



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación Carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

TEMA:

Modelo de Responsabilidad Social para involucrar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial con los proyectos de vinculación con la comunidad.

AUTOR: Iván Andrés Proaño Betancourt

DIRECTOR: Magister Darío Ramos Grijalva

Quito – Ecuador

2012

Del Contenido del presente trabajo se responsabiliza el autor

Iván Andrés Proaño Betancourt

1718385253

Agradecimiento

A mi eterno maestro que con su ejemplo y consejos me hizo amar esta carrera

Jorge Dousdebes

Dedicatoria

Por todo el apoyo y afecto recibido en este proceso y a lo largo de toda mi vida, dedico este logro a mi madre Esther mi fuente de inspiración.

Índice de Contenidos

Introducción	x
Protocolo de tesis	xi
I. Tema	xi
II. Problema	xi
III. Objetivos.....	xii
IV. Idea a defender	xiii
Capítulo I	1
Marco de Referencia	1
1.1 Vinculación.....	1
1.2 Vinculación Universitaria	2
1.3 Vinculación y Comunicación Institucional	3
1.4 Vinculación y Responsabilidad Social Corporativa	4
1.5 Parámetros y alcance de la Vinculación Universitaria	4
1.6 La Vinculación en la Universidad Tecnológica Equinoccial	6
1.6.1 Ampliación de los principios de la Universidad:	7
1.6.2 Filosofía de la Universidad	8
1.6.3 Organización de la Universidad en vinculación	9
1.6.4 Departamento de Vinculación con la Comunidad (UTE).....	12
1.6.5 La vinculación en la Facultad de Ciencias Sociales	13
1.7 Análisis comparativo (Universidades)	18
1.7.1 Universidad Politécnica Salesiana	18
1.7.2 Universidad San Francisco de Quito	20
1.7.3 Análisis Global	21

Capítulo II.....	26
Marco Contextual.....	26
2.1 Definición de modelo	26
2.2 La Responsabilidad Social.....	27
2.2.1 Voluntariedad.....	28
2.2.2 Identidad y Sostenibilidad	28
2.2.3. Relación con los “grupos de interés”	29
2.3 La responsabilidad social institucional.....	30
2.4 Comunicación Organizacional	31
2.4.1 La comunicación interna y externa.....	31
2.5 Evolución del comportamiento organizacional.....	33
2.6 Las Relaciones Públicas y la persuasión.....	35
2.6.1 El papel de las Relaciones Públicas	37
2.6.2 Las Relaciones Públicas y la Responsabilidad Social	38
2.6.3 Modelos y Herramientas de las Relaciones Públicas.....	40
2.7 La Persuasión.....	41
2.8 La Opinión Pública	42
2.9 Planificación de la Imagen.....	43
2.10 Cultura y Animación Sociocultural	45
2.10.1 Objetivos de La Animación Sociocultural.....	48
2.10.2. Construcción de La Animación Sociocultural	49
2.10.3 La animación sociocultural como desarrollo de la comunidad.....	50
Capítulo III	52
Metodología de Investigación.....	52
3.1 Estructuración de la investigación.....	52
3.1.1 Unidad de Análisis.....	52
3.1.2 Población y muestra.....	53

3.2 Propósitos de la Investigación	55
3.3 Metodología de la Investigación.....	56
3.3.1 Tipos de investigación	56
3.3.2 Métodos de investigación	57
3.4 Fuentes.....	57
3.5 Técnicas de investigación.....	58
3.5.1 Sondeos de opinión.....	58
3.6 Ejemplo de Sondeos de Opinión.....	59
3.6.1 Particular.....	59
3.7 Representación de resultados	62
3.7.1 Sondeo Particular.....	62
3.7.2 Grupal	64
3.8 Diagnóstico.....	66
3.8.1 Público Objetivo Primario (PoP)	66
3.8.2 Público Objetivo Secundario (PoS).....	66
3.9 Análisis FODA de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UTE, respecto a la vinculación universitaria.	67
Capítulo IV	70
Propuesta	70
4.1 Objetivo General del Plan de Responsabilidad Social (PRS).....	70
4.2 Objetivos Específicos PRS	70
4.3 Descripción del Eje estratégico	71
4.3.1 Propuesta de Mensaje	71
4.3.2 Propuesta de Identidad Visual	72
4.3.3 Conformación del equipo ejecutor.....	73
4.4 Modelo de Responsabilidad Social.....	74
4.5 Evaluación y control del modelo de Responsabilidad Social.....	78

4.6 Presupuesto	80
4.7 Conclusiones y recomendaciones	81
Bibliografía	83
Anexos	86

Índice de Cuadros

Cuadro 1	Plan operativo 2011	10
Cuadro 2	Dirección de Planificación UTE, “Plan operativo 2011”	11
Cuadro 3	Dirección de Planificación UTE, “Plan operativo 2011”	14
Cuadro 4	Dirección de Planificación UTE, “Planificación estratégica, Documentos PEDI”. Seguimiento mensual 2011.....	16
Cuadro 5	Dirección de Planificación UTE, “Planificación estratégica, Documentos PEDI”. Seguimiento mensual 2011.....	17
Cuadro 6	Información Universidad Salesiana	19
Cuadro 7	Información Universidad San Francisco.....	20
Cuadro 8	Análisis Global.....	25
Cuadro 9	Mix de identidad corporativa	33
Cuadro 10	Evolución del comportamiento organizacional.....	35
Cuadro 11	Población y Muestra	53
Cuadro 12	Consideraciones de Gestión para el Indicador	78

Introducción

Con la evolución del ser humano se han concebido, a lo largo del tiempo, diversas construcciones sociales adaptadas a los factores proporcionados por el entorno, los modos de producción y la dinámica histórica.

