAM, abarca los siguientes elementos²³:

a) Actividades Artísticas y Culturales. Con la finalidad de “promover, mantener y difundir por todos los medios de comunicación las diversas expresiones del arte y de la ciencia, cuyos efectos no sólo alcanzan a la comunidad universitaria, sino a sectores mucho mas amplios de la población”.

b) Servicios Bibliotecarios. “Esta orientado a proporcionar servicios de información bibliográfica y hemerográfica para brindar mayores elementos de estudio y trabajo a estudiantes, profesores, investigadores y a la comunidad en general”.

c) Servicios Editoriales. “Se encarga de propagar los conocimientos científicos, humanísticos y de cultura general emanados de las investigaciones y estudios realizados mediante la edición y distribución de libros, revistas y folletos publicados por la Universidad y por otras casas editoriales nacionales y extranjeras”.

Sin embargo la Dirección General de Divulgación de la Ciencia [DGDC], quien fue creada en los años 1970, se creó el Departamento de Ciencias en la Dirección General de Difusión Cultural., misma que años mas tarde en los años1997 exactamente el 6 de octubre, el DGDC modifica sus funciones y su denominación es ahora Dirección General de Divulgación de la Ciencia, las funciones²⁴ que actualmente lleva a cabo esta Dirección General son:

- Gestionar, realizar, organizar y promover actividades de divulgación de la ciencia a través de museos, exposiciones y otros medios de comunicación, entre jóvenes, niños y público en general.
- Producir, promover, distribuir y conservar material de diversa naturaleza relacionado con la divulgación de la ciencia.

23 Carpizo, J., “La extensión Universitaria tomo II”, México: Dirección general de publicaciones, 1979, Pag. 28-32.
http://books.google.com/books?id=0TZsO26H9UC&pg=PA20&dq=La+extensi%C3%B3n+Universitaria+tomo+I&hl=es&ei=t6_QTbjwNZLmsQPrz7WtCw&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CCoQ6wEwAA#v=onepage&q=L a%20extens i%C3%B3n%20Universitaria%20tomo%20I&f=false
24 Segovia Coronel J. M., “Dirección General de Divulgación de la Ciencia”. 2008, p. 5. http://es.wikipedia.org/wiki/Direcci%C3%B3n_General_de_Divulgaci%C3%B3n_de_la_Ciencia

- Establecer y ofrecer programas de formación y capacitación en divulgación de ciencia.
- Realizar investigación sobre la divulgación, la comunicación y el periodismo de la ciencia.
- Establecer y aplicar criterios para evaluar la divulgación de la ciencia y la investigación que se realiza en esta área.
- Participar en la docencia con el Diplomado en Divulgación de la Ciencia y el Posgrado en Filosofía de la Ciencia, en el área de comunicación de la ciencia.

La Dirección General de Divulgación de la Ciencia [DGDC], establece lineamientos de acción, aunque solo hace mención de su estrecha relación con la UNAM, son lineamientos concretos de gran interés, los cuales pueden ser adoptados por cualquier otra institución para su mejora, estos son los siguientes²⁵:

- Divulgar la ciencia a través de museos de ciencia, exposiciones temporales e itinerantes, medios escritos, internet, radio y televisión, capitalizando así el trabajo al aprovechar todos los medios.
- Mantener un programa permanente de evaluación de los museos, de acuerdo con las características de cada medio, actividad o espacio de divulgación.
- Mantener un programa permanente de capacitación del personal.
- Mantener un programa continuo de formación de estudiantes en divulgación de la ciencia, dentro del programa de becas de apoyo a la comunidad.
- Participar en programas de Posgrado en Filosofía de la Ciencia, por medio de la Maestría y el Doctorado en Comunicación de la Ciencia, desarrollando líneas de investigación, además de ofrecer diplomados.
- Buscar mecanismos de promoción.
- Aumentar la planta académica y regularizar al personal.
- Consolidar los reglamentos y documentos operativos.

25 Segovia Coronel J. M., “Dirección General de Divulgación de la Ciencia”. 2008, p. 7. http://es.wikipedia.org/wiki/Direcci%C3%B3n_General_de_Divulgaci%C3%B3n_de_la_Ciencia

- Conducir la gestión académica y administrativa de la dirección para beneficio de su personal, de sus becarios.
- Desarrollar exposiciones itinerantes para tener mayor presencia.
- Establecer convenios y alianzas estratégicas con diferentes instituciones dentro y fuera de la Universidad.
- Fortalecer la Asociación Amigos de la Universidad para su óptimo funcionamiento, y organizar campañas de consecución de patrocinios.

2.7 Importancia de la extensión y difusión cultural

En una entrevista realizada por Balderrama (conductora), Calderón (conductor), Loría (conductor) para el programa de radio “Sobre mesa crítica” ²⁶en línea, se tuvo como invitados a los trabajadores en el área de Difusión Cultural del Polyforum Siqueiros, Erik Álvarez y Dolores Bonillas, quienes abordaron temas como La importancia de difundir toda la cultura y el arte que convive con nosotros a diario, tiene que ser parte fundamental de la agenda nacional y una preocupación del sector privado por mejorar la sociedad. Dentro de los puntos más relevantes la importancia de la Difusión cultural radica en que:

- Proporciona mayor rentabilidad
- Engloba a la sociedad en general transmitiendo de misma forma la cultura.
- Aporta identidad y a su vez distinción.
- Sirve como herramienta indispensable para una libre expresión.

Y concluyo la entrevista la Lic. Dolores Bonillas, “Cultura es todo aquello que ayuda a la formación integra e integral del ser humano”

Otros son los expuestos por el autor Zea en la II Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, y es que en esta conferencia se expone que la importancia de la difusión cultural se halla en que²⁷:

I. Contribuye a la creación de una conciencia crítica en todos los sectores sociales, para favorecer así un verdadero cambio liberador de la sociedad.

26 Balderrama, C., (conductora), Calderón, L., (conductor), Loría, I. (conductor), Sobre mesa crítica, el sabor de las ideas. “Difusión cultural polyforum”. México, 4 de febrero de 2009. <http://www.goeat.com/listen/3fc582c/difusion-cultural-polyforum-1y2-sobremesa-critica>

27 Zea, Leopoldo., "Objetivos y orientación de la difusión cultural universitaria", en: II Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultural y Extensión Universitaria. México, UDUAL, febrero de 1972, p. 4. http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res002/txt8.htm#top

II. Contribuye a que todos los sectores alcancen una visión integral y dinámica del hombre y el mundo, en el cuadro de la realidad histórico-cultural.

III. Promueve como integradora de la docencia y la investigación la revisión crítica de los fundamentos de la Universidad, para llevar adelante un proceso único y permanente de creación cultural y transformación social.

IV. Contribuir a la difusión y creación de los modernos conceptos científicos y técnicos que son imprescindibles para lograr una efectiva transformación social, creando a la vez la conciencia de los peligros de la transformación científica, cultural y tecnológica cuando es contraria a los intereses nacionales y a los valores humanos.

La Universidad Veracruzana establece un programa general de desarrollo en cuanto a la difusión cultural y extensión universitaria, donde se menciona la importancia de esta²⁸:

- Incrementar la presencia de la Universidad en eventos culturales y ampliar la cobertura de sus actividades artísticas y culturales.
- Elaborar un modelo propio de difusión cultural que satisfaga las necesidades e intereses de la sociedad y de la Universidad, en el marco de su contexto histórico y social.
- Impulsar la difusión de los conocimientos, métodos y técnicas vinculados a las necesidades del desarrollo regional, estatal, nacional e internacional.
- Difundir de manera accesible y clara los conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos, al impulsar la formación de una cultura científica en los diversos sectores sociales y en particular entre los estudiantes.
- Mejorar la infraestructura y los medios de comunicación científica y cultural, mediante el uso de nuevas tecnologías y sistemas actualizados.

28 Arias Lovillo, R. rector de la Universidad Veracruzana, Plan general del desarrollo, difusión cultural y extensión universitaria, 2010.
<http://www.uv.mx/universidad/doctosofi/plangral/difusion.html>

- Sostener y mejorar la calidad institucional de la difusión cultural en todas sus variantes, como expresión de la imagen de la Universidad.
- Mejorar la capacidad técnica, operativa y administrativa del personal universitario dedicado a la difusión cultural.
- Desarrollar, promover y apoyar programas editoriales, de radio y televisión.

2.8 Posición de la Universidad en la sociedad

La Universidad no es solo un lugar, donde pensar sino que actúa como transformadora de nuestras experiencias y condiciona nuestro futuro, es quien finalmente asume “la responsabilidad frente a nuestro porvenir inmediato, del mundo y de la humanidad”²⁹.

La relación de la comunidad y la Universidad es permanentemente, viva, intensa y su interacción tiene una respuesta lógica que será positiva en cuanto la Universidad sea crítica y este al servicio de las transformaciones de la economía, política etc. Y que no solo sea reflejo o interprete de la historia sino que sea un agente transformador y orientador de los cambios sociales.³⁰

Por misión, las Universidades están dedicadas a crear conocimiento y formar científicos, humanistas y profesionales orientados a satisfacer las necesidades de desarrollo del país. Los temas como la pobreza, la desintegración social, el desarrollo del capital social y la protección de los recursos naturales <<la cultura>> deberían estar en el centro de sus preocupaciones. Lo anterior, sin embargo, no ocurre así en la actualidad.³¹

Sin embargo las instituciones son dirigidas por personas quien es un ser racional, que puede pensar y reflexionar; es un ser capaz de aprender y por tanto capaz de perfeccionarse; tiene voluntad, lo que le permite dirigir su comportamiento; tiene afectividad y tiene sentimientos, es consciente de sí misma y es capaz relacionarse con otros y superar, de este modo, su esencia (Universidad de las Américas de Puebla).

