

Discursos de responsabilidad social universitaria

El caso de las universidades de la macro zona norte de Chile pertenecientes al Consejo de Rectores

RICARDO ANDRÉS GAETE QUEZADA*

Mediante la técnica de análisis de contenidos se analizan los discursos relacionados con la responsabilidad social, presentes en las declaraciones de misión y visión de las universidades chilenas de la macro zona norte pertenecientes al Consejo de Rectores, considerando como categorías de análisis los beneficios de la educación superior y los *stakeholders* o grupos de interés. Los resultados plantean como los principales grupos de interés identificados por las universidades de la muestra los alumnos, el medio ambiente, el Estado, la región y el país, mientras que los *stakeholders* menos presentes en los discursos analizados son los académicos, funcionarios, proveedores, empleadores y competencia. En cuanto a los beneficios de la educación superior declarados en la misión y visión por las instituciones consideradas en la muestra, se observan discursos mayoritariamente relacionados con los beneficios sociales públicos y privados por sobre los beneficios económicos públicos y privados.

Applying the technique of content analysis the author analyzes the discourses related to the social responsibility of universities that can be found in the statements about the mission and the vision of the Chilean universities located in the macro Northern region that belong to the Council of Rectors, taking into account as analysis categories the benefits of higher education and the stakeholders or lobbies. The results show how the main lobbies that can be identified amongst the universities of the sample are the students, the environment, the State, the region, the country, whereas the less representative stakeholders within the analyzed discourses are the academic staff, the civil servants and the competence. Amongst the benefits of higher education that are declared as part of the mission and the vision of the analyzed institutions we can observe discourses that are by a majority related to the public and private social benefits, mucho above the public and private economic benefits.

Palabras clave

Responsabilidad social universitaria
Stakeholders
Beneficios de la educación superior
Consejo de Rectores
Análisis de contenidos

Keywords

Social responsibility of the university
Stakeholders
Benefits of higher education
Council of Rectors
Content analysis

Recepción: 27 de mayo de 2009 | Aceptación: 1 de octubre de 2009

* Académico Jornada Completa del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de Antofagasta, Chile, desde 1998; Magister en Gestión Pública por la Universidad Complutense de Madrid y administrador público licenciado en Ciencias de la Administración por la Universidad de Antofagasta. Actualmente es también alumno becario del programa Erasmus Mundus en el doctorado Procesos de Cambio Social en la Universidad de Valladolid, España. CE: rgaete@uantof.cl

INTRODUCCIÓN

Uno de los principios importantes en la implantación de sistemas de gestión basados en el concepto de responsabilidad social es la identificación y consideración de los *stakeholders* con los cuales la organización establece algún tipo de relación, en virtud de la misión institucional que le corresponde, con el propósito de generar acciones que se orienten a desarrollar relaciones transparentes con cada uno de dichos grupos.

Esta situación obedece a la necesidad de que la organización identifique y conozca la manera en cómo afectan, positiva o negativamente, las acciones y decisiones que implementa en aquellos grupos o instancias que son o pueden ser los depositarios de dichos efectos, incorporando en su gestión las acciones y recursos que sean necesarios para desarrollar un comportamiento ético y transparente con dichos grupos o instancias.

Por otra parte, dentro del proceso de planificación estratégica la misión y visión institucionales se transforman en las declaraciones de lo que una organización hace o a qué se dedica (razón de ser) y sus aspiraciones o sueños organizacionales en el futuro, transformándose en elementos esenciales que orientan el quehacer institucional y permiten evaluar el grado de eficiencia y eficacia que alcanzan las actividades desarrolladas cotidianamente.

En la actualidad la universidad como institución social se ve enfrentada a un importante proceso de cambio y hasta cierto punto un dilema que la mantiene fluctuando entre una tendencia hacia la mercantilización de la educación superior y otra hacia la aplicación de la responsabilidad social en las universidades, situación que tiene su origen de manera especial en el desinterés del Estado por otorgar mayor financiamiento a las universidades públicas o estatales y el creciente interés de los grupos empresariales por desarrollar sus negocios en el ámbito de la educación superior.

En virtud de estos antecedentes, el presente artículo analiza, desde una perspectiva cualitativa, las referencias discursivas relativas al concepto de responsabilidad social presentes en las declaraciones de misión y visión de las universidades chilenas de la macro zona norte pertenecientes al Consejo de Rectores mediante la técnica de análisis de contenidos.

De forma específica se analizan los discursos que identifican a los *stakeholders* a los cuales las universidades declaran dirigir su quehacer y respecto de los beneficios proporcionados a la sociedad con base en la matriz de beneficios de la educación superior propuesta por el Institute for Higher Education Policy de Estados Unidos.

ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICAS Y DE CONTEXTO

La responsabilidad social: aspectos destacados

Sin afán de un análisis demasiado exhaustivo del concepto, comenzando por un análisis muy general es posible afirmar que la responsabilidad social corporativa puede ser desarrollada tanto en el ámbito interno como externo de una organización, situación que es avalada por los planteamientos de Gisbert (2002), Carneiro (2004), Fernández (2005), Guillén (2006), Alcoberto (2007), Berbel (2007), Mercado (2007) y por lo señalado por el Libro Verde de la Unión Europea en 1999.

La Unión Europea, en su denominado *Libro Verde*, establece un “Marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas”, señalando que este término se define como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001: 7).

El autor, Roberto Fernández Gago, señala que el concepto de responsabilidad social corporativa predominante en la actualidad hace referencia a “la asunción de la obligación

de llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior en el que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no sólo con los criterios económicos y legales” (Fernández, 2005: 4).

La investigadora de ILPES-CEPAL, María Emilia Correa (2004: 15-18) citando al World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), señala que la responsabilidad social “es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

También desde el ámbito empírico, Patricia Mercado (2007: 124), quien realiza un estudio exploratorio de responsabilidad social empresarial en México, considera específicamente para su estudio las dimensiones de ética empresarial, calidad de vida en el trabajo, preservación del medio ambiente y vinculación con la sociedad, señalando que esta temática “no se limita a las acciones sociales desarrolladas por la empresa, sino que implica también prácticas e interacciones con diversos públicos entre los que se encuentran colaboradores, consumidores, clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y sociedad”.

Además, de acuerdo con Moreno (2006: 191) el concepto de responsabilidad social establece algunas implicaciones de importancia:

1. Su aplicación es voluntaria, no impuesta por imperativo legal alguno, aun cuando el punto de partida del comportamiento socialmente responsable sea el escrupuloso cumplimiento de la ley. Las buenas prácticas a que da lugar la responsabilidad social sobrepasan las exigencias legales.
2. Demanda la atención equilibrada de las necesidades e intereses de todos los *stakeholders* de la organización y no solamente de aquéllos que tienen el carácter de accionistas.

3. La relación con los *stakeholders* aludida anteriormente exige a la organización aplicar el concepto de responsabilidad social a todas las actividades de la organización de manera integral (financiera, productiva, comercial, jurídica, humana, ambiental, etc.).

De esta manera, la relación con los *stakeholders* de una organización es un aspecto central y distintivo a la hora de gestionar la responsabilidad social, aun cuando esta situación adquiere una gran complejidad debido a las múltiples formas, características y definiciones que los grupos de interés pueden adquirir, dependiendo de los diferentes ámbitos o sectores a los cuales pertenezca cada organización, el parámetro o característica con el cual se pretenda identificar a los actores involucrados y, muy especialmente, dependiendo del grado de compromiso con el cual cada institución pretenda asumir su comportamiento socialmente responsable.

Lo anterior, debido a que dicho compromiso puede oscilar en un baremo que va desde el cumplimiento cosmético o estético en función del *marketing* que la organización desea realizar, hasta la asunción de un compromiso real y sincero por establecer un diálogo fluido y permanente con sus *stakeholders* para acrecentar su capital social estableciendo una comunidad de aprendizaje y participación permanente.

La responsabilidad social universitaria

En el ámbito de las instituciones de educación superior, según la UNESCO (1998: 3), los procesos de cambio social expresados en la mundialización de la economía y el desarrollo tecnológico le otorgarían un papel muy importante a la producción y difusión del conocimiento, razón por la cual “desde la perspectiva de la comunidad universitaria estas tendencias le asignan una responsabilidad cada vez mayor en materia de formación, investigación, estudio y asesoría y servicios

de orientación, transferencia de tecnología y educación permanente”.

De acuerdo con Gibbons *et al.* (1997: 8), la generación del conocimiento científico en el contexto planteado por la UNESCO se desarrolla mediante un nuevo modelo denominado “modo 2”, que de acuerdo con estos autores “supone una estrecha interacción entre muchos actores a través de procesos de producción del conocimiento, lo que significa que esa producción del conocimiento adquiere cada vez una mayor responsabilidad social”, identificando cinco atributos que caracterizan esta nueva modalidad de producción del conocimiento socialmente comprometido: conocimiento producido en el contexto de aplicación; transdisciplinariedad; heterogeneidad y diversidad organizativa; responsabilidad social; y control de calidad.

En relación a la responsabilidad social en el “modo 2”, ésta se refiere a la incorporación de una conciencia social respecto de los problemas y las formas como se deben investigar dichos problemas, así como la difusión de los resultados, ubicando en un lugar privilegiado la mayor sensibilidad de los científicos por el impacto social de sus investigaciones, así como respecto de la incorporación de los intereses de las personas o grupos vinculados con el desarrollo científico y tecnológico.

En una línea similar, Valero (2006: 227) se refiere a la responsabilidad social de la actividad científica y tecnológica afirmando que dicho compromiso “procede del conocimiento especializado de un sujeto; y por otro, que ese conocimiento, puesto al servicio de la sociedad, debe impedir la producción de efectos negativos a los individuos”, para delimitar el ámbito de aplicación de este tipo de responsabilidad en el quehacer universitario, relativo especialmente a la investigación y la aplicación de la ciencia.

Desde la perspectiva universitaria latinoamericana, en Chile la Corporación Participa (2002: 11) define la responsabilidad social universitaria como:

...la capacidad que tiene la Universidad como institución, de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos por medio de los procesos claves de gestión, docencia, investigación y extensión, respondiendo socialmente así ante la propia comunidad universitaria y el país en que está inserta.