En la actualidad, el enfrentarnos a un entorno susceptible, en un proceso capitalista mundial, ha ocasionado inestabilidad y desconfianza de las personas hacia el mercado y las organizaciones. Es así que aparece la Responsabilidad Social en respuesta a la voluntad de algunas organizaciones, para reconciliarse con el medio y vincularse, para un mejor funcionamiento.

En las instituciones universitarias del Ecuador, se ha establecido la obligatoriedad de dicha vinculación, ya que como entes formativos comprenderían una relación de larga duración en tiempo y espacio para sus clientes directos (estudiantes) con el entorno y su problemática.

De esta forma, el presente trabajo analizará el medio universitario actual y sus políticas de comunicación, así como la animación sociocultural como teoría de integración, para finalmente elaborar esta propuesta de comunicación organizacional y animación sociocultural conjugados en el presente modelo de Responsabilidad Social.

El desarrollo de este modelo pretende, motivar a los estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial dentro de su Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, a involucrarse responsablemente con su entorno partiendo de la exploración personal hacia el reconocimiento y participación comunitarios, como generadores de ideas y gestores de proyectos, minimizando las discordancias sociales, para su desarrollo integral en el proceso de aprendizaje por el cual atraviesan.

Protocolo de tesis

I. Tema

Modelo de Responsabilidad Social para involucrar a los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial con los proyectos de vinculación con la comunidad.

II. Problema

La Universidad Tecnológica Equinoccial como una institución de educación superior, en cumplimiento con las normativas, debe poseer un carácter humanista, cultural y científico, otorgando una educación superior laica, intercultural, democrática, incluyente y diversa, que impulse la equidad de género, la justicia y la paz. Desempeñando una función que garantice el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, para asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.¹

Esta formación, tanto académica como humana, se construye en el proceso de aprendizaje en aulas como fuera de ellas, a manera de un aporte en conocimientos y un refuerzo de valores y vivencias. Actualmente, se cuenta con un sistema de vinculación social, no siendo este, participativo, activo e integrador por parte de los estudiantes, es así que el modelo propuesto que se respalda en los principios de la animación sociocultural como teoría integradora, pretende desarrollar una respuesta positiva, en compromiso de

¹ Cfr. Ley Orgánica de Educación Superior: "Suplemento -- Registro Oficial N° 298", 12 de Octubre del 2010.

responsabilidad con grupos del *tercer sector*², respecto a los programas de vinculación ya implementados.

III. Objetivos

i. General

Diseñar un modelo de Responsabilidad Social para involucrar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial con los proyectos de vinculación con la comunidad.

ii. Específicos

- Contextualizar el estado actual en el que se encuentra la política de vinculación con la comunidad de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Definir a la Responsabilidad Social Institucional, y el aporte de la Comunicación Organizacional, las Relaciones Públicas y la animación socio cultural, en su contexto social.
- Elaborar una investigación de la vocación social de la comunidad estudiantil y sus intereses comunicacionales.
- Diseñar una propuesta de Responsabilidad Social para involucrar a los estudiantes activamente con los proyectos de vinculación con la comunidad.
- Establecer conclusiones y recomendaciones después del análisis global.

² Grupos Vulnerables o de riesgo en la sociedad.

IV. Idea a defender

Con la implementación del modelo propuesto de Responsabilidad Social, sobre la base de las Relaciones Públicas y la Animación Socio cultural, se motivaría a los estudiantes respecto a la participación activa e involucramiento con los proyectos de vinculación social con la comunidad de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Variables independientes

- Implementación de un Modelo de Responsabilidad Social
- Las Relaciones Públicas y la Animación Sociocultural.
- Proyectos de vinculación con la comunidad

Variables dependientes

- Persuasión de los estudiantes
- Participación activa e involucramiento

Capítulo I

Marco de Referencia

Estado actual de la Vinculación Social en la Universidad Tecnológica Equinoccial

La propuesta del modelo de responsabilidad social tratado en el presente trabajo, tiene como actividad principal la vinculación por parte de los estudiantes hacia proyectos de la facultad dirigidos al tercer sector, es por eso que en el siguiente capítulo se analizará el término “vinculación”, su concepción y relación con la comunicación y la responsabilidad social; para saber de manera precisa ¿Qué se quiere lograr?

También hay que analizar la aplicabilidad del modelo en el lugar donde se lo realizaría, siendo el caso, la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial, es por eso que se dará conocer el marco institucional actual, en el cual se desarrollan las políticas de vinculación y su repercusión en los estudiantes.