29 Sánchez, J.A., Gómez, J.A., “Práctica artística y políticas culturales: algunas propuestas desde la Universidad”, España, Murcia: Servicio de publicaciones. Universidad de Murcia, 2006, p. 19. http://books.google.com.mx/books?id=3afdLJXAh0gC&printsec=frontcover&dq=Pr%C3%A1ctica+art%C3%ADstica+y+pol%C3%ADticas+culturales:+algunas+propuestas+desde+la+Universidad.&hl=es&ei=xqCXTJCPL4X6sAOYq6j4Bg&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumb_nail&resnum=1&ved=0CDAQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

30 Carpizo, J., “La extensión Universitaria tomo II”, México: Dirección general de publicaciones, 1979, p. 248. http://books.google.com.mx/books?id=0TZSo26H9UC&pg=PA31&dq=extension+universitaria+tomo+II&hl=es&ei=WoyxTPqyOoSmsQO3183aDA&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumb_nail&resnum=1&ved=0CCKQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

31 Universidad De Las Américas Puebla., “Observando la Responsabilidad social universitaria”, 2004, p. 4. <http://www.udlap.mx/r/su/pdf/2/ObservandolaRSU.pdf>

De esta manera podemos decir que la Universidad es responsable de poner en práctica los principios generales de la vida Universitaria en cuanto a sociedad fijada en un entorno mayor. Todos ellos deberían atravesar la gestión y las funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión. La Universidad en primer lugar, responde ante los académicos, funcionarios y alumnos tanto en particular como en su conjunto. Luego se responde al país. La Universidad tiene que prever el futuro y adelantarse a la demanda que el país le hará por nuevos servicios³².

La labor de la Universidad siempre estará orientada a la construcción de personas capaces de autonomía, de razón y de conciencia; de construir relaciones solidarias en la sociedad a la que pertenece, y de un saber que apoya este propósito. Al mismo tiempo, los propósitos y fines de las actividades universitarias deben justificarse en la promoción de la dignidad humana en todos los campos de la vida social (UDLAS).

En si la Universidad debe formar universitarios altamente calificados y ciudadanos responsables, capaces de atender a las necesidades de todos los aspectos de la actividad humana, ofreciéndoles cualificaciones que estén a la altura de los tiempos modernos, comprendida la capacitación profesional, en las que se combinen los conocimientos teóricos y prácticos de alto nivel mediante cursos y programas que estén constantemente adaptados a las necesidades presentes y futuras de la sociedad³³.

32 Universidad De Las Américas Puebla., “Observando la Responsabilidad social universitaria”, 2004, p. 5-6. <http://www.udlap.mx/r su/pdf/2/Observando la RSU.pdf>

33 UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. “Conferencia Mundial sobre la Educación Superior - 2009: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo”, Paris, 8 de julio de 2009. http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Acobertura-completa-de-la-conferencia-mundial-de-educacion-superior &catid=95%3Avease-tambien&Itemid=451&lang=es

Pero, claro:

No es suficiente levantar las manos.

Ni tampoco bajarlas

O disimular esos dos ademanes

con todos los ajetreos intermedios.

Ningún gesto es suficiente,

aunque se vuelva inmóvil como un desafío.

Solo queda una postura disponible:

abrir las manos

como si fueran hojas.

(Roberto Juarroz, Poesía Vertical).

Esta poesía revela mucho más que solo palabras, es claro entenderlo si le damos otra perspectiva; y es que no se trata de simplemente simular “estoy y soy activo en cuanto a la extensión y difusión cultural” cuando en realidad simplemente se lleva a cabo a medias, no se puede ser tibio se es frío o caliente pero no intermedio, debe aceptarse, estoy o no cumpliendo con mi Responsabilidad Social Universitaria y poner en relieve la función de la enseñanza superior para la educación cívica abriendo campo a toda posible propuesta de mejora.

Las buenas palabras no sirven de nada sino conducen a nada, entonces estaríamos hablando del secuestro del lenguaje y de la razón: El único sentido de la “acción cultural y artística” es que cada *tu* puede ser mas bonito Y es de esta manera que gracias a la labor de la Universidad, es posible la construcción de personas (*tu*) capaces de autonomía, de razón y de conciencia.³⁴

34 Sánchez, J.A., Gómez, J.A., “Práctica artística y políticas culturales: algunas propuestas desde la Universidad”, España, Murcia: Servicio de publicaciones. Universidad de Murcia, 2006, p. 25-24. http://books.google.com.mx/books?id=3afdLJXAh0gC&printsec=frontcover&dq=Pr%C3%A1ctica+art%C3%ADstica+y+pol%C3%ADticas+culturales:+algunas+propuestas+desde+la+Universidad.&hl=es&ei=xqCXTJCPL4X6sAOYq6j4Bg&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumb_nail&resnum=1&ved=0CDAQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

Extraordinaria propuesta de solución da el autor a la problemática de la Universidad y la sociedad, la cual deberían optar sin pensarlo dos veces, las universidades como un “nuevo contrato” para con la sociedad:

"Tú, Sociedad, me garantizas autonomía y recursos, y yo, Universidad, te doy más democracia a través de la formación de estudiantes y ciudadanos responsables, más Ciencia responsable, lúcida y abierta a la solución de los problemas sociales de la humanidad, y mejor Desarrollo equitativo, innovador y sostenible, con profesionales competentes y comprometidos"³⁵.

35 Vallaes, F., “¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?”, 2009, p. 19. http://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/09/Archivos/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf

Capítulo III

Caso de estudio Universidad de Sotavento Campus Villahermosa

Capítulo III_ Caso de estudio Universidad de Sotavento Campus Villahermosa

3.1 Antecedentes

La Universidad de Sotavento Campus Villahermosa A.C., se constituyo en el año 1994, primeramente dando apertura a la matriz Coatzacoalcos, ubicada en Av. Román Marin No. 1107, col. Manuel Ávila Camacho C.P. 96420 Coatzacoalcos, Veracruz, la cual cuenta con una amplia gama de carreras ofertadas entre las cuales se encuentran; el sistema escolarizado (incorporado a la Universidad Nacional Autónoma de México) en el año 1994 se comenzó impartiendo las carreras de Contaduría, Ciencias de la comunicación y Derecho, en el año 1995 se imparten las carreras en Administración e Informática, en el año 1997 ya se contaba con las carreras en Ingeniería Industrial, Arquitectura y Pedagogía, en el año 2001 la carrera de Psicología, (Autorizadas por la Secretaria de Educación Pública) en el año 2000 entra la carrera en Ingeniería en Sistemas Computacionales, (Autorizadas por la Secretaria de Educación de Coatzacoalcos) en el año 2002, la Licenciatura en Educación física se comienza a impartir, y por ultimo se encuentra el sistema abierto (Autorizado por la Secretaria de Educación Pública) autorizada en el año 1998 la carrera en Administración y Contaduría y en 1999 se imparten las carreras de Derecho y Pedagogía.

Posteriormente en el año 2000 se inauguró la sucursal Orizaba, ubicada en Emiliano Zapata No. 175, col. Espinal C.P. 94330 Orizaba, Veracruz. La cual cuenta con carreras en el sistema SEP; Administración, Comunicación, Contaduría, Derecho, Pedagogía, Ing. En Sistemas Computacionales y en el sistema UNAM; Informática, Pedagogía y Psicología.

Y en ese mismo año también se apertura la sucursal Villahermosa, ubicada en la Privada Golondrinas No. 130, Col. José María Pino Suárez C.P. 86029 Villahermosa, Tabasco. La sucursal Villahermosa, al inicio del 2000 solo contaba con siete carreras autorizadas por la Secretaría del Estado de Tabasco en el

sistema escolarizado; Arquitectura, Ing. En Sistemas Computacionales, Ing. Industrial, Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Economía, posteriormente en junio del 2001 se introducen las carreras incorporadas a la Universidad Nacional Autónoma de México en el sistema escolarizado ya existente; Administración, Contaduría, Derecho y Pedagogía, Y para finalizar en marzo del 2002 se abre el sistema mixto donde solo se imparten clases los sábados en este sistema se encuentran las carreras en; Administración, Contaduría y Derecho autorizado por la Secretaria de Educación Pública.

Actualmente la Universidad de Sotavento sucursal Villahermosa cuenta con mejor infraestructura a demás imparte una maestría en Educación Física la cual dio inicio a principios del año 2010.

3.2 Misión

Formar profesionales de excelencia académica, capaces de comprometerse con el desarrollo de su entorno con un amplio sentido analítico, creativo y humanista, que le otorgue el liderazgo nacional e internacional, mediante la docencia, el conocimiento científico, la investigación y la difusión de la cultura y el deporte.

3.3 Visión

Ser una institución educativa líder con reconocimiento nacional e internacional que otorgue prestigio a sus egresados en su campo profesional con el mas alto nivel de calidad y excelencia académica.