Desde una perspectiva sistémica, de acuerdo con la OEA-BID (2007: 21) la responsabilidad social universitaria es definida como:

...una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover un desarrollo sostenible.

Es decir, como comunidades de aprendizaje mutuo para el desarrollo.

De esta manera, para efectos del presente trabajo, desde la perspectiva de la gestión universitaria podemos comprender a la responsabilidad social universitaria, desde una perspectiva personal, como el desarrollo de un proceso dialógico conversacional permanente tanto con sus *stakeholders* internos (alumnos, docentes, personal de investigación y administrativo) así como con las partes interesadas externas (empresas, gobiernos, ONG, vecinos, medio ambiente, etc.) identificados de acuerdo a las funciones propias de la misión de la universidad (docencia, investigación, extensión y gestión), elaborando participativamente una agenda con las diferentes acciones y estrategias necesarias para que la universidad distribuya equitativamente los beneficios generados por su quehacer, de acuerdo con los intereses y aportes de las partes interesadas.

Los stakeholders y el concepto de responsabilidad social

De acuerdo con Falção y Fontes (1999:1), “existen múltiples definiciones de *stakeholders* que varían de un extremo a otro a lo largo de un *continuum*” que polariza el concepto desde

definiciones muy amplias (cualquier actor, persona, grupo, entidad) hasta definiciones muy restringidas (empleados, gerentes, proveedores, accionistas, clientes).

Además, otro aspecto que influye definitivamente en la definición del significado de un *stakeholder* es la perspectiva que le otorga a dicho análisis el concepto de responsabilidad social que exige ubicar a los *stakeholders* en el centro o eje de la gestión de la organización, lo cual implica, como recuerda Adela Cortina (2006: 114) que:

debe formar parte del núcleo duro de la empresa, de su gestión básica, no ser “algo más”, no ser una especie de limosna añadida que convive tranquilamente con bajos salarios, mala calidad del producto, empleos precarios, incluso explotación y violación de derechos básicos. La buena reputación se gana con las buenas prácticas, no con un *marketing* social que funciona como maquillaje de un rostro poco presentable.

Estos esfuerzos por identificar a los *stakeholders*, así como sus preocupaciones, necesidades e intereses, no es ajeno para el caso de la universidad como institución creada por la sociedad y que de acuerdo con Pérez y Peiró (1997: 110-111) debiera poner un mayor énfasis debido a que:

...la universidad sólo se legitima si responde a las demandas y necesidades sociales para las que ha sido creada y que justifican su existencia continuada y su dimensión social. Si se pierden o se anulan los sensores de la universidad ante las demandas y necesidades sociales, la toma de decisiones comienza a estar determinada básicamente por el juego político interno y por una lógica de intereses corporativistas y de juegos de poder entre los diferentes grupos y estamentos de la propia institución.

Cabe preguntarse si la afirmación de los autores hecha hace 12 años atrás no ha resultado una “profecía auto cumplida” para el sistema universitario en general, el cual, carente de toda capacidad de análisis del contexto y

el medio, ha sido progresivamente incapaz de establecer una relación fluida y clara con sus *stakeholders*, sus preocupaciones, necesidades e intereses, terminando efectivamente encerrada en sí misma, enfrentada a luchas de poder internas y tomando decisiones y ejecutando acciones que no consideran para nada lo que demanda la sociedad.

Además, la adecuada identificación de los grupos de interés de una organización es el primer paso en el proceso de implementación del concepto de responsabilidad social en la gestión organizacional, situación que es ratificada por Moneva (2007: 58) quién señala que “el primer paso en el proceso estratégico de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la delimitación de los partícipes de la organización, para lo cual existen diversas orientaciones; la más habitual es la diferenciación entre grupos de interés internos y externos de la organización”.

La incorporación de los *stakeholders* al gobierno corporativo tampoco puede estar ajeno a la realidad de la universidad del siglo XXI y debe ser analizado como una posibilidad cierta en el marco de un comportamiento socialmente responsable de las instituciones de educación superior ya que, en palabras de Pérez y Peiró (1997: 117), con la presencia de representantes de la sociedad en el gobierno de la universidad “resultará en principio más fácil la potenciación de la interdependencia e interactividad entre la universidad y la sociedad”, lo que sin duda traerá consigo múltiples beneficios a todos los actores que participen en esta interacción, misma que en un inicio ha estado restringida a los Consejos Sociales pero que sin duda debe ir más allá en cuanto a la incorporación de los *stakeholders* en el gobierno universitario.

Profundizando en el concepto de *stakeholders* más allá de lo que es el gobierno corporativo, pareciera existir un consenso general en el mundo académico respecto del importante aporte de R. Edward Freeman en el desarrollo de la teoría de los *stakeholders* en 1984 como la

primera sistematización de importancia respecto de dicho término, el cual se define como “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o se vea afectado por la consecución de los propósitos de la empresa” (Mitchell *et al.*, 1997: 854; Argandoña, 1998: 7; Vargas, 2006: 103).

De acuerdo con Falção y Fontes (1999: 2) la teoría de los *stakeholders* intenta responder a las interrogantes relacionadas con los intereses en función de los cuales son gestionadas las organizaciones desde dos grandes perspectivas:

- Descriptiva: qué intereses son considerados y cuáles desestimados en el actual sistema de gestión de la organización, señalando que los intereses que prevalecen son los de los accionistas por sobre el resto de los *stakeholders*.
- Prescriptiva: cuáles son los intereses que deben ser privilegiados o no marginados para la sustentabilidad de la organización en el largo plazo para no afectar la supervivencia organizacional.

También señalan que en los sistemas de gestión organizacional basados en la inclusión de todos los *stakeholders* en el proceso decisorio, caracterizados por la atención de los intereses, expectativas y demandas así como la ampliación de la base de legitimidad organizacional entre los *stakeholders*, permiten gestionar de mejor manera los conflictos, anticiparse a ellos, negociar pérdidas, distribuir y compartir las ganancias, en general no segregar los intereses estratégicos, y recomiendan algunos mecanismos para obtener estos resultados: participación en las ganancias, participación de representantes de la comunidad, proveedores, clientes y funcionarios en los consejos o comités, *ombudsperson*, filantropía interna o hacia la comunidad, cooperación gubernamental y comunicación interna y externa (Falção y Fontes, 1999: 6).

Entre las diferentes perspectivas de análisis y desarrollo actual de la teoría de los *stakeholders* también es interesante destacar los planteamientos realizados por McVea y Freeman (2005), quienes identifican la necesidad de gestionar la relación con los *stakeholders* con una perspectiva ética, lo que puede generar beneficios tanto para los individuos como para la propia organización, señalando que en la actualidad el análisis y la investigación acerca de la teoría de los *stakeholders* no es un campo exclusivo del ámbito de la gestión, sino que hoy es compartido por las ciencias sociales y la ética.

Además, McVea y Freeman (2005: 59) señalan que la adecuada gestión de la relación con los *stakeholders* ofrece actualmente “una contribución única y desinteresada a los procesos de toma de decisiones, particularmente en los campos innovadores y emprendedores” debido fundamentalmente a la posibilidad de generar redes de relaciones con los *stakeholders*, lo que se ve facilitado por los avances en tecnología que permiten reducir costes de funcionamiento de dichas redes.

Sin embargo, en el proceso de implantación y desarrollo de un comportamiento socialmente responsable por parte de una organización es necesario tener presente que los *stakeholders* tienen sus intereses propios que no son necesariamente los mismos que los del resto de grupos de interés de una organización; aún más, existe la posibilidad de que se produzcan “tensiones” entre éstos al momento de intentar establecer una agenda de trabajo, debido a que “hemos dejado de lado lo que los *stakeholders* buscan y cómo se perciben mutuamente” (Lozano, 2007: 30).

De esta manera, la organización que desea gestionar su responsabilidad social se verá en la obligación ya no sólo de identificar quiénes son sus *stakeholders*, sino que deberá ser capaz de establecer diálogos con cada uno de ellos y entre ellos para poder identificar sus aspiraciones e intereses particulares y comunes; esto con el propósito de elaborar un plan estratégico que le

permita a la organización ofrecer un comportamiento socialmente responsable para así integrar a todos sus *stakeholders* a los beneficios y efectos de sus acciones y decisiones.

Finalmente, la Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA) (2007: 72) señala que los *stakeholders* son “grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia”, y distingue desde la perspectiva del gobierno corporativo dos grandes niveles de grupos de interés:

- a) *Partícipes primarios, contractuales o directos*. Efectúan inversiones específicas, asumen riesgos no diversificables y determinan estratégicamente el grado de competitividad a largo plazo (accionistas o propietarios, directivos, empleados, clientes, proveedores, acreedores financieros, socios estratégicos o comerciales).
- b) *Partícipes complementarios, contextuales o indirectos*. Se distingue entre afectados por efectos externos, positivos o negativos, sin una previa inversión voluntaria directa y otros interesados o implicados debido a las repercusiones generales de la conducta de la organización.

El Consejo de Rectores

El Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (CRUCH) es un organismo de administración autónoma con personalidad jurídica de derecho público creado por ley de la República en el año 1954 y que tiene por misión la coordinación de la actividad académica de las instituciones que lo integran, velando por la calidad y excelencia de las mismas mediante la proposición de políticas universitarias y la definición de lineamientos para las actividades de docencia, investigación y extensión de las universidades del CRUCH.

El Consejo de Rectores es presidido por el o la Ministro/a de Educación, está integrado por los rectores de cada una de las universidades miembros y posee una estructura administrativa de apoyo compuesta por una Secretaría General, un Comité Ejecutivo y siete comités permanentes que abarcan el diverso quehacer académico nacional.

En la actualidad este Consejo se encuentra integrado por 25 universidades de las distintas zonas geográficas del país y con diferentes características que aseguran su heterogeneidad, ya que reúne universidades laicas y confesionales, públicas o del Estado y privadas, de regiones y capital metropolitana, lo que permite garantizar una mayor amplitud y riqueza de las propuestas que pueden emanar de esta instancia.