1.1 Vinculación

Vinculación procede del latín (*vinculatio*-*vinculāre*) y hace mención a la acción y efecto de vincular (atar algo en otra cosa, someter el comportamiento de alguien al de otra persona, sujetar, asegurar). La vinculación puede asociarse a la relación, la asociación o la unión de dos personas o cosas que están vinculadas cuando comparten algún tipo de nexo y existe

algo en común. Algunas vinculaciones son simbólicas o espirituales, mientras que otras se constituyen por la vía material.³

También es vista como la unión o atadura, con prohibición de enajenar, que se trasmite y perpetúa en la familia o se emplea en fines benéficos.⁴ Es así una acción incluyente de relación de una cosa con otra, que influya y de alguna manera provoque un cambio.

1.2 Vinculación Universitaria

Para conocer el desarrollo de la vinculación a nivel universitario, es necesario analizarlo desde su aparición en este campo, es así que el término aparece en el CONEA (2009), Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Educación Superior del Ecuador, y actualmente se encuentra dividido en: CEAACES(2011), Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación superior en el Ecuador y el SENESCYT (2011), Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación.

En estas tres instituciones se conserva la misma filosofía y aparece al término “vinculación con la colectividad”, considerándola como una labor docente “pertinente” que supone replantear lo que se denominó “extensión universitaria”. Es decir, una docencia que logre efectivizar el necesario nexo que debe existir entre el establecimiento de educación superior

³ Cfr, REA, “Real Academia de la Lengua española”; versión electrónica;” <http://buscon.rae.es/drae/>”. Edición 23, 2010-2011.

⁴ Cfr. ZYGAENA, Pobiedi; “Diccionario Enciclopédico Castell4”, Tomo 4. Editorial Hachette Castell. P. 1451.

y su entorno y que pueda, a su vez, integrar en estas acciones a los estudiantes en su formación profesional.⁵

1.3 Vinculación y Comunicación Institucional

Para poder definir a la vinculación en relación con la comunicación dentro de una institución, nos referimos a la relación de ésta con sus públicos vinculados, es por eso que la definimos según las Relaciones Públicas como: “Relaciones con la comunidad”, ya que reconocen que existe una interdependencia entre las instituciones y sus comunidades, porque es el lugar donde, viven, trabajan, forman a sus familias y educan a sus hijos. Y la relación adecuada y positiva con la misma, traería beneficios no sólo en imagen y fortalecimiento empresarial, sino cohesión de las unidades que lo conforman⁶.

Es así, que la “vinculación con la comunidad” en el ámbito universitario y comunicacional plantea; a las unidades que conforman a la institución, como entes participativos en optimizar y mejorar las relaciones con su entorno, mediante acciones trascendentes de beneficio mutuo que ayude a la comunidad identificando y resolviendo sus necesidades o carencias, y que permitan a los estudiantes formarse de manera académica y responsable con el entorno en el cual se desarrollarán posteriormente como profesionales, logrando un vínculo de pertenencia y pertinencia con esta comunidad.

⁵ Cfr. Consejo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior del Ecuador; “Modelo de evaluación y desempeño de la Instituciones de educación Superior”, Mandato constituyente 14, 10 de noviembre, 2009. P. 32.

⁶ Cfr. LATTIMORE, Dan, BASKIN, Otis, HEIMAN, Suzette, THOT, Elizabeth; ‘Relaciones Públicas, Profesión y práctica’, Editorial Mc Graw Hill, 2da edición, México. 2008. Cap. 11, P.222-224.

1.4 Vinculación y Responsabilidad Social Corporativa

Los conceptos anteriores no se alejan de la llamada Responsabilidad Social Corporativa a la que se entiende como “...un compromiso continuo de la empresa con la ética en su manera de actuar, y en la contribución al desarrollo económico, enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida de su personal y sus familias así como la de su comunidad local y la sociedad en general.”⁷

Se considera así, que al momento de cumplir de manera adecuada con las acciones de vinculación con la comunidad en el ámbito universitario, se es responsable éticamente con los docentes y personal administrativo (trabajadores), estudiantes y su formación (clientes), y la comunidad, convirtiéndose de esta manera, la vinculación, en parte de la responsabilidad social corporativa.

1.5 Parámetros y alcance de la Vinculación Universitaria

Se puede decir que la “vinculación con la comunidad” existe, cuando se logran los principios de pertinencia y pertenencia a la relación universidad-comunidad.

Es decir, que cuando se provoque esta unión, sea asumida por ambos lados como un aprendizaje mutuo y que este a su vez apunte a un objetivo global, en donde los cambios provocados o inducidos estén planificados para el desarrollo social.

⁷ Price Waterhouse Coopers; “Informe de resultados RCS-CR.pdf, 2003”. [Http://pwc-interamerica.com/RSC/Informe%20resultados%20RSC-CR.pdf](http://pwc-interamerica.com/RSC/Informe%20resultados%20RSC-CR.pdf). P.1.

Según la ley de Educación Superior, en su principio de pertinencia, la educación debe responder: ⁸

- a las expectativas y necesidades de la sociedad
- a la planificación nacional
- al régimen de desarrollo
- a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial
- y a la diversidad cultural

Y cuando se habla de asumir esta responsabilidad, las instituciones de educación superior deberán articular su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad:

- a la demanda académica
- a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional
- a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos
- a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional
- a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales
- a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región.
- y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

⁸ Ley orgánica de educación superior, N.298. "Art. 107- Principio de pertinencia", P.109.