3.4 Valores

- Honestidad.- siendo sincero y veraz
- Liderazgo
- Respeto
- Ética
- Sentido ecológico
- Calidad y productividad
- Emprendedor
- Responsabilidad
- Disciplina
- Lealtad
- Integración familiar
- Autoestima
- Espíritu de superación
- Innovador

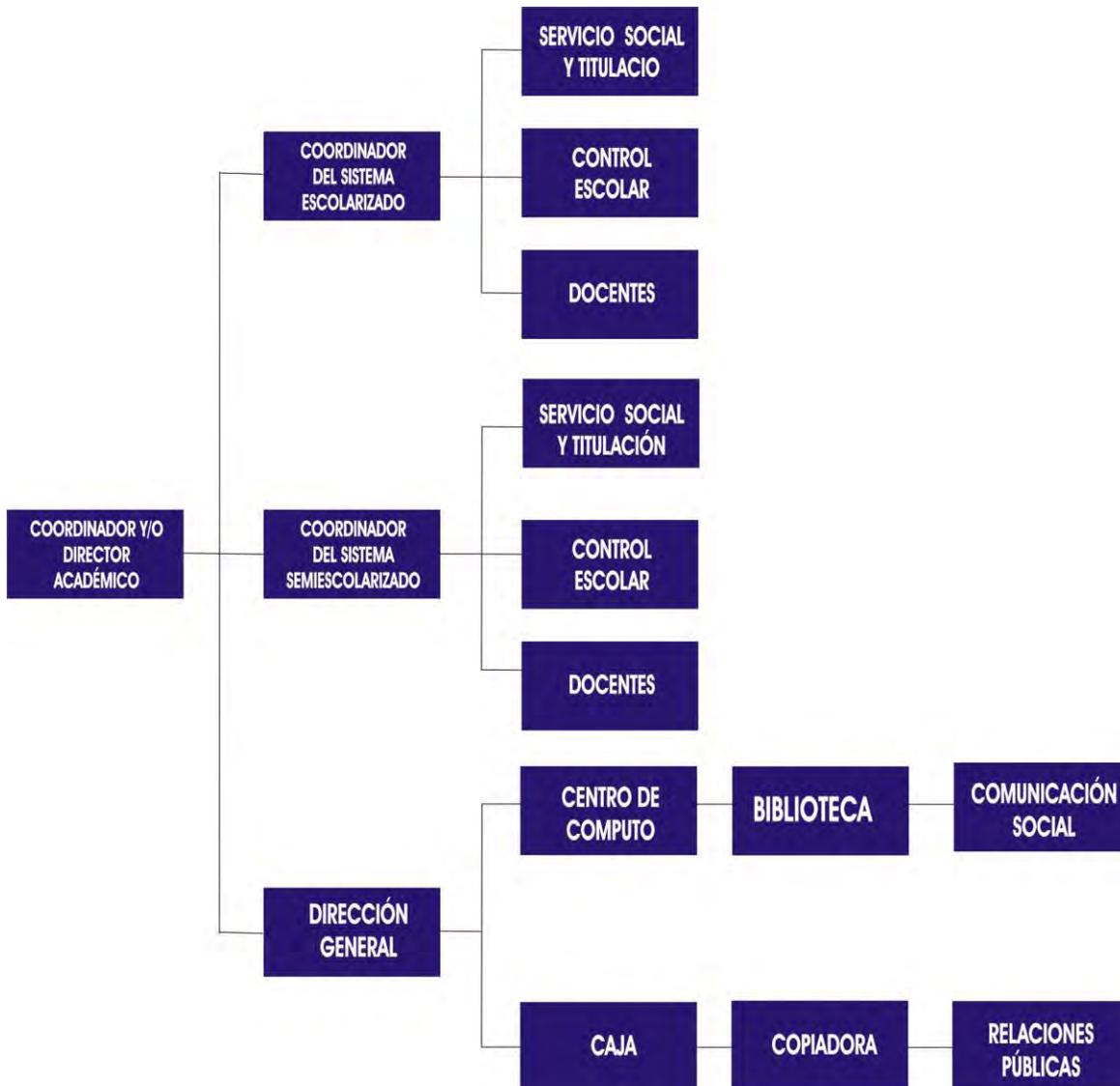
3.5 Habilidades

- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Analítico, crítico y propositivo
- Toma de decisiones
- Comunicación oral y escrita
- Manejo de herramientas mecánicas y tecnológicas en informática
- Manejo de idiomas
- Buenas costumbres

3.6 Lema institucional

Por la Excelencia Académica...

3.7 Estructura corporativa



Fuente: www.universidaddesotavento.edu.mx

Capítulo IV

Metodología de la investigación

Capítulo IV_ Metodología de la investigación

4.1 Metodología de la investigación

Para diagnosticar a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa en cuanto a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural la cual permitirá conducir a la misma hacia la Responsabilidad Social, es necesario valerse de una metodología es decir una guía que permita llevar a cabo los objetivos planteados en la presente investigación y así mismo proponer un modelo de mejoramiento.

La presente investigación se considera descriptiva, siendo esta la que “mide, evalúa o recolecta datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se miden o recolectan información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga”³⁶.

El diseño de la investigación se refiere al plan o estrategia idónea para obtener la información deseada permitiendo de esta manera alcanzar los objetivos anteriormente propuestos, el diseño de investigación que se utilizara es un estudio no experimental ya que este “no construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza”³⁷, dado que en la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no tiene control directo sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos, de igual manera el diseño de investigación será transeccional pues este consiste en “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede”.³⁸

36 Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., “Metodología de la Investigación”. (4ta ed.) México: McGraw Hill, 2006, p.102.

37 OB. CIT. P.205.

38 OB. CIT. P.208



Fuente: Hernández, Fernández y Baptista 2006, cap. 7, p. 209-217.

Para selección de la muestra del presente trabajo se define lo siguiente:

- Sujetos de los cuales se recolectaran los datos: Alumnos, docentes y personal del área de promoción de la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, son quienes tienen una relación directa con el objeto de estudio.
- El tipo de selección de la muestra: Esta será probabilística pues “todos los sujetos de investigación que conforman el universo tienen la misma oportunidad de integrar la muestra”³⁹.
- El tamaño de la muestra se determina en base a la fórmula⁴⁰.

$$n' = \frac{s^2}{V^2} \qquad n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

³⁹ García, R. y Pérez, A., “Métodos y Técnicas de Investigación”, (5ta ed.), México: UMMA, 2005, P.102.

⁴⁰ Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., “Metodología de la Investigación”. (4ta ed.) México: McGraw Hill, 2006, P.243.

Donde:

N = Tamaño de la población.

\bar{y} = Valor promedio de una variable.

se = Error estándar.

V^2 = Varianza de la población al cuadrado. Su definición se : cuadrado del error estándar.

s^2 = Varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de \bar{y} .

p = 0.9.

n' = Tamaño de la muestra sin ajustar.

n = Tamaño de la muestra.

La recolección de datos, en esta etapa se realizara actividades como:

- Selección del instrumento de recolección de datos:

Fuentes secundarias: como son documentos impresos o electrónicos, como textos, revistas, artículos, tesis, etc.

Fuentes primarias: dentro de las cuales se encuentra información que recopila el investigador donde se localizan los sujetos de investigación. Se realizara a través de la observación directa, cuestionarios y entrevista.

- Aplicación del método para recolectar los datos: se repartirán los cuestionarios para los alumnos y docentes, en los cuestionarios el tipo de pregunta será de hechos y su respuesta es cerrada de opción múltiple para que pueda ser medible y al personal del área de promoción se le realizara una entrevista.

Seguidamente de la tediosa tarea de recolectar datos se proseguirá al análisis de los resultados, para fines de esta investigación los datos se estudiaran por medio de un análisis cuantitativo, procurando toda vez que sea medible.

Por ultimo toda la información obtenida en las encuestas aplicadas a docentes y estudiantes y los resultados obtenidos de la entrevista realizada al modulo de promoción de la Universidad de Sotavento campus Villahermosa, deben concentrarse y presentar los resultados a través de gráficas.

Se realizaran dos tipos de cuestionarios, uno para alumnos y otro específicamente para docentes, que constará de nueve preguntas y a demás se entrevistará al personal del modulo de promoción, los cuales serán utilizados como método de recolección de datos. Se espera que la aplicación de este instrumento proporcione información para tomar acciones concretas en el ámbito del cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural.

Capítulo V

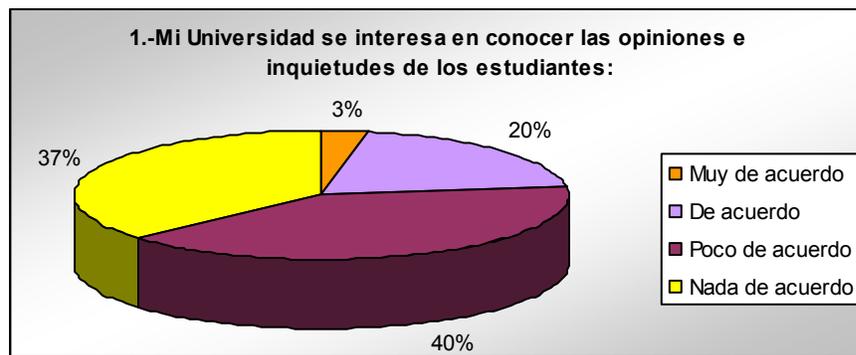
Análisis de resultados y diagnóstico general

Capítulo V_ Análisis de resultados y diagnóstico general

En este capítulo se presenta el análisis de resultados por medio de los cuestionarios aplicados y entrevistas realizadas.

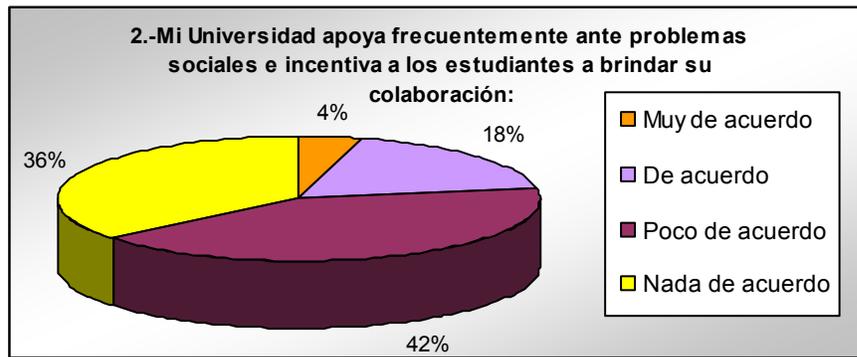
5.1 Análisis de resultados de encuestas a alumnos

Gráfica 1.1



Conclusión: La comunicación es esencial en el proceso enseñanza-aprendizaje, y dado a los resultados obtenidos en esta pregunta se puede ver mas de la mitad de los votos en 40% (poco de acuerdo) y 37% (nada de acuerdo), es claro que el alumno siente que la institución debería prestar mayor atención a sus inquietudes, no es alarmante esta respuesta pues cada día las Universidades centran mas su atención en un sin fin de tramites administrativos que deben cumplir en tiempo y forma dejando a un lado los estudiantes en quienes deberían centrar su atención pues es por ellos que las Universidades existen.