Respecto de la actual composición del CRUCH, 16 de ellas son estatales y nueve son privadas, cinco de las cuales son de carácter confesional; varias de las universidades estatales fueron creadas con la modificación del sistema universitario chileno en 1981 en su carácter de ex sede de la Universidad de Chile o la Universidad Técnica del Estado, como son los casos de la Universidad de Tarapacá, de Antofagasta, de Atacama, de Valparaíso o de Talca, por nombrar algunas.

Las universidades de la macro zona norte de Chile

Chile es una larga y angosta faja de tierra; así describimos poéticamente la morfología de nuestro país para señalar la distribución político administrativa que considera actualmente 15 regiones, incluida la Región Metropolitana, distribuidas en tres grandes zonas: norte, centro y sur.

Con base en ese ordenamiento territorial, desde la reforma del sistema de educación superior en 1981, impulsada por el Decreto con Fuerza de Ley (DFL) N° 1, las universidades chilenas se regionalizaron ubicándose sus respectivas casas centrales en las distintas regiones del país, como fusión de las sedes

regionales de la Universidad de Chile y la ex Universidad Técnica del Estado (UTE), y se crearon instituciones de educación superior en regiones con gran desarrollo, donde anteriormente no había, como por ejemplo la Universidad de Los Lagos en la X Región.

En virtud de estos cambios sufridos por el sistema universitario chileno hace más de 25 años, es posible identificar la figura de “macro zona norte” la cual, dependiendo de la amplitud del análisis puede abarcar las regiones de

Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama y Coquimbo.

Para el presente análisis, la macro zona norte considera seis universidades pertenecientes al Consejo de Rectores, de las cuales cinco son estatales y una es de carácter privado confesional, la Universidad Católica del Norte (la más antigua de las universidades de la muestra ya que comenzó a funcionar en 1956, mientras que las otras cinco funcionan desde 1981).

Cuadro 1. Las universidades de la macro zona norte en cifras

	Años acreditada	Alumnos matriculados	% alumnos AFI 2009	Nº proyectos Fondecyt 2009	Nº de sedes	Docentes jornada completa	Total programas de pre grado	Prog. de pre grado acreditados
U. de Tarapacá	5 años	4,522	0.44	3	2	251	35	6
U. Arturo Prat	2 años	10,318	0.14	1	17	sin datos	112	4
U. de Antofagasta	3 años	5,449	1.04	2	1	278	45	8
U. Católica del Norte	5 años	8,287	2.06	10	2	343	43	8
U. de Atacama	2 años	2,281	0.19	0	3	147	29	7
U. de La Serena	4 años	5,773	0.89	1	3	195	37	18

Fuentes: Índices 2009, Consejo Superior de Educación, Comisión Nacional de Acreditación, Conicyt, DEMRE.¹

El Cuadro 1 muestra algunas cifras disponibles en los portales del Consejo Superior de Educación y la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), entre otros, en donde se observa que todas las universidades de la muestra cuentan con acreditación institucional vigente; sin embargo, las Universidades Arturo Prat, de Antofagasta y de Atacama deben renovar próximamente esta condición.

No obstante lo anterior, todas las universidades de la muestra presentan un bajo porcentaje de programas o carreras de pre grado acreditados, siendo la Universidad de La Serena la que posee el porcentaje más elevado, apenas por debajo del 50 por ciento; la Universidad Arturo Prat es la institución de la muestra que posee el menor número de

programas de pre grado acreditados, lo que en parte se debe a que además posee la mayor cantidad de este tipo de programas (117 carreras de acuerdo al documento *Índices 2009* del Consejo Superior de Educación).

Respecto de los alumnos de pre grado que reclutan las universidades del CRUCH de la macro zona norte, éstos sólo representaron 4.76 por ciento de los 27 mil 500 mejores puntajes de la Prueba de Selección Universitaria (PSU) a los que el Estado asignó Aporte Fiscal Indirecto (AFI) durante el proceso de admisión 2009, porcentaje que comparado con el 86 por ciento que representan la Universidad de Chile, la Pontificia Universidad Católica y la Universidad de Concepción muestran una clara asimetría que se repite en otro tipo de

¹ El Departamento de Evaluación, Medición y Registro es un organismo técnico encargado del desarrollo y construcción de instrumentos de evaluación y medición de las capacidades y habilidades de los egresados de la educación secundaria en Chile.

indicadores en donde las universidades de la macro zona norte se encuentran a una distancia importante respecto de las tres universidades más importantes del país.

En cuanto a los recursos gubernamentales destinados a la investigación para el año 2009 a través del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT), se adjudicó un total de 405 proyectos a nivel nacional de los cuales sólo 4.19 por ciento (17 proyectos) fue adjudicado a universidades de la macro zona norte de Chile; dentro de este grupo de instituciones destacan los resultados obtenidos por la Universidad Católica del Norte con 10 proyectos adjudicados (2.5 por ciento del total nacional), transformándose en la octava universidad con mayor cantidad de proyectos de investigación financiados por FONDECYT en Chile.

Los beneficios de la educación superior

El Institute for Higher Education Policy de Estados Unidos de América desarrolló en 1998 una matriz en donde están contenidos los

beneficios generados por la educación superior estadounidense,² tanto desde la perspectiva pública o colectiva como desde la privada o individual, que ofrece un interesante abanico de posibilidades respecto de las formas como la universidad puede impactar positivamente en la vida de sus estudiantes, sus familias y la sociedad en general.

De acuerdo con el propio Instituto, pretender catalogar todos los beneficios que genera la educación superior sería imperfecto e incompleto, sin embargo, las personas que poseen estudios universitarios tienen en general mejores posibilidades de acceder a puestos de trabajo mejor remunerados que aquéllas que no poseen dichos estudios.

Además, los beneficios públicos y privados generados por la educación superior tendrían un efecto cascada para la persona y la sociedad, en donde se entrelazan mutuamente beneficios individuales con beneficios colectivos, los beneficios con fines públicos otorgan beneficios con fines privados y así sucesivamente.

Cuadro 2. Matriz de beneficios de la educación superior

	Beneficios públicos	Beneficios privados
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de los ingresos por impuestos • Mejor productividad • Aumento del consumo • Mayor flexibilidad laboral • Menor dependencia de apoyo financiero del Gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejores salarios y beneficios • Empleo • Mayor capacidad de ahorro • Mejores condiciones de trabajo • Movilidad profesional/personal
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de las tasas de delincuencia • Aumento de las donaciones caritativas/servicio a la comunidad • Aumento de la calidad de vida cívica • Cohesión social y respeto a la diversidad • Mejora la capacidad para adaptarse y utilizar la tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la salud/esperanza de vida • Mejora de la calidad de vida de los hijos • Más habilidad para tomar decisiones • Aumento del estatus personal • Más pasatiempos y actividades de recreación

Fuente: Institute for Higher Education Policy de EUA.

2 La identificación de los beneficios de la educación superior se inspiran en los planteamientos de Howard Bowen publicados en su libro *La inversión en el aprendizaje*.

Beneficios económicos públicos

Serán aquellos que van en directo mejoramiento de la economía nacional de cada país o sus principales sectores; destacan los siguientes:

Aumento de los ingresos fiscales. Mediante el crecimiento de la base imponible que aportan las personas con estudios superiores, quienes al poseer mayores ingresos tributarán al Estado mayores montos por concepto de impuesto a la renta, si se le compara con una persona que no posee los mismos estudios.

Mayor productividad. De acuerdo con las investigaciones, mayores niveles de educación impactan positivamente en mayores niveles de productividad laboral en comparación con las personas que poseen un nivel educacional menor.

Aumento del consumo. Las personas con mayor educación obtienen mejores salarios, lo que les permite alcanzar niveles mayores de consumo, especialmente en gastos relacionados con vivienda, alimentación o transporte.

Mayor flexibilidad laboral. Las competencias laborales y los conocimientos obtenidos en la educación superior les permiten a las personas adaptarse más fácilmente a los cambios continuos que les es necesario implementar por parte de las organizaciones laborales para mantener la ventaja competitiva.

Menor dependencia de apoyo financiero del Estado. Las personas que completan su formación universitaria requieren menos apoyo de programas gubernamentales de asistencia social en renglones como alimentación, vivienda o salud, ya que disponen de mayores ingresos propios para costear dichas necesidades sin el subsidio del Estado, si se les compara con personas que sólo poseen educación secundaria o primaria.

Beneficios económicos privados

De acuerdo con el Institute for Higher Education Policy esta segunda clasificación

de beneficios es la más discutida de los cuatro tipos propuestos en la matriz; tienen forma de expresión económica, fiscal o como efectos en el mercado laboral para las personas egresadas de la educación superior:

Mejores salarios y beneficios. Las personas que han asistido a la universidad obtienen de sus puestos de trabajo mejores salarios y más beneficios que aquellas personas con un menor nivel de educación.

Empleo. Las posibilidades de obtener un trabajo son mayores para las personas con formación universitaria, siendo más altas las tasas de desempleo para las personas que poseen un nivel de escolaridad menor.

Mayor capacidad de ahorro. Las personas con estudios universitarios poseen mayor cantidad de activos que les generan intereses y pueden destinar recursos a mejores planes de jubilación, fondos mutuos y otros dispositivos de ahorro.

Mejores condiciones de trabajo. Quienes egresan de la universidad obtienen condiciones de trabajo significativamente mejores en comparación con los demás individuos, y tienen acceso a mejor equipamiento en la oficina, aire acondicionado, calefacción, guardería para los hijos, entre otros, que mejoran su calidad de vida.

Movilidad profesional/personal. Las personas con titulación universitaria tienen más posibilidades y capacidades de cambiar de empleo hacia otras zonas geográficas u otro tipo de industrias o puestos de trabajo gracias a su mejor capacidad de adaptación a los cambios.

Beneficios sociales públicos

Son aquéllos que benefician a grupos de personas o la sociedad en su conjunto pero que no se relacionan directamente con el desarrollo económico, fiscal, laboral o de mercado de un país:

Reducción de las tasas de delincuencia. De acuerdo con las estadísticas para Estados Unidos citadas por el Institute for Higher Education Policy, la cantidad de personas con

bajos niveles de educación que son encarceladas por algún acto delictivo en aquel país es mayor que la de las personas que poseen educación universitaria.