Esta transmisión de objetivos y articulación de unidades, deberán ser realizados mediante, “programas y cursos de vinculación con la sociedad guiados por el personal académico. Para ser estudiante de los mismos no hará falta cumplir los requisitos del estudiante regular.”⁹

1.6 La Vinculación en la Universidad Tecnológica Equinoccial

Mediante la ley con la cual se norma y regula la existencia y funcionamiento de las Universidades y Escuelas Politécnicas, el Congreso Nacional, el 6 de febrero de 1986 crea la Universidad Tecnológica Equinoccial, promulgada en Registro Oficial No. 377 de fecha 18 de febrero de 1986.

La Universidad Tecnológica Equinoccial mantiene los principios fundamentales del Instituto Tecnológico Equinoccial: “cubrir las necesidades de formación en las profesiones y ramas menos desarrolladas en el país, en las de mayor proyección futura, en aquellas cuya demanda no ha sido satisfecha total o parcialmente”.¹⁰

⁹ Ley orgánica de educación superior, N.298. “Art. 125 Programas y cursos de vinculación con la sociedad”, P.21.

¹⁰ Universidad Tecnológica Equinoccial. “La universidad, FEDEUTE”.
<http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idSeccion=33&idCategoria=99&idPortal=1>.

1.6.1 Ampliación de los principios de la Universidad: ¹¹

- La Universidad Tecnológica Equinoccial será una auténtica, permanente y definitiva, formadora de la juventud ecuatoriana para alcanzar su desarrollo integral y convertirse en un efectivo factor de desarrollo de nuestra sociedad.
- Elevar permanentemente el nivel académico de sus escuelas.
- Sin perjuicio de la preparación para la participación en la vida pública, se velará por mantener incólumes los principios fundamentales de la Universidad Tecnológica Equinoccial orientados a garantizar la libertad de expresión, de pensamiento, de enseñanza y de investigación científica encuadrada en sus normas y reglamentos, así como el absoluto respeto a sus posiciones ideológicas y credos religiosos.
- Velar porque la Universidad Tecnológica Equinoccial, de forma perspectiva institucional y de sus respectivos estamentos se mantengan al margen de las contingencias políticas y de los proselitismos políticos y religiosos.
- Reafirmar la convicción que la Universidad Tecnológica Equinoccial enmarcada en sus principios fundamentales se constituirá en un positivo factor de desarrollo y bienestar para el pueblo ecuatoriano.
- A cada carrera, exhibir valores humanísticos en su desempeño profesional y ciudadano.

¹¹ Estamento de la conformación Universitaria; "Acta de compromiso". Notaria trigésima del cantón Quito. 20 de febrero de 1986.

Es así que la Universidad, desde su fundación, ha sumado a la formación académica, la formación integral del ser humano, para entregar a la sociedad un producto capaz de desarrollarse como un ente participativo para el desarrollo y el bienestar.

Estos mismos principios forman ahora la filosofía de la institución, traducidos en su misión, visión y valores, los cuales darán las directrices para los objetivos institucionales, dentro de sus diversas *unidades académicas*.¹²

1.6.2 Filosofía de la Universidad:¹³

También es necesario analizar el núcleo ideológico de la universidad, ya que este representa, en su misión: lo que es actualmente la institución, en su visión: lo que quiere llegar a ser, y en sus valores: los esquemas para lograrlo.

Misión:

Formar con excelencia y liderazgo, profesionales íntegros, comprometidos con el desarrollo de la ciencia y la sociedad.

Visión:

Ser una Universidad de trascendencia académica en América Latina.

¹² Unidad Académica, término utilizado para expresar las subdivisiones (departamentos y carreras) que conforman la Universidad.

¹³ Universidad Tecnológica Equinoccial. "La universidad, Mision-visión-valores corporativos". <http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idPortal=1&idSeccion=43&idCategoria=103>.

Valores corporativos:

- Respeto que se expresa en: Libertad, honestidad, lealtad, solidaridad, justicia, equidad, integridad, transparencia, dedicación académica.
- Proceso de inter-aprendizaje en función de la pertenencia institucional y pertinencia social.
- Respeto a los derechos humanos
- Concienciación en la protección del ambiente.
- Responsabilidad social y servicio a la comunidad.
- Reconocimiento a la igualdad de oportunidades.

1.6.3 Organización de la Universidad en vinculación

Las directrices anteriormente detalladas estarán empleadas en los 4 niveles de desarrollo de las instituciones superiores: Docencia, Investigación, Vinculación y Gestión.