Gráfica 1.2



Conclusión: El objetivo principal de esta pregunta es corroborar si la Universidad se preocupa e incentiva a sus estudiantes a colaborar conjuntamente ante problemas sociales que pudieran presentarse, pues esta labor forma parte fundamental de la Extensión y Difusión Cultural Universitaria, tomando como referencia el resultado de las encuestas aplicadas se puede decir que la Universidad pasa desapercibida ante tales hechos pues se puede observar en las gráficas que la mayor parte de los votos se sitúan en 42% (poco de acuerdo) y 36% (nada de acuerdo).

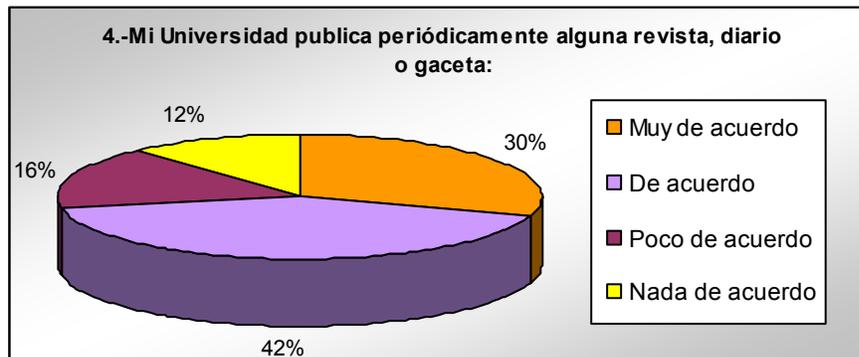
Gráfica 1.3



Conclusión: Con esta pregunta se pretende conocer el grado de satisfacción del estudiante en cuanto al servicio substancial que debe ofrecer la Universidad, siendo este la información bibliográfica y hemerográfica de la cual debe existir una vasta cantidad de artículos que faciliten la obtención suficiente de información a la comunidad estudiantil, de acuerdo a los resultados obtenidos podemos observar que la mayoría de los estudiantes no están conformes con el servicio bibliográfico

que proporciona la institución, pues se puede observar en las gráfica que el 34% (poco de acuerdo) y 36% (nada de acuerdo) son los que predominan mas.

Gráfica 1.4



Conclusión: Con los resultados arrojados por esta pregunta se comprueba que la institución sí emite un documento informativo para la comunidad estudiantil se puede observar en las gráfica que la mayor parte de los votos se sitúan en 30% (muy de acuerdo) y 42% (de acuerdo), sin embargo el haber aplicado las encuestas personalmente ha permitido conocer a un mas las opiniones de los estudiantes los cuales exponen que hace falta el mejoramiento de la misma.

Gráfica 1.5



Conclusión: Se pretende identificar con esta pregunta si la Universidad proporciona a los Universitarios espacios donde ellos puedan realizar cualquier tipo de evento llámese cultural o de tecnología que contribuya a una mejor formación académica y

con los resultados obtenidos por esta pregunta se comprueba que la institución sí proporciona el espacio tomando como referencia los datos de la gráfica con un 41% (muy de acuerdo) y 30%(de acuerdo).

Gráfica 1.6



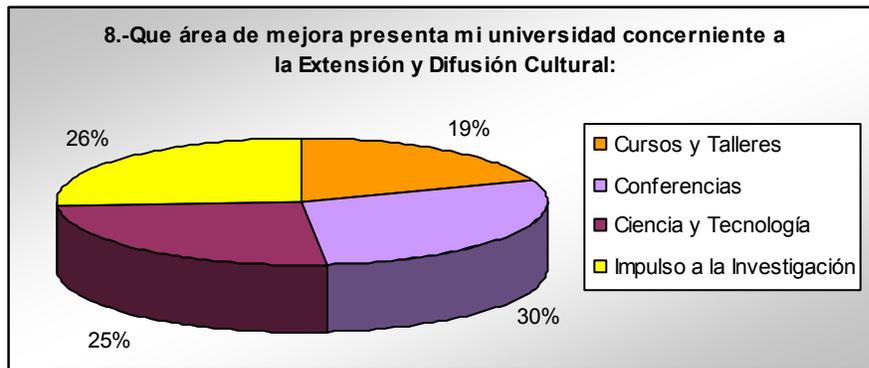
Conclusión: En esta pregunta el objetivo principal es constatar si la Universidad se interesa más allá de la simple formación académica y contribuye a una formación integral, y de acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se demuestra que la institución realiza esporádicamente eventos culturales y a su vez falta la difusión de los mismos para que pueda acercarse la mayor parte de la matrícula estudiantil de acuerdo con los datos de la gráfica se aprecia un 46% en (poco de acuerdo) y 33% (nada de acuerdo).

Gráfica 1.7



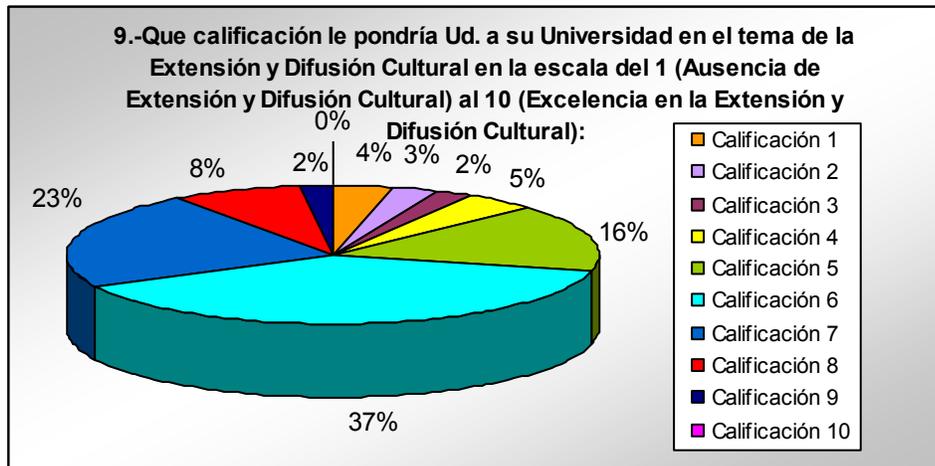
Conclusión: Actualmente la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa cuenta solo con un taller deportivo donde pueden asistir estudiantes del genero masculino y femenino, pero es claro que no todas las personas somos buenos deportistas y sería bueno complacer a los estudiantes en otras temáticas del arte. Esta pregunta esta realizada con la finalidad de conocer los intereses de los estudiantes.

Gráfica 1.8



Conclusión: La siguiente pregunta esta realizada con el fin de dar a conocer aquellas áreas de oportunidad que presenta la Universidad y que los alumnos creen que debe mejorar la institución, en el grafico expuesto puede observarse que de las áreas mencionadas la mayoría presenta oportunidad de mejora pero se puede observar claramente con un 30% en (conferencias), falta que la Universidad realice este tipo de eventos pues es cuando los alumnos pueden poner en práctica todos aquellos conocimientos adquiridos dentro del aula y confrontarlos ante problemas reales.

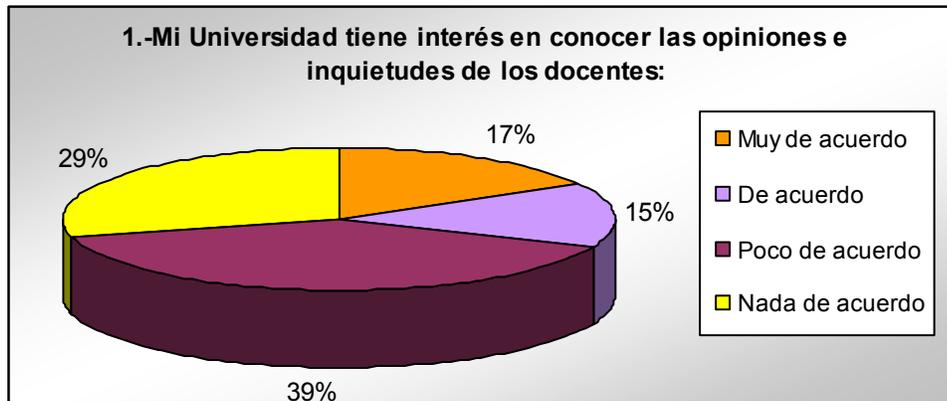
Gráfica 1.9



Conclusión: En esta última pregunta se le sugirió a los alumnos que le asignara una calificación a la Universidad, en cuanto a al cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural. La mayor parte de los votos se concentró con un 37% en la calificación de seis, dando a conocer de esta manera que los alumnos no se sienten satisfechos con los servicios ofertados por la Universidad.

5.2 Análisis de resultados de encuestas a docentes

Gráfica 2.1



Conclusión: Mediante esta pregunta se pretende conocer, si el docente se siente satisfecho en cuanto al trato y disponibilidad que tiene la Universidad para atender inconvenientes que pudieran presentarse, se puede ver el 39% (poco de acuerdo) y sumando el 29% (nada de acuerdo) da un total de 68% son quienes piensan que la Universidad debería prestar mas atención a sus inquietudes.