Aumento de donaciones caritativas/servicios a la comunidad. De acuerdo a los estudios realizados en Estados Unidos existe una correlación directa entre las personas que poseen una titulación universitaria y la realización de trabajo voluntario así como la entrega de donativos o contribuciones financieras para caridad.

Aumento de la calidad de vida cívica. Se considera que a mayor grado de escolaridad mayor es el compromiso cívico de las personas, traducido concretamente en su participación en las elecciones de las autoridades públicas a través del sufragio popular.

Cohesión social y respeto a la diversidad. Las personas con educación universitaria tienen la capacidad de valorar la diversidad de una sociedad y presentan una mayor confianza en las instituciones sociales, cívicas y comunitarias que las personas con una menor educación.

Mejor capacidad para adaptarse y utilizar la tecnología. Las personas con estudios universitarios contribuyen más a la investigación y desarrollo de avances tecnológicos que mejoran la calidad de vida de otras personas, además de que contribuyen a la promoción y difusión de la tecnología para beneficiar a otros.

Beneficios sociales privados

Al igual que la clasificación anterior, se trata de beneficios percibidos por individuos o grupos que no están directamente relacionados con derechos económicos, fiscales o con efectos en el mercado laboral:

Mejora de la salud/esperanza de vida. La tasa de esperanza de vida es mayor en las personas con una titulación universitaria que aquellas personas que poseen un nivel educacional menor, lo que entre otras razones estaría explicado, en el caso de Estados Unidos, por contar

con mejores hábitos relacionados con la práctica del deporte o el consumo de cigarrillos.

Mejora de la calidad de vida de los hijos. Los hijos de padres con titulación universitaria tienen mayores posibilidades de completar sus estudios secundarios e ingresar a la universidad debido a un mayor desarrollo cognitivo.

Más habilidad para tomar decisiones. Las personas que poseen formación universitaria son capaces de tomar mejores decisiones como consumidoras en diversas instancias tales como servicios médicos, uso de recursos financieros, etc.

Aumento del estatus personal. El hecho de estar en posesión de un título o grado universitario representa una condición privilegiada en términos de reconocimiento social, especialmente para las primeras generaciones que asisten a la universidad, y esto se relaciona especialmente con las capacidades de liderazgo que desarrollan estas personas dentro de la sociedad en la cual se encuentran insertas.

Más pasatiempos y actividades de recreación. Las personas con estudios universitarios tienen mayor acceso a viajes, paseos o excursiones, literatura, visitas a parques de atracciones y acontecimientos deportivos que las personas que sólo poseen estudios secundarios o menos.

METODOLOGÍA

Pregunta de investigación

¿Existen discursos relacionados con el concepto de responsabilidad social universitaria en las declaraciones de misión y visión institucionales de las universidades de la macro zona norte de Chile pertenecientes al Consejo de Rectores?

Objetivos

General. Analizar los contenidos de responsabilidad social relacionados con los grupos de interés y con los beneficios para la sociedad, declarados por las universidades de la macro

zona norte de Chile en su misión y visión institucional.

Específicos. 1) Identificar los grupos de interés hacia los cuales las universidades de la macro zona norte de Chile declaran dirigir sus acciones y beneficios en su misión y visión institucionales; y 2) describir los beneficios que las instituciones de educación superior de dicha zona identifican en sus declaraciones de misión y visión como expresión de los compromisos que asumen con la sociedad.

La confección de la *muestra* de las instituciones de educación superior seleccionadas está orientada por el cumplimiento de dos criterios: universidades pertenecientes al Consejo de Rectores (CRUCH) y universidades pertenecientes a la macro zona norte de Chile.

De esta manera, en virtud de los criterios expuestos, de un total de 25 universidades que integran el CRUCH, se consideraron para el presente estudio un total de seis: U. de

Tarapacá, U. Arturo Prat, U. de Antofagasta, U. Católica del Norte, U. de Atacama y U. de La Serena.

El análisis de la información se llevó a cabo con base en la técnica de análisis de contenidos, que permite leer e interpretar el contenido de los escritos o textos mediante un enfoque cualitativo de los mismos, y para ello se definieron dos unidades de registro o análisis: los grupos de interés o *stakeholders* y los beneficios o impactos que se pretenden alcanzar por parte de las universidades consideradas en la muestra.

Se aplicó un análisis de contenido de tipo comparativo, ya que se analizaron las declaraciones de misión y visión de las seis universidades de la muestra de acuerdo a las unidades de análisis y sus respectivas categorías de análisis definidas en función de la pregunta de investigación planteada anteriormente, expuestas en el siguiente cuadro:

Cuadro 3. Unidades y categorías de análisis de la investigación

Unidad de registro o análisis	Categorías de análisis	
Grupos de interés o <i>stakeholders</i>	Alumnos	Egresados
	Académicos	Funcionarios
	Estado	Empresas
	Región	País
	Proveedores	Empleadores
	Medio ambiente	Competencia
Beneficios de la educación superior	Beneficios económicos públicos	
	Beneficios sociales públicos	
	Beneficios económicos privados	
	Beneficios sociales privados	

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Análisis de stakeholders en las declaraciones de visión y misión de las universidades de la macro zona norte

De acuerdo a las actuales declaraciones de visión y misión de las universidades estudiadas,

disponibles en los portales de Internet de cada universidad, se elaboró un cuadro que presenta los distintos grupos de interés (*stakeholders*) a los cuales dichas instituciones de educación superior declaran dirigir su razón de ser y sus aspiraciones futuras, respectivamente.

Cuadro 4. Matriz de referencias a los *stakeholders* en la visión y misión de las universidades

Stakeholders/ Universidad	U. de Tarapacá		U. Arturo Prat		U. de Antofagasta		U. Católica del Norte		U. de Atacama		U. de La Serena	
	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión
Alumnos			x		x	x	x	x			x	x
Egresados		x			x	x						
Docentes								x				
Funcionarios								x				
Proveedores												
Empleadores												
Empresas			x			x						x
Estado	x		x		x				x			x
Medio ambiente	x	x			x	x			x			x
Competencia	x	x										
Región (zona)	x	x	x		x	x			x	x	x	x
País	x	x		x	x	x		x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia con base en las declaraciones de visión y misión de cada universidad.

Se observa que los *stakeholders* mayormente señalados por las universidades de la muestra en las referencias discursivas en su misión o visión son la región y el país, ya que todas las universidades los incorporan en sus

planes estratégicos.

También es importante analizar el número de veces que se identifica a los *stakeholders* en los discursos de misión y visión, situación que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 5. Cantidad de veces que se identifica a cada *stakeholder*

Stakeholders/ Universidad	U. Tarapacá	U. Arturo Prat	U. de Antofagasta	U. Católica del Norte	U. de Atacama	U. de La Serena
Estado	1	1	1	0	2	1
Región	6	1	9	0	11	5
País	3	1	2	2	9	3
Internacional	1	0	1	1	2	3
Competencia	2	0	0	1	0	0
Medio ambiente	1	0	2	0	3	1
Sociedad	0	4	0	1	3	2
Estudiantes	0	1	3	2	0	4
Empresas	0	1	0	0	0	1
Egresados	0	0	7	0	0	0
Académicos	0	0	0	1	0	0
Funcionarios	0	0	0	1	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en las declaraciones de visión y misión de cada universidad.

Es importante señalar, respecto del cuadro anterior, que se incorporan como *stakeholders* el ámbito internacional y la sociedad, ya que a pesar de que no estaban considerados en las categorías de análisis originalmente planteadas, se encontró una gran cantidad de referencias al respecto.

Alumnos y egresados

En el análisis de cada grupo de interés destaca, respecto de los clientes (que para el caso de las instituciones de educación superior son sus estudiantes y egresados) que sólo cuatro de las universidades consideradas en la muestra (67 por ciento) se refieren explícita o implícitamente a sus estudiantes en la redacción de su misión, utilizando frases tales como “desarrollo integral del alumno” (U. Arturo Prat), “compromiso de formación integral de sus estudiantes y egresados” (U. de Antofagasta), “contribuir al desarrollo de la persona” (U. Católica del Norte), “formar personas con las competencias necesarias... formación de personas autónomas” (U. La Serena).

Sin embargo, no es posible concluir con precisión el tipo de cliente al cual las universidades de la zona estudiada prefieren orientarse, aplicando algún criterio de segmentación que permita reconocer la responsabilidad por algún nicho específico; por el contrario, se hace referencia a los alumnos o estudiantes de manera genérica, destacando el hecho de que la Universidad de Antofagasta es la única que alude a sus egresados en su misión, siendo más sorprendente aún que dos de las universidades consideradas en la muestra no realicen referencia alguna a sus clientes en la redacción de su misión y visión institucional.

Para el caso de las referencias a los estudiantes en la visión de las universidades de la macro zona norte, sólo tres registran a este grupo de interés en la declaración de aspiraciones futuras por medio de frases tales como “proceso de formación de sus profesionales... incrementará la movilidad social de

sus egresados” (U. de Antofagasta), “formar personas íntegras, innovadoras y emprendedoras” (U. Católica del Norte), “la entrega a los estudiantes de una formación integral, de calidad, articulada, coherente con la educación continua, solidaria y comprometida con la sociedad” (U. La Serena).

Docentes y funcionarios

Uno de los ámbitos más importantes en el desarrollo de una gestión socialmente responsable se relaciona con el reconocimiento y buena relación con los trabajadores, como una de las fuentes de expresión relevantes al momento de elaborar estrategias e indicadores que permitan demostrar el comportamiento socialmente responsable de la organización laboral en su ámbito interno. Sin embargo, este aspecto no se ve reflejado en la misión y visión de las universidades analizadas con la excepción de la Universidad Católica del Norte, que en su visión institucional establece su aspiración a “Ser una comunidad de aprendizaje, de creación y transmisión de conocimientos, articulando vínculos entre estudiantes, académicos y funcionarios, mediante políticas y prácticas que permitan el desarrollo de las personas”, como expresión del interés por realizar esfuerzos tendientes a un comportamiento socialmente responsable frente a sus trabajadores.