Dentro del Plan Operativo 2011, que toma de referencia al plan estratégico de desarrollo institucional (2008-2012), aclarándolo como un proceso dinámico y que puede cambiar según el entorno y las circunstancias, el departamento de vinculación publicó los siguientes objetivos: ¹⁴

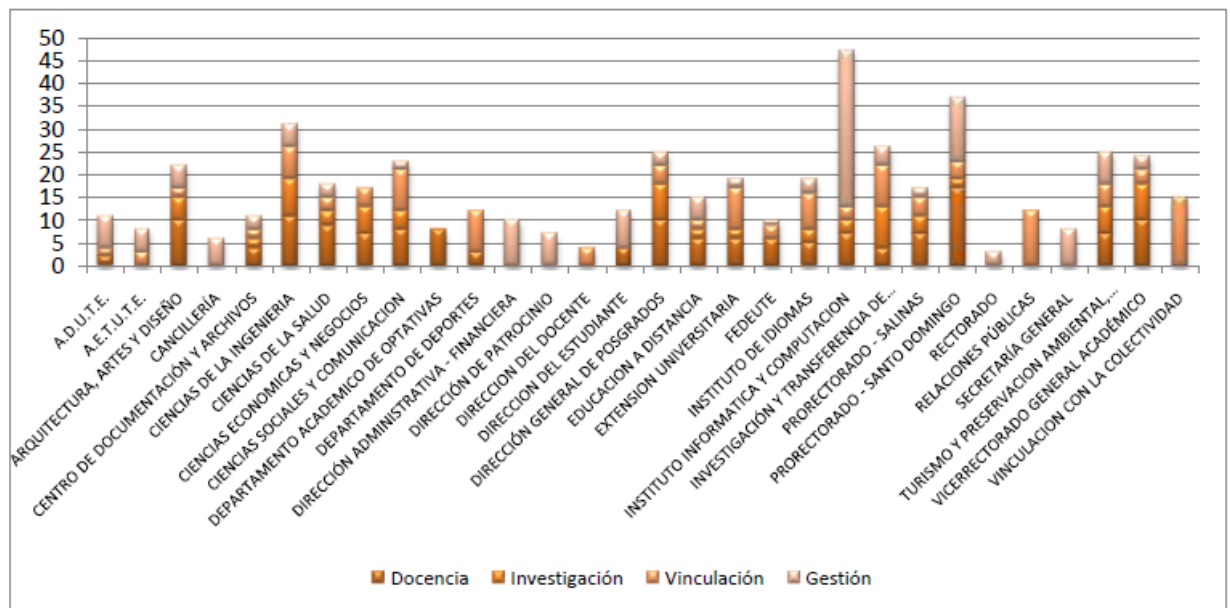
- Definir programas de vinculación para todas las carreras.
- Evaluar cada uno de los programas existentes.
- Fortalecer la oferta de programas de vinculación
- Crear programas de vinculación de equidad de género

¹⁴ Cfr. Dirección de Planificación UTE, “Plan operativo 2011”. P. 2-3.

- Realizar la convocatoria anual de los proyectos de vinculación con fondos propios.
- Fortalecer la presencia de estudiantes y de docentes en los programas y proyectos de vinculación
- Diseñar nuevos mecanismos para ser llevados a cabo con los sectores productivos y sociales
- Capacitar a docentes y estudiantes en la formulación, gestión y evaluación de proyectos.
- Ejecutar un programa de concientización con los vecinos con el propósito de mejorar la imagen institucional.

Que a su vez guían también a las 30 unidades académicas que conforman la institución
(Cuadro 1)

Metas a cumplirse por Objetivo Institucional. Año 2011



Cuadro 1 Plan operativo 2011

Estos objetivos propuestos, dentro de la planificación estratégica se han planteado como metas de vinculación, que se dividen en indicadores claves de desempeño conocidos dentro del *Plan Operativo 2011* de la Dirección de Planificación UTE, como KPI (*Key Performance Indicators*), que a su vez miden el nivel de las unidades y de la UTE en relación al proceso de planificación, y permiten desglosar los objetivos institucionales, monitorear la actividad de la Universidad, e involucrar directamente a todos los colaboradores en la realización de los objetivos estratégicos de la Institución.

Es por esta razón que se detalla a continuación las metas por indicadores claves de desempeño correspondientes a cada objetivo institucional. (Cuadro 2)

Vinculación

VINCULACIÓN	108
Asistencia técnica, consultoría y apoyo comunitario	49
Capacitación externa	11
Cultura y deportes	16
Comunicación, eventos y difusión	32

Cuadro 2 Dirección de Planificación UTE, “Plan operativo 2011”

De un total de 502 metas, 108 pertenecen a vinculación dentro de sus unidades académicas que según el “cuadro 1” se cumplirían 15 de éstas como carreras, y las restantes como unidades de apoyo, formando así un proceso de desarrollo y soporte, cabe recalcar que según la resolución rectoral No. 072-R-09 del 18 de noviembre, 2009 (Anexo 1), el Doctor Álvaro Trueba Barahona en su calidad de rector, resuelve dar un carácter de obligatoria a la relación de los proyectos de vinculación con la colectividad, con la docencia, la investigación y gestión, desarrollando así programas de la universidad que se alimentarían de proyectos de estas 15 unidades ejecutoras, las mismas que según el art.3 de la

resolución, deberán estar direccionadas a los ámbitos: académico, formativo e investigativo.