Gráfica 2.2



Conclusión: Se pretende identificar con esta pregunta si la Universidad proporciona a los docentes espacios confortables donde ellos puedan impartir sus cátedras con todo el mobiliario necesario para ello, y así se contribuya a la formación académica de los estudiantes y de acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta demuestran que a la institución debe mejorar sus instalaciones y de acuerdo a los

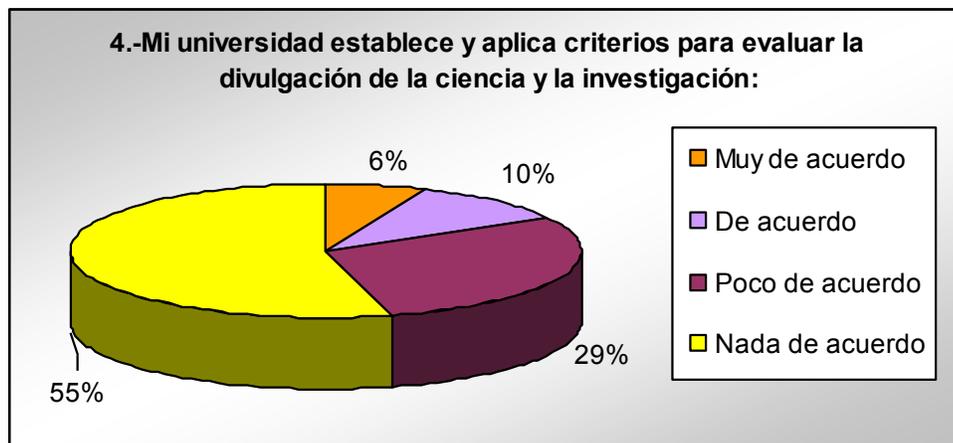
resultados obtenidos se puede ver el 44% esta en (poco de acuerdo) y un 23% en (nada de acuerdo).

Gráfica 2.3



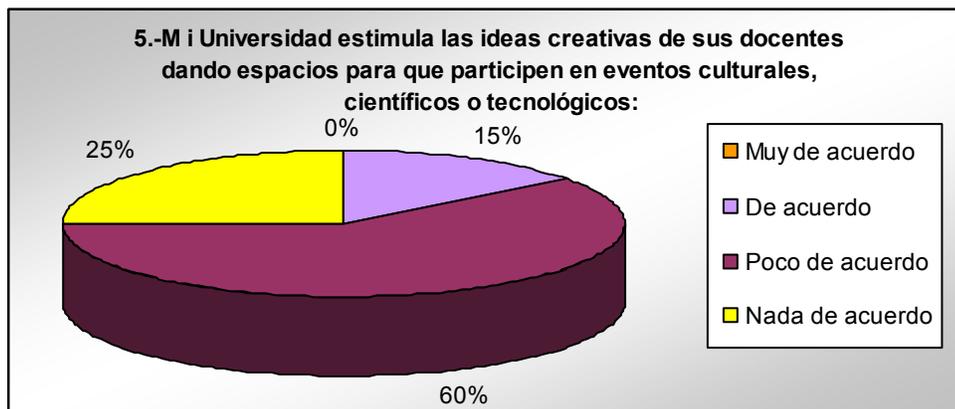
Conclusión: Con esta pregunta se pretende conocer el grado de satisfacción del docente en cuanto al servicio substancial que debe ofrecer la Universidad, siendo este la información bibliográfica y hemerográfica de la cual debe existir una vasta cantidad de artículos que faciliten la obtención suficiente de información, de acuerdo a los resultados obtenidos podemos observar que la mayoría de los docentes no están conformes con el servicio bibliográfico que proporciona la institución pues se puede ver el 31% (poco de acuerdo) y el 29% en (nada de acuerdo).

Gráfica 2.4



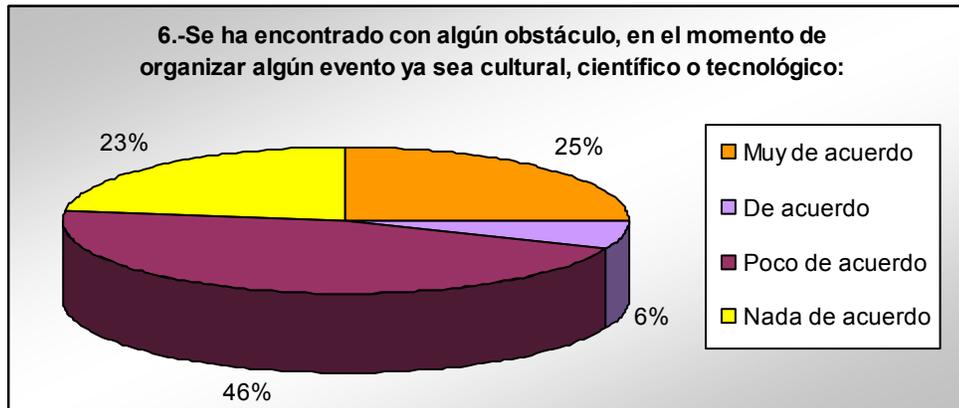
Conclusión: La siguiente pregunta pretende dar a conocer si la Universidad emplea algún método para evaluar la divulgación de la ciencia y la investigación, y como respuesta mayoritaria se obtuvo un 55% en (nada de acuerdo) se puede decir que falta algún método que permita evaluar este rubro y además que ayude al mejoramiento del mismo.

Gráfica 2.5



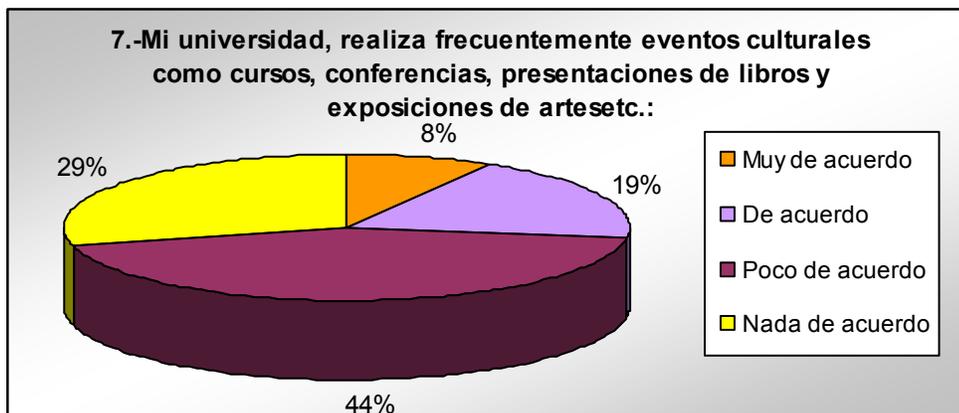
Conclusión: Se pretende identificar con esta pregunta si la Universidad proporciona a los docentes espacios y además incentiva a los mismos al realizar cualquier tipo de evento llámese de cultura o de tecnología que contribuya a una mejor formación académica de los estudiantes y de acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta el mayor porcentaje lo tienen el 60% (poco de acuerdo) se demuestra que la institución sí proporciona el espacio sin embargo hace falta un poco mas de apoyo para llevar acabo ciertas actividades.

Gráfica 2.6



Conclusión: Se pretende mediante esta pregunta analizar si la Universidad proporciona disponibilidad absoluta a los docentes proporcionando todo lo necesario para realizar cualquier tipo de evento llámese de cultura o de tecnología que contribuya a una mejor formación académica de los estudiantes y de acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se demuestra que la institución tiene la disponibilidad para que se realicen eventos culturales mas carece de propuestas que incentive tanto a docentes como estudiantes.

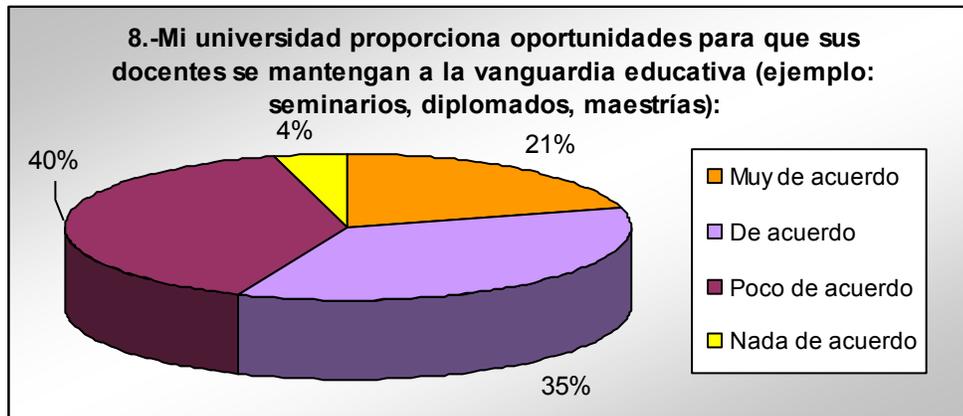
Gráfica 2.7



Conclusión: En esta pregunta el objetivo principal es constatar si la Universidad se interesa y contribuye a una formación integral del personal docente, de acuerdo a

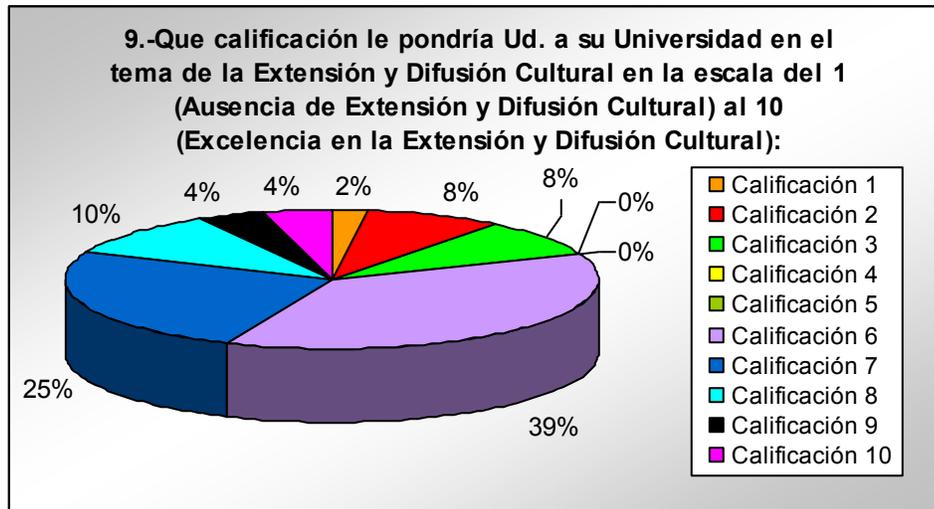
los resultados obtenidos en esta pregunta se demuestra que la institución realiza esporádicamente eventos culturales y a su vez falta la difusión de los mismos para que pueda acercarse la mayor parte de los docentes ya que el mayor puntuación se ve reflejado en el 44% (poco de acuerdo).