Esta ausencia de los académicos y funcionarios en la misión y visión institucional de las universidades analizadas pudiera verse reflejada negativamente en el resto de sus planes estratégicos en la ausencia de políticas y objetivos claros y concretos para una adecuada gestión de los recursos humanos que considere su desarrollo, capacitación, beneficios e incentivos y evaluación de desempeño, siempre y cuando se dé la lógica del proceso de planificación estratégica que establece que son la visión y la misión institucionales las instancias que establecen u orientan la formulación de políticas, objetivos y estrategias.

Un grupo de interés clave en la actualidad para las universidades chilenas son los empleados, tanto en términos de empleabilidad de sus egresados como en lo referido a los centros de prácticas de sus estudiantes y en general en todo lo relacionado con la vinculación con el medio; ésta constituye una de las áreas de acreditación institucional actualmente vigentes de acuerdo a los procesos desarrollados en Chile por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA). Sin embargo, ninguna de las universidades de la muestra hace mención a este grupo de interés ni en su misión ni en su visión, siendo similar la situación para el caso de los proveedores con los que una institución de educación superior pueda establecer relaciones comerciales, lo que en el caso de las universidades estatales puede adquirir una connotación especial en cuanto al establecimiento de relaciones transparentes a través de las licitaciones que deben efectuar, especialmente en el marco de los procesos establecidos por el sistema “Chile Compras”³ así como respecto de los dictámenes y lineamientos emanados desde la Contraloría General de la República para efectos de probidad. Es debido a estas razones que los proveedores no debieran ser un grupo de interés menos relevante para las universidades, algo que no queda plasmado en sus declaraciones de visión y misión.

Además, desde el punto de vista de la responsabilidad social en la actualidad adquiere especial relevancia el que las organizaciones incorporen dentro de sus preocupaciones respecto de su comportamiento socialmente responsable el relacionarse con proveedores que también apliquen en sus procesos y acciones valores y criterios de responsabilidad social, especialmente en lo que se refiere a condiciones de trabajo de sus trabajadores, trabajo infantil, calidad de las materias primas, etc.

El Estado es un *stakeholder* que está presente en la mayoría de los listados de grupos de interés de cualquier organización que desarrolle un sistema de gestión socialmente responsable. Las cinco universidades estatales de la macro zona norte pertenecientes al Consejo de Rectores no son la excepción, en tanto que reconocen su origen en su declaración de misión como parte de su razón de ser, no obstante ninguna de ellas hace mención alguna de este *stakeholder* en las aspiraciones que declara en su visión.

En el caso de la Universidad Católica del Norte, la única universidad privada de la macro zona norte que pertenece al Consejo de Rectores, no hace mención al Estado en su misión o visión como grupo de interés, lo cual resulta interesante a la luz de la cifras ya que esta institución recibirá en el año 2009, por concepto de Aporte Fiscal Indirecto (AFI), la mayor cantidad de recursos del Estado debido a que reclutó 2.06 por ciento de los mejores puntajes de la Prueba de Selección Universitaria (PSU), una situación que viene de años anteriores, a lo que deberán sumarse los recursos provenientes de otras fuentes del Estado tales como la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (CONICYT) o el Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación Superior (MECESUP).

En el caso de las empresas la situación no es menos importante si se analiza su importancia desde el punto de vista de la vinculación de las instituciones de educación superior con el medio, no analizada aquí en el ámbito de los empleadores (ya revisada anteriormente), sino más bien, por ejemplo, en el plano de la extensión y especialmente en el de la investigación, en el desarrollo de procesos de emprendimiento o investigación y desarrollo en el marco de las alianzas universidad-empresa.

3 Es el sistema de aprovisionamiento de bienes y servicios que los servicios e instituciones públicas de Chile deben utilizar para comprar sus insumos o contratar asesorías mediante procesos de licitación pública.

Sin embargo, sólo dos universidades de la muestra (U. Arturo Prat y U. de La Serena) hacen mención en su misión institucional a que parte de su razón de ser obedece a las relaciones que se puedan establecer con este grupo de interés, expresado en frases tales como “agregando valor para la sociedad mediante la articulación de redes y alianzas con la empresa privada y el Estado” o “a partir de una relación de diálogo con la comunidad, sus instituciones y las empresas”.

De igual manera, sólo la Universidad de Antofagasta identifica indirectamente a las empresas como foco de atención entre las aspiraciones declaradas en su visión institucional, señalando que espera “incrementar la vinculación con los ex-alumnos, el sector social y el sector productivo”.

Región y país

En esta clasificación se consideran dos *stakeholders* que no necesariamente tienen carácter de sinónimos ya que el ámbito “región” abarca todo lo que tiene que ver con la contribución de la universidad al desarrollo

humano, económico, cultural y patrimonial de su zona geográfica de origen en términos del beneficio que puede aportar a los habitantes de sus territorios; en el ámbito “país”, por su parte, se ubican aquellas contribuciones de carácter más general que abarcan el ámbito nacional y la contribución que cada universidad puede realizar al desarrollo del país desde su región.

En virtud de lo anterior, las seis universidades de la muestra reconocen en su misión institucional su influencia y compromiso con su región de origen como un grupo de interés con el cual deben mantener una relación fluida y transparente en lo que se refiere a los impactos positivos y negativos que se puedan generar como resultado de sus acciones y decisiones. Éste es el único grupo de interés identificado por toda la muestra como un actor relevante en su declaración de misión, lo cual no es extraño debido al carácter de universidades regionales que caracteriza a los sujetos de la muestra, aunque cabe hacer notar que sólo cuatro universidades declaran en su visión aspectos relativos a su región.

Cuadro 6. Discursos alusivos al ámbito regional. Universidades macro zona norte

Universidad	Misión	Visión
U. de Tarapacá	“difusión avanzada en la Región de Arica y Parinacota... El quehacer de la universidad está inserto en una región desértica, costera y andina, con un patrimonio cultural milenario”.	“que se destaca por la preservación de la cultura regional”.
U. Arturo Prat	“contribuyendo a valorizar el patrimonio e identidad cultural de las comunidades en donde se encuentra”.	
U. de Antofagasta	“el compromiso con el desarrollo de la Región desértica, costera y preferentemente minera”.	“El compromiso con el desarrollo de la región se concretará a través de la formación de profesionales y la innovación científica y tecnológica”.
U. Católica del Norte	“contribuir al desarrollo de la persona, de la sociedad y de la herencia cultural de la comunidad”.	
U. de Atacama	“procurar el resguardo y el enriquecimiento del patrimonio cultural regional”.	“Por el compromiso con el desarrollo regional... Ser reconocida socialmente por el compromiso con el desarrollo regional”.
U. de La Serena	“Participar en forma activa en el desarrollo de la Región de Coquimbo”.	“el principal referente cultural y social de la Región”.

Fuente: Elaboración propia con base en las declaraciones disponibles en las páginas web de cada universidad.

En relación con los discursos presentados en el Cuadro 6 es importante señalar que en los casos de las universidades de Tarapacá y La Serena el discurso presente en sus respectivas misiones institucionales es bastante más claro y específico de la región a la cual pertenecen o reconocen como un grupo de interés, lo cual les permite distinguirse de cualquier otra; ésta es una de las características que debiera tenerse presente al momento de redactar la misión institucional, dado que en el caso de las otras cuatro universidades se menciona su arraigo y compromiso con respecto a su región de origen, pero con una escasa claridad, especialmente en el caso de

la Universidad Católica del Norte. Una situación similar se observa para el caso de las visiones institucionales, ya que las cuatro universidades que hacen referencia a su aspiración de compromiso regional lo hacen de manera muy genérica.

En lo que respecta a la identificación del país o ámbito nacional como grupo de interés, cuatro de las instituciones consideradas en la muestra identifican al ámbito nacional o país como parte integrante de su razón de ser declarada en su misión institucional y todas las universidades estudiadas aspiran a concretar su accionar e impactos a nivel nacional en su visión institucional.

Cuadro 7. Discursos alusivos al ámbito nacional. Universidades macro zona norte

Universidad	Misión	Visión
U. de Tarapacá	“la equidad y el desarrollo de la región y del país, constituyen otros de los deberes esenciales de nuestra universidad”.	“y por su aporte desde la región al desarrollo científico, tecnológico y socioeconómico del país”.
U. Arturo Prat		“Posicionarse a nivel nacional a través del reconocimiento de la sociedad”.
U. de Antofagasta	“constituyéndose en un aporte para el desarrollo de la región y del país”.	“Promoverá e impulsará las artes y la cultura para posicionarse, en este ámbito, a nivel regional, nacional e internacional”.
U. Católica del Norte		“constituyéndose en un agente de cambio y un referente a nivel nacional e internacional”.
U. de Atacama	“para contribuir al desarrollo sustentable de la tercera región y el país”.	“reconocida nacional e internacionalmente por su alta responsabilidad social”.
U. de La Serena	“Ser una institución regional con proyección al ámbito nacional e internacional”.	“que participa en un mundo global para el mejoramiento de la sociedad chilena”.

Fuente: Elaboración propia con base en las declaraciones disponibles en las páginas web de cada Universidad.

En relación con el Cuadro 7, llama la atención el hecho de que la Universidad Arturo Prat no presente ningún discurso claro y específico respecto del ámbito nacional como grupo de interés a pesar de que dispone de 17 sedes a lo largo de Chile y, por lo tanto, en las cifras y en los hechos es un ámbito real y concreto de su quehacer.

Medio ambiente

Este elemento se ha transformado en un aspecto cada vez más recurrente en las preocupaciones de la sociedad en general y especialmente para los Gobiernos y las empresas, razón por la cual no es extraño verlo presente también en las preocupaciones de las

universidades, ya no tan solo en los aspectos de la docencia o la investigación sino cada vez más incorporado a sus procesos de gestión.