1.6.4 Departamento de Vinculación con la Comunidad (UTE)

Se puede establecer una relación entre la calidad de la enseñanza impartida en las instituciones de educación superior y ciertas características del cuerpo docente, de entre ellas se destacan: Formación Académica, Dedicación Docente, Carrera Docente, Vinculación con la Colectividad.¹⁵

Según el Doctor Benigno Armas director del departamento, la vinculación es uno de los ejes transversales de toda universidad, que responde a una necesidad de acercar a la gestión de la universidad hacia el sector productivo y al sector social, mediante la pertinencia (la formación académica), creando niveles de cooperación.

Se presenta a la Universidad como una institución del saber, que por medio de la transferencia de conocimientos, investigaciones y técnicas, pretende resolver las necesidades de la comunidad. En base a programas nacionales y proyectos propuestos por las unidades académicas (docentes y alumnos).¹⁶

a) Sobre proyectos propuestos

Estos proyectos son aprobados por el coordinador de vinculación de cada unidad académica y su respectivo decano, el departamento se encarga de dar apoyo y soporte a los proyectos aprobados, buscando la sostenibilidad de los mismos y una evidencia de su ejecución.

¹⁵ Cfr. Consejo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior del Ecuador; “Modelo de evaluación y desempeño de la Instituciones de educación Superior”, Mandato constituyente 14, 10 de noviembre, 2009. P. 31.

¹⁶ Entrevista propia realizada al doctor Benigno Armas, 14 oct. 2011

Los propuestos también pueden llevarse a cabo con una convocatoria anual de proyectos y un presupuesto de \$15.000.00 dólares por proyecto, según la resolución rectoral 072-R-09 en su Art.3, estos deberán ser direccionados e incentivados desde la Dirección de Investigación y Transferencia de Tecnologías ITT, generando una relación dinámica.

b) Comunicación Interna y Externa

El Departamento de Vinculación y el Departamento Académico, en conjunto con el Departamento de Relaciones Públicas de la Universidad se encargarán de dar a conocer los programas y proyectos ejecutados y ejecutables, con sus evidencias y sus procedimientos.¹⁷

Externamente se rinde informes anuales al CEAACES, y el SENESCYT e internamente el departamento realizará un evento al menos una vez al año de capacitaciones a docentes sobre la elaboración de proyectos con la comunidad.¹⁸ El Departamento de Vinculación, de esta forma se está preparando y evolucionando constantemente para la generación y optimización de un mejor desarrollo y difusión de sus labores.

1.6.5 La vinculación en la Facultad de Ciencias Sociales

La Facultad como una de las unidades académicas ejecutoras, no está exenta de cumplir con las múltiples responsabilidades de vinculación con la colectividad señaladas en los procesos antes mencionados, incluyéndolos y planteándolos como objetivos dentro del plan operativo 2011. (Cuadro 3)

¹⁷ Cfr. Dirección de Planificación UTE, "Plan operativo 2011". Introducción.

¹⁸ Cfr. Dirección de Planificación UTE, "Plan operativo 2011". P.33.

Objetivos de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Plan Operativo 2011-2012

Objetivo de la Unidad	Metas a Cumplirse	Indicador de Logro de la Meta	Mes
Formar a los docentes, mediante un plan de capacitación permanente en las áreas pedagógicas y de especialización.	Diseñar anualmente un plan de capacitación para docentes, que incluyan charlas, seminarios y cursos.	Informe de plan en ene-2010 a ene-2012.	Ene
	Ejecutar al menos el 80% del plan de capacitación propuesto.	Informe de ejecución del plan de capacitación. En nov-2011 a nov-2012.	Nov
	Organizar anualmente jornadas internacionales de comunicación.	Informe de las jornadas. En ene-2011 a ene-2012	Ene
	Capacitar anualmente por lo menos a un docente en el exterior por carrera.	Informe anual de la capacitación internacional realizada. En oct-2010 a 2012	Oct
	Realizar una actualización continua del portafolio de cada docente.	Informe anual que incluya las actualizaciones realizadas. En ago-2008 a ago-2012	Ago
	Definir al menos un valor institucional para ser incorporado y vivido en las actividades de la facultad, con la participación de profesores y estudiantes.	Informe anual que incluya un análisis de impacto. En ago.2008 a feb y ago-2010 (semestral). En feb-2011 a feb-2012	Feb
Actualizar permanentemente la estructura curricular, los métodos, técnicas y contenidos que correspondan al perfil profesional que la sociedad demanda.	Realizar semestralmente la actualización curricular de las carreras.	Informe semestral que considere las propuestas realizadas. En ago-2008 a ago-2010 (anual) En ago-2011 a feb y ago-2012	Ago
	Realizar una publicación académica del trabajo pedagógico de los docentes.	La publicación en oct-2011	Oct
Adoptar políticas de investigación implementando proyectos de beneficio a la sociedad.	Revisar anualmente las líneas, áreas proyectos de investigación y temas de titulación	Informe de líneas, áreas, proyectos de investigación y banco de temas. En sep-2008 a sep-2012	Sep
	Realizar un seguimiento permanente y riguroso del desarrollo de los trabajos de titulación, tanto a estudiantes como directores y hacer al menos una publicación anual con los resúmenes de las tesis elaboradas.	Informe anual de las publicaciones realizadas. En dic-2008 a dic-2012	Dic
	Publicar anualmente los resúmenes de los trabajos de titulación.	La publicación, En nov-2011	Nov
	Disponer permanentemente de al menos un proyecto de investigación en ejecución financiado interna o externamente.	Informe anual en dic-2008 a dic-2012	Dic
Establecer y ejecutar acciones que refuercen la vinculación con la sociedad.	Elaborar un plan anual de vinculación en coordinación con la dirección correspondiente	Plan de Vinculación En ene-2011 a ene.2012	Ene
	Ejecutar al menos el 80% del plan de vinculación propuesto	Informe de ejecución del plan. En nov-2011 a nov-2012	Nov
Establecer políticas y programas de vinculación con la comunidad.	Organizar semestralmente un evento para la presentación del resultado de los Talleres Profesionales.	Informe semestral que incluya la evaluación de los talleres en ago-2008 a feb y ago-2012	Feb
	Organizar al menos (dos) un curso anual por carrera dirigido a instrucciones y público en general.	Informe anual de los cursos realizados. En dic-2008 a dic-2012	Dic
	Realizar un seguimiento permanente de las prácticas y pasantías, para lo cual se harán análisis semestrales.	Informe semestral de prácticas y pasantías. En ago-2008 a feb y ago-2012	Feb
	Facilitar la inclusión de los estudiantes con discapacidades y apoyar la permanencia y obtención del título.	Informe semestral del seguimiento realizado a los estudiantes con discapacidad. En feb y ago-2010 a feb y ago.2012	Feb
Mantener permanentemente un ambiente académico de calidad y de mejoramiento de procedimientos.	Equipar, actualizar e implementar los laboratorios de la Facultad invirtiendo el presupuesto asignado.	Informe anual del equipamiento, actualización e implementación de laboratorios. En dic-2008, ago-2010. En ago-2011 a ago-2012	Ago
	Mejorar continuamente los procesos internos para brindar una mejor atención a los estudiantes.	Informe anual del servicio mejorado. En dic-2008 a dic-2012	Ago