Gráfica 2.8



Conclusión: En esta pregunta se pretende saber si la Universidad se interesa en la formación académica de los docentes y contribuye a la misma, con el objetivo principal que es la formación profesional de los estudiantes, de acuerdo a lo presentado en el gráfico se puede apreciar que la Universidad si contribuye a la formación docente de esta manera se lleva a las aulas conocimientos actualizados observando la gráfica se aprecia el 21% en (muy de acuerdo) y si se suma el 35% del (de acuerdo) da un total de 56% quienes están de acuerdo estaríamos hablando que a más de la mitad se les proporciona oportunidades para mantenerse actualizado académicamente.

Gráfica 2.9



Conclusión: En esta última pregunta se le sugirió al docente que le asignara una calificación a la Universidad, en cuanto al cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural, siendo de esta forma la mayor parte de los votos se concentró en la calificación de seis, dando a conocer de esta manera que los docentes no se sienten satisfechos con los servicios ofertados por la Universidad, por lo tanto esta a su vez debe contribuir en su mejora.

5.3 Análisis de resultados de entrevista al modulo de promoción

Durante la entrevista, el Licenciado En Ciencias de la Comunicación Jorge Luis Valencia Yedra, quien tiene un año de antigüedad prestando sus servicios a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, explico que el es el responsable de todo lo concerniente al marketing (Mercadotecnia), de hecho la Extensión y Difusión Cultural no tienen hasta el momento un responsable directo, siendo este necesario para aligerar la carga de trabajo del departamento de promoción y que en su conjunto, entre los dos departamentos lograsen efectuar eventos mejor organizados y mas llamativos para los alumnos.

Durante la entrevista el Lic. Valencia, también mencionó la importancia de la Extensión y Difusión Cultural, la cual es una herramienta que da identidad e imagen a la institución además de dar a conocer a la sociedad en general las actividades que realiza la Universidad. Sin embargo, recalca el Lic. Valencia: hace falta disponibilidad por parte de los docentes al permitir a los alumnos participar en los distintos eventos y no trunquen la creatividad del alumnado.

Los eventos que se realizan en la Universidad en promedio anualmente son; Altar de muertos, stand de estados de la republica mexicana, señorita sotavento y se invita a una conferencista el día de la mujer, eventos que requieren de arduo trabajo y dedicación y sobre todo de presupuesto el cual sí es otorgado por la Universidad pero de manera austera, y sin embargo a veces las necesidades superan los recursos mencionó el Lic. Valencia.

Dentro de los eventos que se tienen contemplados en estos últimos meses, están la posada navideña para los universitarios, señorita Sotavento en febrero de 2011 y próximamente la cabina de radio que aun esta en prueba piloto. Se tienen muchos proyectos en mente para hacer mas atractiva la estancia de la matricula estudiantil, se espera la asignación de recursos económicos oportunos para poder llevar acabo los proyectos planeados. También menciono el Lic. Valencia que los eventos se

planean de la siguiente manera primero se hace un programa de la actividad a realizar y seguidamente se entera de la misma al director quien en conjunto con el rector aprueba o en su defecto rechaza la propuesta.

5.4 Diagnóstico de la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa.

De acuerdo a toda la información recabada por medio de encuestas y entrevistas aplicadas a Docentes, Alumnos y al modulo de promoción en la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa, se corrobora que la institución tiene potencial por explotar y mucho mas que dar por sus alumnos, docentes y administrativo, debe lograr que se sientan satisfactoriamente orgullosos de pertenecer a la gran familia Sotavento.

Según los datos recabados y expuestos anteriormente a través de gráficas, se presenta el siguiente diagnostico:

- Falta acercamiento por parte de la dirección para con los universitarios, la cual desfavorece la comunicación dirección-alumnado y dirección-docente (ver gráficas 1.1 y 2.1).
- Falta proyectos que incentiven a los Universitarios a prestar servicios a la misma comunidad (ver gráfica 1.2).
- Falta proporcionar servicios de información bibliográfica y hemerográfica que satisfagan las necesidades de los estudiantes (ver gráficas 1.3 y 2.3).
- Falta invertir en mejoramiento de infraestructura y mobiliario, proporcionando así el material optimo para el desempeño de actividades (ver gráficas 2.2 y 2.5).
- Falta organizar con mayor frecuencia eventos de actualización estudiantil como cursos, conferencias, presentaciones de libros, exposiciones etc. (ver gráficas 1.6 y 2.7).
- Falta impartir talleres, colaborando de esta manera a una mejor y más completa formación académica (ver gráfica 1.7).
- Falta mejorar en las siguientes áreas; cursos y talleres, conferencias, ciencia y tecnología e impulso a la investigación (ver gráfica 1.8).
- Falta establecer y aplicar criterios para evaluar la divulgación de la ciencia y la investigación (ver gráfica 2.4).

Conclusiones

Conclusiones

La presente investigación se ha dedicado al estudio del cumplimiento de la Extensión y Difusión Cultural en Universidad de Sotavento Campus Villahermosa factor que permitirá a la institución orientar su camino a la Responsabilidad Social.

En el desarrollo del trabajo de investigación que ha dado lugar a la presente tesis se han alcanzado los objetivos inicialmente planteados en cuanto a:

Diagnósticar a la Universidad de Sotavento Campus Villahermosa en cuanto a su cumplimiento en la Extensión y Difusión Cultural y así mismo facilitar una propuesta de acción que permita conducir a la Universidad hacia el cumplimiento de la Responsabilidad Social. El cual se cumplió por medio del análisis realizado en el capítulo V apartado 5.4 además de las recomendaciones proporcionadas al final del trabajo.

Comprobar si la Universidad proporciona a los alumnos y docentes vasta información bibliográfica y hemerográfica la cual es una de las funciones generales dentro del la Extensión y Difusión Cultural según lo expuesto en el capítulo II, en el apartado 2.6 Funciones generales de la Extensión y Difusión Cultural. Resultado que se determina y comprueba a través del análisis realizado en el capítulo V, dentro del apartado análisis de resultados de encuestas a alumnos en la gráfica no. 1.3. y en el apartado, análisis de resultados de encuestas a docentes en la gráfica no. 2.3.

Analizar si la Universidad se interesa en conocer las opiniones e inquietudes de los estudiantes y docentes, fue cumplido en el capítulo V, en el apartado de análisis de resultados de encuestas a alumnos en la gráfica no. 1.1 y en el apartado análisis de resultados de encuestas a docentes en la gráfica no. 2.1 donde se puede apreciar claramente los resultados en las gráficas.

Establecer si la Universidad incentiva a los estudiantes a brindar apoyo ante problemas sociales, esta labor forma parte fundamental en la Extensión y Difusión Cultural, cuyo objetivo se logro en el capítulo V, en el apartado análisis de resultados de encuestas a alumnos en la gráfica no. 1.2.

Examinar si los alumnos están interesados en que haya más eventos culturales como de talleres, cursos, conferencias, presentaciones de libros y exposiciones de artes etc; se logro en el capítulo V, dentro del apartado, análisis de resultados de encuestas a alumnos en las gráficas no. 1.6, 1.7 y 1.8 y en el apartado análisis de resultados de encuestas a docentes en la gráfica no. 2.7, las gráficas anteriormente citadas nos llevan a la conclusión de que el alumno y docente se sentirían mas a gusto en la Universidad si esta presentara mayor actividad en la organización de eventos y talleres.

Investigar qué eventos culturales se realizan anualmente, en promedio cuántos y de qué tipo. El cual se logró también en el capítulo V, a través del apartado análisis de resultados de entrevista al modulo de promoción.

Determinar si los fondos reservados para la Extensión y Difusión Cultural son suficientes y oportunos, el cual se logro también en el capítulo V, a través del apartado análisis de resultados de entrevista al modulo de promoción, además se rectifica en apartado análisis de resultados de encuestas a alumnos en la gráfica no.1.5 y en el apartado análisis de resultados de encuestas a docentes en la gráfica no. 2.7.

El cumplimiento de los objetivos demuestra que la hipótesis “La Universidad de Sotavento Campus Villahermosa presenta áreas de mejora en cuanto a la Extensión y Difusión Cultural” planteada inicialmente es comprobable.

Además en este apartado se sintetiza las conclusiones más relevantes que se han encontrando a lo largo del estudio.

Del análisis de los aspectos teóricos encontrados en la bibliografía, sobre la Responsabilidad Social concerniente a la Extensión y Difusión Cultural se concluye:

- Que la Extensión y Difusión Cultural pertenece a una de las tres funciones básicas de la Universidad y por lo tanto se debe continuamente buscar mejoras, por que en eso consiste su labor, para ello fue creada la Universidad y además se estaría explotando al máximo su potencial.
- la Responsabilidad Social (RS), es en sí la contribución activa y voluntaria que permite mantener la confianza con aquellos grupos de interés involucrados en el quehacer diario de la empresa y como efecto contribuye en gran manera al mejoramiento de la misma. Al igual que la empresa la Universidad se encuentra inmersa en el nuevo modelo de la RS a pesar de que sus fines no son lucrativos debe y tiene que contribuir a la “proyección social y extensión Universitaria”, haciendo de la Universidad una comunidad socialmente ejemplar, donde el estudiante aprenda su carrera pero también hábitos y valores ciudadanos, entonces así se asumiría la verdadera exigencia de la RS.
- La Universidad no es un simple reflejo de la historia y mucho menos desempeña un rol común dentro de la sociedad, sino es un agente transformador de experiencias y condicionante del futuro de las personas, es la responsable de formar profesionales competentes comprometidos con la sociedad es por ello que la Universidad debe anticiparse a la demanda que el país le hará por nuevos servicios, por qué esperar una auditoria o una supervisión siendo el deber de la Universidad cumplir con su Responsabilidad Social Universitaria.