El medio ambiente es considerado como un grupo de interés por cuatro universidades de la muestra en sus declaraciones de misión institucional, aunque sólo dos de ellas (U. de Tarapacá y Universidad de Antofagasta) lo

incluyen en su visión institucional como un ámbito en el cual se aspira impactar positivamente en el futuro inmediato.

De acuerdo a lo analizado, las Universidades Arturo Prat y Católica del Norte no realizan ningún tipo de alusión al medio ambiente ni en su declaración de misión ni en su visión institucional.

Cuadro 8. Discursos alusivos al medio ambiente. Universidades macro zona norte

Universidad	Misión	Visión
U. de Tarapacá	“el quehacer de la universidad está inserto en una región desértica, costera y andina”.	“que se destaca por la preservación de la cultura regional”.
U. de Antofagasta	“el compromiso con el desarrollo de la Región desértica, costera y preferentemente minera que promueve el conocimiento en el sector de los recursos naturales renovables y no renovables”.	“el fomento de la investigación en el manejo de los recursos naturales renovables y no renovables; y del aseguramiento del desarrollo sustentable de la Región”.
U. de Atacama	“para contribuir al desarrollo sustentable de la tercera región y el país”.	
U. de La Serena	“propiciando una adecuada utilización y preservación de los recursos naturales”.	

Fuente: Elaboración propia con base en las declaraciones disponibles en las páginas web de cada universidad.

Competencia

En términos generales las organizaciones sólo suelen considerar a sus competidores para desarrollar estrategias que les permitan obtener ventajas competitivas o defenderse de las acciones de sus rivales, siendo mucho más difícil que las organizaciones analicen a sus competidores bajo la óptica de la responsabilidad social y por lo tanto en términos de generación de alianzas o espacios de colaboración para el mantenimiento de relaciones institucionales transparentes y amistosas.

El caso de las universidades aquí abordadas no es la excepción, ya que sólo la Universidad de Tarapacá declara en su misión y visión aspectos claramente asociados con el concepto de responsabilidad social relativos a su competencia, señalando en su misión: “como universidad fronteriza asumimos el desafío de la integración académica con instituciones afines de Perú y Bolivia”, no obstante quedan fuera

las universidades chilenas, especialmente las pertenecientes a la macro zona norte. Una situación similar se observa en las aspiraciones declaradas en la visión, donde se señala: “contribuir a la integración académica en la Macro Región Centro Sur Andina”.

La ausencia de discursos dirigidos hacia la integración y cooperación con otras universidades (competencia) se presenta como un déficit importante no sólo en cuanto al concepto de responsabilidad social sino en cuanto al aprovechamiento de mejores oportunidades de desarrollo que pueden encontrarse en la asociatividad institucional con las otras universidades de la zona y con otras instituciones de educación superior del sur de Perú, el nordeste argentino y el sur de Brasil, Paraguay o Bolivia, que geográficamente están más cerca que las universidades del centro y sur de Chile y que desde un punto de vista académico y científico pueden transformarse en importante socios estratégicos.

Matriz de beneficios de la educación superior

Como segundo objetivo del estudio se esperaba analizar las declaraciones de visión y misión de las universidades analizadas desde la perspectiva de los beneficios e impactos a los cuales se comprometen o aspiran alcanzar. Considerando como base del análisis a los beneficios de la educación superior propuestos por el Institute for Higher Education Policy de Estados Unidos, se analizaron los discursos relacionados con alguno de los beneficios señalados en la matriz, expresados en las declaraciones de misión y visión institucionales de las universidades analizadas.

Respecto de este análisis es importante tener presente que es difícil que una

universidad incorpore en su misión y visión todos los beneficios propuestos por la matriz, por lo que el análisis se concentra fundamentalmente en identificar si existe presencia clara de discursos relacionados con alguno de ellos en las declaraciones analizadas.

Además, es frecuente que la misión y visión institucionales estén redactadas de manera genérica o con discursos poco específicos, lo cual aun siendo técnicamente incorrecto es bastante habitual, y las universidades no son la excepción; en contraste, la matriz presenta un alto nivel de especificidad, razón por la cual en muchos de los casos analizados en este estudio no se encontraron grandes coincidencias.

Cuadro 9. Discursos relacionados con los beneficios de la educación superior en las declaraciones de misión y visión de las universidades de la macro zona norte de Chile

	U. de Tarapacá		U. Arturo Prat		U. de Antofagasta		U. Católica del Norte		U. de Atacama		U. de la Serena	
	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión	Misión	Visión
Beneficios económicos públicos	Aumento de ingresos por impuestos											
	Mejor productividad											
	Aumento del consumo											
	Más flexibilidad laboral											
Menos dependencia financiera del Estado												
Beneficios sociales públicos	Reducción tasas delincuencia											
	Aumento donaciones / servicios a la comunidad											
	Aumento calidad de vida cívica											
	Cohesión social y respeto a la diversidad											
Más capacidad de adaptación y uso de la tecnología												

Cuadro 9. Discursos relacionados con los beneficios de la educación superior en las declaraciones de misión y visión de las universidades de la macro zona norte de Chile
(continuación)

Beneficios económicos privados	Mejores salarios y beneficios					
	Empleo					X
	Mayor capacidad de ahorro					
	Mejores condiciones de trabajo					
Beneficios sociales privados	Movilidad profesional / personal					
	Mejora de la salud / esperanza de vida.		X	X		X
	Mejora de la calidad de vida de los hijos.		X	X		
	Más habilidad para tomar decisiones				X	X X
	Aumento del estatus personal	X	X	X		
	Más pasatiempos y actividades de recreación					

Fuente: Elaboración propia basada en la matriz de beneficios de la educación superior del Institute for Higher Education Policy.

Un análisis general de los resultados expuestos en el cuadro anterior deja ver que la gran mayoría de los discursos identificados en las declaraciones de misión y visión de las universidades consideradas en la muestra se concentra en los beneficios sociales públicos y privados enunciados en la matriz.

Una primera aproximación que pudiera explicar esta tendencia se encontraría referida al carácter público o estatal de las universidades de la muestra, ya que sólo la Universidad Católica del Norte no tiene esta condición, y aun cuando es una universidad privada, por su carácter confesional también muestra en su declaración de misión y visión un fuerte compromiso social. Esto explica el hecho de que los tres discursos de esta institución se ubiquen en los mismos tipos de beneficios señalados para el resto de las universidades de la muestra.

Una segunda lectura a la tendencia observada hacia los beneficios sociales (públicos y

privados) por sobre los beneficios económicos (públicos y privados), estaría relacionada con la baja frecuencia de discursos dirigidos hacia las empresas y empleadores como *stakeholders*, ya que sólo las universidades Arturo Prat, de Antofagasta y La Serena identifican a las empresas como un grupo de interés en su declaración de misión o visión; como puede observarse, existe algún tipo de correlación con los resultados obtenidos en la matriz de beneficios de la educación superior debido a que son nuevamente las universidades Arturo Prat y La Serena las que declaran discursos relacionados con beneficios económicos, haciéndose coincidentes los resultados en ambas unidades de análisis de acuerdo a la metodología señalada para este estudio.

Desde una perspectiva cuantitativa, de acuerdo a los resultados presentados en el Cuadro 9, la mayor cantidad de discursos identificados en las declaraciones de misión

y visión institucional relacionados con los beneficios de la educación superior pertenece a la Universidad de Antofagasta, con un total de siete referencias, seguida por la Universidad de La Serena, con seis. De igual manera, las universidades que presentan menos discursos alusivos a alguno de los beneficios de la educación superior analizados en el estudio poseen un total de tres referencias.

Cabe mencionar, por último, que muchas de las referencias discursivas acerca de los beneficios de la educación superior identificadas en las declaraciones de misión y visión no son ni literales ni explícitas.

Beneficios económicos públicos

Los resultados en esta categoría de análisis son casi inexistentes en cuanto a los discursos planteados por las universidades de la macro zona norte de Chile en sus declaraciones de misión y visión institucional, a excepción de la Universidad Arturo Prat que en su misión afirma que “se orienta a la búsqueda de soluciones a la problemática social y al mejoramiento de los procesos productivos”. La

mención, sin embargo, no es explícita ni está directamente relacionada con el concepto de productividad expuesto por el Institute for Higher Education Policy, el cual establece una relación directa entre el mayor nivel de educación y los mayores niveles de productividad, algo que cualquier universidad lograría con solo incorporar a sus profesionales titulados al mundo laboral.

Beneficios sociales públicos

El caso de este segundo tipo de beneficios es totalmente diferente al anterior, debido a que los discursos de todas las universidades de la muestra se concentran en tres de los beneficios de esta categoría: aumento de la calidad de vida cívica; cohesión social y respeto por la diversidad; más capacidad de adaptación y uso de la tecnología.

En lo relacionado con el aumento de la calidad de vida cívica, tres universidades de la muestra ofrecen discursos en este sentido: dos en su visión (Universidad Católica del Norte y Universidad de Atacama) y la Universidad de La Serena en su misión institucional.

Cuadro 10. Discursos acerca del aumento de la calidad de vida cívica

Universidad	Misión	Visión
U. Católica del Norte		“respondan originalmente al desafío de educar para la ciudadanía y la participación activa en la sociedad”.
U. de Atacama		“como un espacio de reflexión crítico y diálogo permanente. Significa que su estructura y funcionamiento académico constituya un ejemplo de aplicación de los principios democráticos”.
U. de La Serena	“formar personas con las competencias necesarias para desenvolverse ética y participativamente en un mundo globalizado... que implique su reconocimiento como ciudadanos del mundo”.	

Fuente: Elaboración propia basada en las declaraciones de misión y visión de cada universidad.

Una segunda temática incluida en los beneficios sociales públicos a los que hacen mención las universidades consideradas en el estudio es en la cohesión social y el respeto a la diversidad. Al respecto, seis instituciones

presentan alguna referencia discursiva hacia esta temática, siendo la frecuencia de discursos más alta de toda la muestra para la unidad de análisis de los beneficios de la educación superior.