Cuadro 3 Dirección de Planificación UTE, “Plan operativo 2011”

Y estos objetivos académicos, de investigación, docentes y de gestión, tienen y están planeados a su vez en un contexto de vinculación con la comunidad, expresados y desarrollados de manera que sean adoptados como proyectos dentro de los diversos programas planteados.

Programas de vinculación con la comunidad de la Facultad de ciencias Sociales: ¹⁹

- Programa para la presentación de servicios de extensión en las áreas de la comunicación y la educación.
- Programa de apoyo al desarrollo y bienestar de los miembros de la Policía Nacional.
- Programa de prácticas pedagógicas como apoyo a ONG.
- Programa de cooperación para la autogestión de la imagen organizacional en instituciones del tercer sector y público.
- Programa para el desarrollo de entidades de desarrollo social y bien común a través de procesos de comunicación publicitaria.
- Programa para la elaboración de informativos.
- Programa para el desarrollo de procesos de comunicación publicitaria.

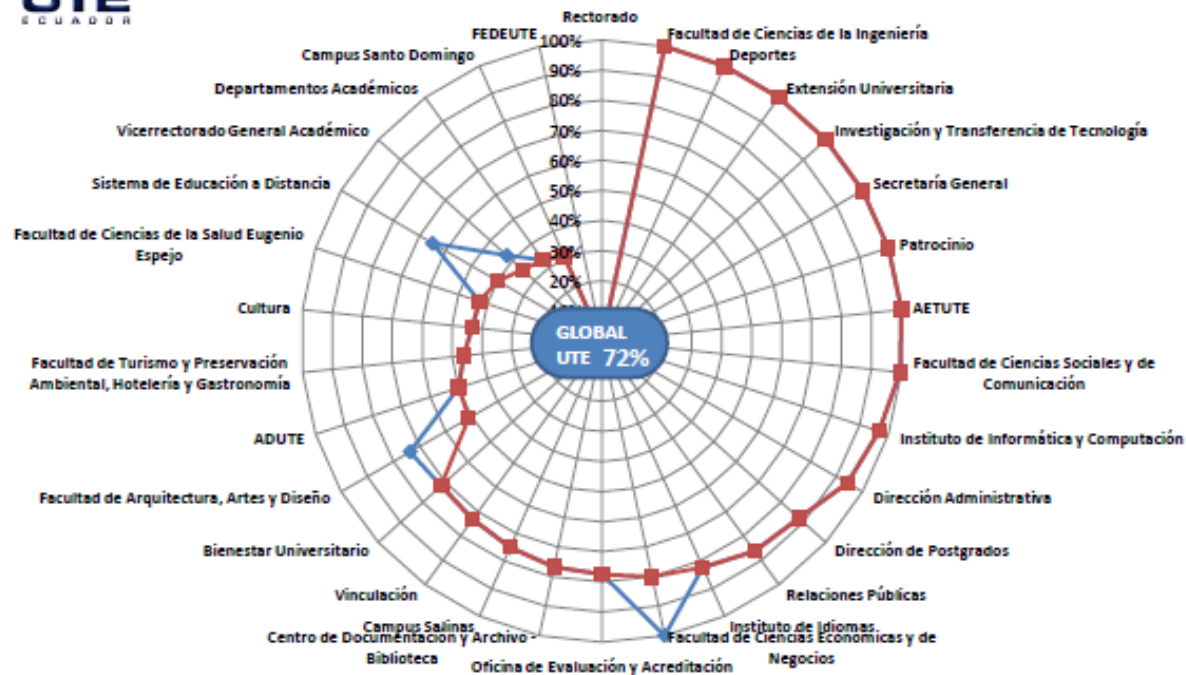
Estos programas han sido evaluados por el cumplimiento de las unidades académicas a través de sus proyectos de acuerdo con sus acciones, es decir que para el primer periodo del 2011 ha tenido la siguiente evaluación (cuadro 4) :