Recomendaciones

Recomendaciones

Una vez concluida la tesis, se considera importante investigar sobre otros aspectos relacionados con el cumplimiento de la Responsabilidad Social Universitaria y se propone:

- La apertura de un módulo específico con el personal idóneo que lleve acabo la Extensión y Difusión Cultural, siendo este departamento el encargado de gestionar, realizar, organizar y promover actividades de divulgación de la ciencia y la cultura, pues de esta manera la Universidad cumplirá con su Responsabilidad Social otorgando a la institución un plus que representará una ventaja competitiva y a su vez mejorará la imagen corporativa y fortaleciendo la reputación de la misma. La meta es orientar a la Universidad a crear una pequeña comunidad ejemplar, donde el alumno no solo aprenda acerca de su área profesional sino que también amplíe su cultura.

A la apertura del módulo de Extensión y Difusión Cultural, y en conjunto con el módulo de promoción ya existente se incrementará el numero de eventos culturales y científicos realizados anualmente, al igual que la calidad y planeación de los mismos, satisfaciendo la matrícula estudiantil vigente y acaparando la atención de clientes potenciales.

- Realizar con mayor periodicidad eventos culturales como conferencias, presentaciones de libros, cursos, exposiciones de arte etc., invitando conferencistas no precisamente de otros lugares sino de las mismas Universidades establecidas en el estado o bien dentro de la matrícula de docentes habrá quienes cumplan las expectativas y puedan impartir algunas conferencias o dar ciertos cursos.
- Dar apertura a talleres, de acuerdo a las encuestas realizadas, se les preguntó a los alumnos si estaban interesados en que la Universidad

impartiera algún otro taller además del deportivo ya existente, proponiéndoles seis ejemplos de acuerdo a la clasificación de las artes dentro los cuales se debería elegir uno, y de acuerdo al numero de votos recibidos se pueden enlistar en el siguiente orden; taller de danza, música, literario, teatro, artes plásticas y por último, pero no menos importante el taller fotográfico, los alumnos están interesados en acudir a los talleres, solo falta que la Universidad brinde el apoyo necesario para que se pueda llevar a cabo.

- Ampliar el número de ejemplares bibliográficos y hemerográficos que satisfagan las necesidades de los alumnos y docentes, para mantener actualizada la biblioteca se puede pedir la colaboración de los docentes, antes de iniciar cada ciclo escolar y de acuerdo a su planeación global pueden entregar una lista de los libros requeridos, también se debería incentivar a los alumnos a donar libros y de esta manera la Universidad proporcionará un mejor servicio bibliográfico a los alumnos, evitando que estos se sientan insatisfechos.
- Se invita a la institución a prestar mayor atención a las inquietudes y opiniones de los docentes y alumnos, por medio de realizarles encuestas a los mismos o bien utilizar un buzón de sugerencias el cual debe estar situado en un lugar donde el alumno no se sienta observado al expresar su opinión, en caso de aplicar encuestas es preferente contratar una persona externa a la Universidad para que el alumno, a la hora de ser encuestado no se cohíba por tener enfrente personal administrativo, propiciando de esta manera una mejor comunicación entre el alumnado, docentes y administrativo.
- Crear programas de ayuda social e incentivar a los alumnos a brindar apoyo ante problemas sociales.

- Una vez establecida el área de Extensión y Difusión Cultural la Universidad debe establecer y aplicar criterios para evaluar la divulgación de la cultura y la ciencia sin llegar a un control excesivo, pues esto podría ocasionar que los trabajadores se centren más en el cumplimiento administrativo que en el verdadero objetivo de la evaluación. Esto permitirá un mayor acercamiento a las necesidades de los alumnos disminuyendo la inconformidad en los estudiantes.
- No se pretende con la presente investigación cuestionar a la institución, de que forma distribuye y utiliza sus recursos, pero por las áreas de mejora que presenta la Universidad y debido a los resultados obtenidos se le hace una cordial invitación tomando en cuenta que es necesario prestar mayor atención en el tema de Extensión y Difusión Cultural, por lo cual es importante que reserve los fondos suficientes, para mejora de su infraestructura y ampliar su servicio educativo referente a la Extensión y Difusión Cultural, permitiendo a la institución tener una mejor imagen al ampliar la cobertura de sus actividades artísticas y culturales.

Marco conceptual

Marco conceptual

Analogía: Comparación o relación entre varias razones o conceptos; comparar o relacionar dos o más objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, generando razonamientos y conductas basándose en la existencia de las semejanzas entre unos y otros.

Antropología: La aspiración de la disciplina antropológica es producir conocimiento sobre el ser humano en diversas esferas, pero siempre como parte de una sociedad.

Auditoría: Es una revisión sistemática y evaluatoria de una entidad o parte de ella, que se lleva a cabo con la finalidad de determinar si la organización está operando eficientemente. Constituye una búsqueda para localizar los problemas relativos a la eficiencia dentro de la organización.

Clientes actuales: Son los clientes que en la actualidad están realizando compras y que requieren una atención especial para retenerlos, ya que son los que en la actualidad le generan ingresos económicos a la empresa, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

Clientes potenciales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

Eficiente: Es un término económico que se refiere a la ausencia de recursos productivos ociosos, es decir, a que se están usando de la mejor manera posible los factores en la producción de bienes o servicios.

Etnología: es la ciencia social que estudia y compara los diferentes pueblos y culturas del mundo antiguo y actual. Algunos autores la consideran una disciplina y método de investigación de la antropología.

Filantropía: En general, la filantropía significa el amor al género humano y todo lo que a la humanidad respecta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta. Los esfuerzos filantrópicos son realizados por parte de individuos o por grupos de individuos organizados.

Fundación PROhumana: es una organización sin fines de lucro que desarrolla su trabajo en el área de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana. Nació en 1998 como resultado de la elaboración del proyecto “La Acción Filantrópica como un Elemento de la Responsabilidad Social”. Este estudio recogió antecedentes, promovió la reflexión e hizo propuestas concretas respecto al tema.

Gestión: Conjunto de tramites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto.

Incidencia: Lo que sucede en el curso de un asunto o negocio y tiene relación con ello.

Inherente: Que por su naturaleza está inseparablemente unido a algo.

Interfaz: Zona de comunicación o acción de un sistema sobre otro.

ISO 26000: norma que provee una guía a las organizaciones para sus esfuerzos en el campo de la RS se basa en 7 principios: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto a la ley, respeto a las normativas internacionales de comportamiento y respeto a los derechos humanos, y no tiene la intención de convertirse en una norma certificable. Este punto se reafirma en la sección “Alcance” del documento de manera suficientemente clara. Ante este hecho, el consenso fue en el sentido de enfatizar el propósito de NO certificación en las campañas de difusión que se tienen planeadas para cuando la norma se publique.

La Dirección General de Divulgación de la Ciencia (DGDC): Es una entidad dependiente de la Coordinación de la Investigación Científica de la UNAM con un carácter muy especial particularmente por su marcado componente académico que se amalgama con sus funciones de docencia, servicio a la comunidad y difusión cultural. Cuya misión es promover, divulgar y fomentar la ciencia y la cultura científica y tecnológica, así como la que se genera, enseña y preserva en la UNAM, haciéndola llegar a toda la comunidad universitaria y al resto de la sociedad mexicana, coadyuvando con ello al cumplimiento de una de las funciones sustantivas de la Universidad, la extensión de la cultura.

Matrícula estudiantil: La relación neta de matrícula escolar es el número de alumnos matriculados en un nivel de educación expresado como porcentaje. Lista de personas inscritas.

OIT La Organización Internacional del Trabajo (OIT): es la agencia tripartita de la ONU y convoca a gobiernos, empleadores y trabajadores de sus estados miembros con el fin de emprender acciones conjuntas destinadas a promover el trabajo decente en el mundo.

Percepción: Es la sensación interior resultante de una impresión material, hecha por los sentidos.

Plus: es el valor que el trabajo no remunerado del trabajador asalariado crea por encima del valor de su fuerza de trabajo y que se apropia gratuitamente.

Productividad: Es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

Servicio a la comunidad: Servicio que se le das a las comunidades, que así lo requieran, para atender sus necesidades con las áreas jurídicas, salud, educación vivienda y ecología entre otras.

Stakeholders: Son todos aquellos grupos, organizaciones, empresas, que tienen interés en una empresa u organización dada que son los empleados, los clientes, los proveedores de bienes y servicios, los proveedores de capital, la comunidad, y la sociedad.

Sustentable: La Comisión de Medio Ambiente de la ONU emitió un documento titulado Nuestro futuro común, también conocido con el nombre de Informe Brundtland, por el apellido de la doctora que encabezó la investigación. En este estudio se advertía que la humanidad debía cambiar sus modalidades de vida y de interacción comercial, si no deseaba el advenimiento de una era con inaceptables niveles de sufrimiento humano y degradación ecológica. En este texto, el desarrollo sustentable se definió como "aquel que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

Valor agregado: Valor agregado o valor añadido es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial, generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores, y que le da al negocio o empresa, cierta diferenciación.

Bibliografía

Bibliografía

Andrade, J., **“Tesis el Protocolo de Investigación”**, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2005.

Anzola Rojas, S., **“Administración de pequeñas Empresas”**, (2da ed.), México, Mc Graw Hill Interamericana, 2002.

Arias Lovillo, R. rector de la Universidad Veracruzana, **“Plan general del desarrollo, difusión cultural y extensión universitaria”**, 2010, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. <http://www.uv.mx/universidad/doctosofi/plangral/difusion.html>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES, **“El papel de la difusión cultural y extensión de los servicios en las universidades públicas”**, 1992, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res093/txt7.htm#7

Austin Millán, T., **“Etimología del concepto de Cultura”**, la página del profesor Tomás Austin M, [en línea], Recuperado el 1 de octubre de 2010. <http://www.lapaginadelprofe.cl/cultura/indexcultura.html>

Balderrama, C., (conductora), Calderón, L., (conductor), Loría, I. (conductor), Sobre mesa crítica, el sabor de las ideas. **“Difusión cultural polyforum”**. México, 4 de febrero de 2009, [transmisión de radio en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. <http://www.goear.com/listen/3fc582c/difusion-cultural-polyforum-1y2-sobremesa-critica>

Cajiga Calderón, J. F. **“El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”**. México, 2006, [en línea], Recuperado el 6 de octubre de 2010.