Cuadro 11. Discursos acerca de la cohesión social y el respeto a la diversidad

Universidad	Misión	Visión
U. de Tarapacá	“como una universidad fronteriza asumimos el desafío de la integración académica con instituciones afines de Perú y Bolivia”.	
U. Arturo Prat	“agregando valor para la sociedad mediante la articulación de redes y alianzas con la empresa privada y el Estado”.	“integrada a redes de colaboración”.
U. de Antofagasta	“formación de profesionales quienes poseen un profundo sentido de responsabilidad con su entorno y una sólida formación en valores”.	
U. Católica del Norte		“que conciban su profesión desde una perspectiva solidaria y de servicio”.
U. de Atacama	“el sentido del deber ético de propender a la equidad social”.	“sea capaz de resguardar los derechos humanos y la conservación del ambiente natural y social”.
U. de La Serena	“participar en forma activa en el desarrollo de la Región de Coquimbo a partir de una relación de diálogo con la comunidad, sus instituciones y sus empresas”.	

Fuente: Elaboración propia basada en las declaraciones de misión y visión de cada universidad.

Finalmente, en lo que se refiere los beneficios sociales públicos, la Universidad de Tarapacá hace referencia en su visión a la mayor capacidad de adaptación y uso de la tecnología cuando establece como una de sus aspiraciones el hecho de que sus egresados se distingan “por su manejo de las herramientas informáticas”, estableciéndose una relación muy estrecha con lo planteado por la matriz de beneficios.

Beneficios económicos privados

El caso de esta categoría de análisis es similar a la de los beneficios económicos públicos analizada en primer término debido a que sólo la Universidad de la Serena plantea algún tipo de discurso factible de relacionar con este tipo de beneficio, específicamente con el empleo, pues menciona en su misión “la formación de personas autónomas, creativas y solidarias

con capacidad para integrarse al mundo laboral”. De esta manera dicha universidad expresa su compromiso con el hecho de que sus egresados obtengan empleo gracias a los atributos que marcarían el sello institucional de sus estudiantes: la autonomía, creatividad y solidaridad. Esto coincide, de cierta manera, con la definición de empleo elaborada por el Institute for Higher Education Policy como beneficio de la educación superior, entendido por este organismo como la mayor posibilidad que tendrían los profesionales universitarios de obtener empleo por sobre las personas con menor nivel educacional.

Beneficios sociales privados

En este último tipo de beneficios de la educación superior considerado en este estudio es donde se concentran el mayor número de

discursos, con un total de 11 referencias a alguno de los beneficios clasificados en esta categoría; sólo la Universidad de Atacama no presenta algún tipo de referencia para alguno de los beneficios sociales privados analizados.

En cuando a la mejora de la salud/esperanza de vida, y debido al carácter privado

de los beneficios sociales aquí analizados, los discursos se relacionan con el aporte que cada universidad puede hacer directamente en el mejoramiento de estos aspectos en sus estudiantes y egresados, razón por la cual sólo se encontraron referencias por parte de dos universidades:

Cuadro 12. Discursos acerca de la mejora de la salud/esperanza de vida

Universidad	Misión	Visión
U. de Antofagasta	“el compromiso de formación integral con sus estudiantes y egresados que se materializa en un sistema de servicios que propenden al mejoramiento de su calidad de vida”.	“La calidad de vida universitaria de los estudiantes se fortalecerá mediante un efectivo sistema de servicios estudiantiles”.
U. de La Serena	“un desarrollo armónico de la sociedad en pos de una mejor calidad de vida de las personas”.	

Fuente: Elaboración propia basada en las declaraciones de misión y visión de cada universidad.

Es evidente que el concepto coincidente en las declaraciones de ambas universidades es el de calidad de vida, en el cual se encuentran contenidos los aspectos de mejoramiento de la salud y la esperanza de vida, debido a que no se encontraron discursos que aludieran expresamente a estos dos términos; en el caso de la Universidad de La Serena las referencias al mejoramiento de la calidad de vida se expresan en términos generales, sin embargo se entiende que sus estudiantes y egresados se encuentran incluidos.

Un segundo beneficio social de carácter privado al cual aluden la misión y visión de las universidades estudiadas es la mejora de la calidad de vida de los hijos; aunque los discursos

tampoco están directamente relacionados con este beneficio, sí es posible relacionar de manera indirecta lo declarado por la Universidad de Antofagasta, único caso para este segundo beneficio, cuando señala en su misión y visión “la contribución a la movilidad social de sus estudiantes y egresados”, ya que la mejora de la calidad de vida de los hijos de los egresados sería una consecuencia de la mejora de la situación socioeconómica de sus padres.

Un tercer beneficio social privado al que aluden los discursos de las instituciones de educación superior consideradas en la muestra es la mayor habilidad para tomar decisiones; en este caso encontramos dos universidades:

Cuadro 13. Discursos relacionados con habilidades para tomar decisiones

Universidad	Misión	Visión
U. Católica del Norte		“formar personas íntegras, innovadoras y emprendedoras, comprometidas con valores”.
U. de La Serena	“formación de personas autónomas, creativas y solidarias con capacidad para integrarse al mundo laboral”.	“Privilegia la creatividad sustentada en la innovación y la capacidad emprendedora”.

Fuente: Elaboración propia basada en las declaraciones de misión y visión de cada universidad.

Destacan aquí las coincidencias en aspectos muy valorados por la sociedad, especialmente en el ámbito laboral, relacionados con la creatividad, la innovación y la capacidad emprendedora, competencias que permiten a las personas tomar mejores decisiones o a lo menos ser capaces de identificar una mayor cantidad de alternativas.

Finalmente, en la revisión de las declaraciones de misión y visión de las universidades en relación con los beneficios sociales privados encontramos que dos de ellas aluden al “aumento del estatus personal” como beneficio generado por su quehacer.

Cuadro 14. Discursos relativos al aumento del estatus personal

Universidad	Misión	Visión
U. de Tarapacá		“distinguiéndose sus egresados por sus competencias en liderazgo”.
U. de Antofagasta	“asume también la responsabilidad de contribuir a la movilidad social de sus egresados”.	“incrementará la movilidad social de sus egresados”.

Fuente: Elaboración propia basada en las declaraciones de misión y visión de cada universidad.

En este último beneficio se observa una referencia explícita a la capacidad de liderazgo, señalada por el Institute for Higher Education Policy, en el aumento de estatus personal a la cual hace referencia la Universidad de Tarapacá en su declaración de visión; en el caso de la Universidad de Antofagasta, tanto la misión como la visión hacen referencia a la movilidad social relacionada con el impacto que tiene para los egresados la posesión de un título profesional universitario, el cual les ayuda a avanzar social y económicamente en relación con sus padres, y respecto de las condiciones socioeconómicas con las que ingresaron a la universidad.

CONCLUSIONES

Aspectos destacados en los discursos analizados

Una primera conclusión de este trabajo, aun cuando no se incluye en los objetivos del mismo, tiene que ver con la calidad de la redacción de las misiones y visiones institucionales de las universidades revisadas: aun cuando en algunos casos se cumple con la extensión recomendada (deben ser breves y concisas), como

es el caso de las universidades de Tarapacá y Católica del Norte, éstas no poseen referencia alguna respecto de *stakeholders* tan importantes como los alumnos, las empresas o el Estado. En el otro extremo se encuentran las declaraciones de las demás universidades, que con una redacción recargada muchas veces repiten información y a pesar de lo abultado del texto no incorporan información relevante que las distinga.

El único *stakeholder* identificado por todas las universidades en su declaración de misión o visión es el país, mientras que el Estado aparece en casi todas las misiones (con excepción de la Universidad Católica del Norte). Como ya se indicó, esto se debe fundamentalmente a que las otras cinco universidades de la macro zona norte consideradas en la muestra son universidades públicas o estatales.

Además, uno de los *stakeholders* más referidos tanto en la misión como la visión es la región, siendo también una situación previsible por tratarse de universidades preferentemente posicionadas en sus regiones de origen, con excepción de la Universidad Arturo Prat que posee 17 sedes a lo largo de todo el país, no obstante su casa central se ubica en su región de origen.

Las universidades consideradas en la muestra incorporan a sus declaraciones de misión y visión con un cierto grado de “timidez” otros tipos de *stakeholders* que son muy importantes en la actualidad para cualquier tipo de organización, entre los que se encuentran el medio ambiente y las empresas, con los cuales existe una evidente relación e impacto mutuo.

También llama la atención que *stakeholders* tales como académicos, funcionarios, proveedores y empleadores aparecen con una muy baja frecuencia, especialmente los dos primeros, que forman parte de la comunidad académica básica de cualquier universidad; sólo la Universidad Católica del Norte los señala en su visión institucional. Es curioso que, siendo tan importante el papel de los empleadores tanto en los procesos de acreditación de los programas como informantes clave, como respecto de los indicadores de empleabilidad de los egresados de cada universidad, ninguna los menciona en su misión o visión como un *stakeholder* relevante.

El caso más destacado es el de los estudiantes y egresados, que aparecen con una muy baja frecuencia de referencias discursivas e incluso existen dos universidades que nunca los señalan, ni en su misión ni en su visión (U. de Tarapacá y U. de Atacama). La situación de los egresados es aun más grave ya que sólo la Universidad de Antofagasta los identifica en sus declaraciones; esto es significativo en tanto que ambos *stakeholders* forman parte central de la razón de ser de cualquier universidad y deben poseer un grado de importancia muy destacado entre las instituciones de educación superior de cualquier parte del mundo.

En cuanto al análisis de los beneficios de la educación superior propuestos por el Institute for Higher Education Policy, en la declaraciones de misión y visión de las universidades analizadas es posible concluir que existe un bajo desarrollo o presencia de discursos referidos a dichos beneficios, situación que en

parte se debe a lo que los propios autores de la matriz reconocen como una problemática de la misma debido a lo específico de algunos de los beneficios identificados. No obstante, es posible observar una mayor frecuencia de discursos referidos a los beneficios sociales públicos y privados por sobre los beneficios de carácter económico, situación que hasta cierto punto es entendible dado que, a excepción de la Universidad Católica del Norte, el resto son instituciones estatales.

En el análisis más específico de los beneficios sociales más aludidos en los discursos analizados se encuentran los referidos a la cohesión social y respeto a la diversidad (cinco universidades) así como los relativos a las mayores habilidades para tomar decisiones (tres universidades).