<http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>

Carpizo, J., **“La extensión Universitaria tomo I”**, México: Dirección general de publicaciones, 1979, [en línea], Recuperado el 6 de octubre de 2010. http://books.google.com/books?id=rzsBAGeFadIC&pg=PR6&dq=La+extensi%C3%B3n+Universitaria+tomo+I&hl=es&ei=t6_QTbjwNZLmsQPrz7WtCw&sa=X&oi=book_result&ct=bookthumbnail&resnum=2&ved=0CC8Q6wEwAQ#v=onepage&q=La%20extensi%C3%B3n%20Universitaria%20tomo%20I&f=false

Carpizo, J., **“La extensión Universitaria tomo II”**, México: Dirección general de publicaciones, 1979, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. http://books.google.com/books?id=0TZsO26H9UC&pg=PA20&dq=La+extensi%C3%B3n+Universitaria+tomo+I&hl=es&ei=t6_QTbjwNZLmsQPrz7WtCw&sa=X&oi=book_result&ct=bookthumbnail&resnum=1&ved=0CCoQ6wEwAA#v=onepage&q=La%20extensi%C3%B3n%20Universitaria%20tomo%20I&f=false

Comisión de Las Comunidades Europeas., **“Libro verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”**, Bruselas, 2001, p. 7, [en línea], Recuperado el 30 de agosto de 2010. Tomado de http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_es.htm Disponible en: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2_001_0_3_66es01.pdf

Dagane., **“La cultura”**, 2008, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>

García, R. y Pérez, A., **“Métodos y Técnicas de Investigación”**, (5ta ed.), México: UMMA, 2005.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., **“Metodología de la Investigación”**. (4ta ed.) México: McGraw Hill, 2006.

Longenecker, J.G., Moore, C.W., Petty, J.W.. **“Administración de pequeñas empresas (un enfoque emprendedor)”**, México: International Thomson Editores, 2001.

López E., **“Historia de la Responsabilidad Social”**. *ExpokNews*, 2009 diciembre, [en línea], Recuperado el 5 de octubre de 2010. <http://www.expoknews.com/2009/12/01/historia-de-la-responsabilidad-social/>

López E., **“El personaje detrás de la responsabilidad social”**. Revista *personajes*, 2010, [en línea], Recuperado el 5 de octubre de 2010. <http://personajes.expok.com.mx/personajes-5/>

Méndez, C., **“Metodología”**, Colombia: McGraw Hill, 1988.

Organización Internacional del Trabajo., **“Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa, Consejo de Administración, 295a reunión: Organización Internacional del Trabajo”**, Ginebra, 2006 Marzo, [en línea], Recuperado el 1 de octubre de 2010. <http://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/gb/docs/gb295/pdf/mne-2-1.pdf>

Pacheco Ladrón de Guevara, L. C., Murillo Beltrán, A., **“30 años de Universidad. Lo que somos, lo que queremos ser”**, México: Servicio de publicaciones.

Porto, N., Castromán, J., **“Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España”**. *Contaduría y Administración, Fca-UNAM*. Núm. 220, 2006.

Robbins, S. P., Coulter, M., **“Administración”**, (8a. ed.). México: Pearson Educación, 2005.

Sánchez, J.A., Gómez, J.A., **“Práctica artística y políticas culturales: algunas propuestas desde la Universidad”**, España, Murcia: Servicio de publicaciones, Universidad de Murcia, 2006, [en línea], Recuperado el 6 de octubre de 2010.

http://books.google.com/books?id=3afdLJXAh0gC&printsec=frontcover&dq=Pr%C3%A1ctica+art%C3%ADstica+y+pol%C3%ADticas+culturales:+algunas+propuestas+desde+la+Universidad&hl=es&ei=VrbQTbTIJoTCsAP90dTNCw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

Segovia Coronel J. M., **“Dirección General de Divulgación de la Ciencia”**. 2008, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. http://es.wikipedia.org/wiki/Direcci%C3%B3n_General_de_Divulgaci%C3%B3n_de_la_Ciencia

Somerville, H., Teixidó, S., **“Manual de Responsabilidad Social para PYMES”**. [en línea]. Santiago, Chile: Fundación Prehumana, 2006, p. 6, [en línea], Recuperado el 2 de septiembre de 2010. http://www.prohumana.cl/documentos/Guia_RSE_NUEVA.pdf

UNESCO, **“Declaración mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: visión y acción”**, 9 de octubre de 1998, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. **“Conferencia Mundial sobre la Educación Superior - 2009: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo”**, Paris, 8 de julio de 2009, [en línea], Recuperado el 1 de octubre de 2010. http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Acobertura-completa-de-la-conferencia-mundial-de-educacion-superior&catid=95%3Avease-tambien&Itemid=451&lang=es

Universidad De Las Américas Puebla., “**Observando la Responsabilidad social Universitaria**”, 2004, [en línea], Recuperado el 10 de octubre de 2010. <http://www.udlap.mx/r su/pdf/2/Obs ervandolaRSU.pdf>

Universidad Autónoma de Nayarit, 2001, [en línea], Recuperado el 6 de octubre de 2010. http://books.google.com.mx/books?id=v3RZFH8HvEC&pg=PA455&dq=la+imp ortancia+de+la+extension+y+difusion+cultural&hl=es&ei=SdaWTMehNlisAP17YXB Cg&sa=X&oi=book_result&ct=bookthumbnail&resnum=2&ved=0CC8Q6wEwAQ#v=onepage&q&f=false

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Ingeniería Química, eventos, Michoacán, 2010, [en línea], Recuperado el 11 de octubre de 2010. <http://posgrado.fiq.umich.mx/~fiqumsnh/Difusion.html> [10

Vallaes, F., “**¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?**”, 2009, [en línea], Recuperado el 20 de septiembre de 2010. http://www.url.edu.gt/ Por talU RL /Archivos/09/Archivos/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf

Zea, Leopoldo., “**Objetivos y orientación de la difusión cultural universitaria**”, en: II Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultura y Extensión Universitaria. México, UDUAL, febrero de 1972, [en línea], Recuperado el 12 de octubre de 2010. http://www.anuies.mx/servicios/ p_an uies/publicaciones/revsup/res002/txt8.htm#top

<http://www.diccionarios.com/>

Página oficial de la Universidad de Sotavento Campus Orizaba

<http://www.unisota.edu.mx/>

Página oficial de la Universidad de Sotavento sede Coatzacoalcos

<http://www.us.edu.mx/portal/>

Página oficial de radio web

<http://radio-web.com.mx/>

Página oficial de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia (DGDC)

<http://www.dgdc.unam.mx>

Página oficial de la fundación PROhumana (promoviendo la responsabilidad empresarial y ciudadana).

http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60

Anexos

Anexo B. Formato de encuesta para Docentes



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
Ciclo lectivo 2010/2011-01

Fecha: ____/____/____

Carrera: _____ Antigüedad: _____

Le pedimos su cooperación al responder el cuestionario, en cuanto al cumplimiento de la Universidad en su Extensión y Difusión Cultural la cual es una de las tres funciones básicas de las Universidades. “La información que Usted proporcione sólo será útil si representa su opinión franca y sincera”.

Marque con una (X) según su opinión:

- 1. Mi Universidad tiene interés en conocer las opiniones e inquietudes de los docentes:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 2. Mi Universidad invierte para mantener en buenas condiciones sus instalaciones y servicios:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 3. Mi Universidad proporciona servicios de información bibliográfica y hemerográfica que satisfagan las necesidades de los docentes:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 4. Mi universidad establece y aplica criterios para evaluar la divulgación de la ciencia y la investigación:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 5. Mi Universidad estimula las ideas creativas de sus docentes dando espacios para que participen en eventos culturales, científicos o tecnológicos:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 6. Se ha encontrado con algún obstáculo, en el momento de organizar algún evento ya sea cultural, científico o tecnológico:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 7. Mi universidad, realiza frecuentemente eventos culturales como cursos, conferencias, presentaciones de libros y exposiciones de artes etc.:**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.
- 8. Mi universidad proporciona oportunidades para que sus docentes se mantengan a la vanguardia educativa (ejemplo: seminarios, diplomados, maestrías):**
() Muy de acuerdo. () De acuerdo. () Poco de acuerdo. () Nada de acuerdo.

Agradecemos a Ud. contestar esta última pregunta:

Marque con una (X) qué calificación le pondría Ud. a su Universidad en el tema de la Extensión y Difusión Cultural:

“La Extensión y Difusión Cultural, es una función sustantiva de las universidades y tiene como finalidad el hacer participe de los beneficios de la educación y la cultura en el ámbito académico y en la sociedad, incidiendo en su transformación mediante conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico”.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ← Ausencia de Extensión y Difusión Cultural | | | | | Excelencia en la Extensión y Difusión Cultural → | | | | |

!!!Gracias por su colaboración!!!

Anexo C. Formato de entrevista para el área de promoción



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
Ciclo lectivo 2010/2011-01

Fecha: ____/____/____

Nombre: _____

Profesionista en: _____ Antigüedad: _____

1. ¿La Extensión y Difusión Cultural forman parte de su labor en el área de promoción?

2. ¿Es importante la Extensión y Difusión Cultural y por que?

3. ¿Que eventos culturales se realizan en la Universidad de Sotavento en promedio anualmente y cuales?

4. ¿La Universidad le asigna los recursos necesarios y oportunos hacia el área de promoción?

5. ¿Se tiene pensado algún proyecto con el fin de mejorar la Extensión y Difusión Cultural de la Universidad de Sotavento?

6. Como se planean o programan las actividades y eventos culturales y tecnológicos:

!!!Gracias por su colaboración!!!