Finalmente, el grado de desarrollo o presencia de discursos relacionados con los aspectos de responsabilidad social analizados en este trabajo es bajo, como lo es en general la aplicación del concepto de responsabilidad social en las universidades chilenas actualmente. No obstante, existen algunas instituciones de educación superior en la zona central y sur del país que trabajan adscritas al consorcio “Universidad Construye País” que han avanzado más en la incorporación del concepto de responsabilidad social en su quehacer.

Aspectos globales del estudio

En términos generales, el actual debate acerca de la responsabilidad social universitaria se concentra en dos de las principales funciones de una institución de educación superior: la docencia y la investigación, quedando relegadas a un plano secundario o abiertamente sin consideración en este debate las otras dos funciones que comprenden o describen el quehacer de una universidad: la extensión y la gestión.

El presente trabajo asumió el desafío de indagar en un aspecto propio de la gestión universitaria como lo es la declaración de

misión y visión institucional (que forma parte del planteamiento estratégico de cualquier organización), pero desde la mirada de la responsabilidad social universitaria, poniendo especial atención a dos grandes aspectos: los *stakeholders* y los impactos o beneficios del quehacer universitario.

La identificación de los *stakeholders*, como uno de los aspectos analizados en el trabajo, intenta colocar “sobre la mesa” la importancia que tiene, cuando se habla de responsabilidad social de las universidades, identificar a las personas o grupos que son afectados por ellas y respecto de las cuales éstas deben hacerse responsable por sus acciones y decisiones.

El análisis de la misión y visión como declaraciones formales y oficiales respecto del quehacer de una organización pretende transformar este procedimiento en un indicador cualitativo y cuantitativo que permita evaluar el grado o forma en el que las organizaciones (en nuestro caso las universidades) demuestran claridad respecto de cuáles son sus partes interesadas más importantes o a las cuales dirigen sus esfuerzos, recursos, acciones y decisiones; a partir de ahí, y bajo una lógica de coherencia y convergencia de dichas declaraciones en un plan estratégico, éstas podrían traducirse en lineamientos estratégicos, políticas, objetivos y estrategias especialmente dirigidos a gestionar la responsabilidad social de la universidad respecto de los *stakeholders* identificados en su misión y visión.

Sorprende, como resultado del estudio, la baja presencia discursiva dirigida hacia los egresados y los trabajadores de la organización (académicos y funcionarios), aspecto que se relaciona con una parte de la discusión acerca de la responsabilidad social de las universidades, en el caso de los primeros porque la educación superior se considera un bien público o privado (temática abiertamente considerada por la matriz de beneficios de la educación superior utilizada en esta investigación); y en el caso de los segundos, porque

tiene relación con el ámbito interno de la responsabilidad social, especialmente considerado por muchas de las normas que cuantifican este comportamiento, en relación con los derechos laborales.

En cuanto al análisis de los beneficios de la educación superior, la presencia de discursos relativos a estos elementos es más bien débil en las declaraciones de misión y visión de las universidades consideradas en la muestra, situación que de alguna manera refleja el escaso conocimiento que éstas tienen respecto de los impactos que su quehacer genera en el entorno, así como en cuanto a la claridad y transparencia existente en cuanto al tipo de beneficio, público o privado, hacia el cual se orienta su accionar.

Sin embargo, en cuanto a las evidencias discursivas analizadas, la mayoría de las universidades de la muestra que ofrecen algún tipo de referencia en su misión y visión relativa a esta temática se concentra en los beneficios sociales públicos y privados, los que, como se indicó en el análisis conceptual de los mismos, “son percibidos por individuos o grupos que no están directamente relacionados con derechos económicos, fiscales o los efectos en el mercado laboral” (Institute for Higher Education Policy, 1998), algo que podría ser considerado como un llamado de atención respecto del real impacto que las universidades estarían teniendo en el plano económico y laboral de un país.

De esta manera, la asunción por parte de las universidades de un modelo de responsabilidad social debe considerar como un principio fundamental la coherencia y convergencia de todas las funciones desarrolladas por ellas, algo que debe quedar claramente plasmado en los planes estratégicos que cada institución de educación superior desarrolla, desde las declaraciones más globales y generales que resumen su quehacer, hasta aquellas acciones más operativas y concretas relacionadas con el núcleo principal de dicho quehacer: la docencia y la investigación.

De no lograrse esta convergencia y coherencia existe el riesgo de que la incorporación de la responsabilidad social al quehacer de las universidades se transforme en algo más bien

cosmético o publicitario, pero que no demuestre una real conexión entre lo que la universidad declara, hace y le es demandado por su misión desde la sociedad en la cual se encuentra inserta.

REFERENCIAS

- ALCOBERRO, R. (coord.) (2007), *Ética, economía y empresa: la dimensión moral de la economía*, Barcelona, Fundación Epsón/Instituto de Tecnoética/Editorial Gedisa.
- ARGANDOÑA, Antonio (1998), "La teoría de los *stakeholders* y el bien común", documento de investigación núm. 355, España, IESE Universidad de Navarra, en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf> (consulta: 28 de enero de 2009).
- ARGANDOÑA, Antonio (2007), "Responsabilidad social de la empresa: ¿qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa?", en Luis de Sebastián (coord.), "Responsabilidad social de la empresa, Documentación Social", *Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada*, núm. 146, julio-septiembre, pp. 11-24.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA) (2007), "Gobierno y responsabilidad social de la empresa", documento núm. 4, serie Responsabilidad social corporativa, Madrid.
- BERBEL, G. (2007), "La responsabilidad social en las organizaciones: análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información", *Revista Innovar*, vol. 17, núm. 29, enero-junio, pp. 27-48.
- CARNEIRO, Manuel (2004), *La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos*, Madrid, ESIC Editorial.
- Comisión Europea (2001), *El libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Bruselas, Unión Europea.
- Corporación Participa (2002), *La universidad construye país*, Santiago de Chile, en: www.ufro.cl/dge/doc/Marco%20conceptual.doc (consulta: 29 de junio de 2009).
- CORREA, María Emilia (2004), *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*, Santiago de Chile, ILPES-CEPAL, Serie Medio Ambiente y Desarrollo, núm. 85.
- CORTINA, Adela (2006), "La responsabilidad social corporativa y la ética empresarial", en Leonor Vargas (coord.), *Mitos y realidades de la responsabilidad social en España. Un enfoque multidisciplinar*, Navarra, España, Colección tratados y manuales de economía Thomson Civitas, pp.109-120.
- FALÇAO, Humberto y Joaquim Fontes (1999), "¿En quién se pone el foco? Identificando *stakeholders* para la formulación de la misión organizacional", *Revista del CLAD. Reforma y Democracia*, núm. 15, octubre, en: <http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/cp/analisispp/Falcao%20y%20Fontes%20Filho.pdf> (consulta: 28 de enero de 2009).
- FERNÁNDEZ, R. (2005), *Administración de la responsabilidad social corporativa*, Madrid, Editorial Thomson, Colección Negocios.
- GIBBONS, Michael, Camille Limoges, Helga Nowotny, Simon Schwartzman, Peter Scott y Martin Trow (1997), *La nueva producción del conocimiento. La dinámica de la ciencia y la investigación en las sociedades contemporáneas*, Barcelona, Ediciones Pomares-Corredor.
- GISBERT, R. (2002), *La empresa: naturaleza, clases, entorno y competencia*, Barcelona, Editorial Octaedro.
- GUILLÉN, M. (2006), *Ética en las organizaciones. Construyendo confianza*, Madrid, Pearson Prentice Hall.
- Institute for Higher Education Policy (1998), *Reaping the Benefits Defining the Public and Private Value of Going to College*, Washington DC, Institute for Higher Education Policy.
- LOZANO, Josep (2007), *Tras las RSE. La responsabilidad social de la empresa en España vista por sus actores*, Barcelona, Instituto de Innovación Social ESADE/Editorial Granica.
- MCVEA, John y R. Edward Freeman (2005), "A Names and Faces Approach to Stakeholder Management. How focusing on stakeholders as individuals can bring ethics and entrepreneurial strategy together", *Journal of Management Inquiry*, vol. 14, núm. 1, marzo, pp. 57-69.
- MERCADO, P. (2007), "La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio", *Revista Estudios Gerenciales*, vol. 23, núm. 102, enero-marzo, pp. 119-135.
- MITCHELL, Ronald, Bradley Agle y Donna Wood (1997), "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the principle of who and what really counts", *The Academy of Management Review*, vol. 22, núm. 4, octubre, pp. 853-886.

- MONEVA, José Mariano (2007), “¿Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?”, en *Responsabilidad social corporativa*, Barcelona, ACCID Contabilidad y Dirección, pp. 55-76.
- MORENO, José Ángel (2006), “Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa”, en L. Vargas (coord.), *Mitos y realidades de la responsabilidad social corporativa en España. Un enfoque multidisciplinar*, Navarra, Thomson Civitas, pp. 187-223.
- OEA-BID (2007), “¿Cómo enseñar ética, capital social y desarrollo en la universidad?”, Estrategias de RSU, apuntes del módulo 2: Responsabilidad social universitaria: ética desde la organización, Washington, OEA-BID.
- PÉREZ, Francisco y José Peiró (1997), “Gobierno de la universidad: un diseño alternativo”, en *Órganos de gobierno de la universidad*, Comunidad de Castilla y la Mancha, Fundación Universidad-Empresa y Consejo de Universidades, pp.105-128.
- UNESCO (1998), “Autonomía, responsabilidad social y libertad académica”, París, VII Conferencia Mundial de Educación, en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001135/113549so.pdf> (consulta: 29 de junio de 2009).
- VALERO, Jesús (2006), “Responsabilidad social de la actividad científica”, *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, vol. LXIV, núm. 43, enero-abril, pp. 219-242.
- VARGAS, Leonor (coord.) (2006), *Mitos y realidades de la responsabilidad social corporativa en España: un enfoque multidisciplinar*, Navarra, Colección tratados y manuales de economía Thomson Civitas.