¹⁹ Cfr. Facultad de ciencias Sociales y comunicación; “Programas y proyectos de vinculación con la colectividad”. <http://www.ute.edu.ec/default.aspx?&idCategoria=291&idSeccion=509>.2010



PLANIFICACION ESTRATÉGICA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

CUMPLIMIENTO POR UNIDAD, ENERO-AGOSTO DEL 2011



Elaborado: Dirección de Planificación

08/09/2011

Cuadro 4 Dirección de Planificación UTE, “Planificación estratégica, Documentos PEDI”. Seguimiento mensual 2011.

De esta evaluación el método utilizado es el registro de proyectos que mediante un histórico otorga desde el 2008 (cuadro5):

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN REGISTRO DE PROYECTOS							REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN
							PERIODO ACADÉMICO DICIEMBRE-JULIO 2008-2009
CARRERA	TEMA	CANTÓN- PROVINCIA	BENEFICIARIO	COORDINADOR DEL PROYECTO	ESTUDIANTES Nº	DOCENTES Nº	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario, Periodismo, Educación Inicial, Relaciones Públicas	Agasajo Navideño	Exteriores de la Facultad, Campus Occidental	Fundación con Cristo	Dra. Lourdes Almendáriz	20 en el evento, alumnos de todas las carreras con donaciones	5	Diciembre, 2008
Diseño Gráfico Publicitario	Pintura de Murales en Casa de los Ángeles	Instalaciones de Fundación con Cristo	Fundación con Cristo	Samuel Yáñez	34	5	Iniciamos en Noviembre 2008 y se ejecutó el proyecto el 24 de Diciembre
Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario, Periodismo, Educación Inicial, Relaciones Públicas	Participación en Caminata por Día mundial del Síndrome de Down	Parque de la Carolina	Olimpiadas Especiales	Lourdes Almendáriz, Samuel Yáñez	150	5	Iniciamos el 09 de marzo y participamos en la caminata el 22 de marzo de 2009
Diseño Gráfico Publicitario, Publicidad, Educación Inicial	Pintura de Murales, actividad pedagógicas	Escuela Emiliano Crespo, sector Santa Mañanita, Puerto	Escuela Emiliano Crespo	Samuel Yáñez	45	4	Iniciamos en marzo y se ejecutó el proyecto el 6 de abril
Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario, Periodismo, Educación Inicial, Relaciones Públicas	Campaña de Reciclaje de Papel Blanco	Instalaciones de la Facultad	Fundación Camino Especial	Samuel Yáñez	Toda la Facultad	5	Iniciamos el junio y se ejecutó el proyecto el 14 de julio de 2009
Periodismo	Pasantía como reporteros de RTU	Instalaciones de RTU	RTU	Mario López	Alumnos de Periodismo		Permanente
Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario, Periodismo, Educación Inicial, Relaciones Públicas	Taller Profesional	Instalaciones de la Facultad	Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES	Gladys Luna	600		Todo el semestre marzo/julio 2009

Cuadro 5 Dirección de Planificación UTE, “Planificación estratégica, Documentos PEDI”. Seguimiento mensual 2011.

1.7 Análisis comparativo (Universidades)

La investigación llevada a cabo en lo que se refiere a la aplicación del término vinculación con la comunidad en la Universidad Tecnológica Equinoccial, constata que al ser un tema relativamente nuevo y encontrarse en proceso de formación, está en constante cambio y evolución.

Uno de los objetivos del milenio de la Universidad es mejorar su imagen (#15 en el Rankin de universidades en el Ecuador²⁰), para lo cual se ha basado en la labor que realiza dentro de los procesos y trabajo con el entorno y las necesidades de la comunidad, ya que están relacionados y para efectos de este estudio se presenta un análisis comparativo con dos instituciones escogidas por su trabajo y desempeño en esta área poco explotada, habiéndolas desarrollado de diferentes maneras y llegando a cumplir a nivel macro con los objetivos actuales de los organismos de control establecidos. Teniendo una gran repercusión a nivel de imagen y sostenibilidad.

1.7.1 Universidad Politécnica Salesiana

Año de fundación	El 4 de agosto de 1994, el Presidente de la República del Ecuador, Arquitecto Sixto Durán Ballén firma el decreto presidencial de creación de la UPS.
Target al que se dirige	Hombres y Mujeres, mayores de 17 años, clases social baja, media baja y media.

²⁰ Laboratorio de Cibernética (CISC) España, Ranking Web enero 2011 de universidades ecuatorianas, para perspectiva del impacto. http://www.webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ec.

Filosofía	La formación de honrados ciudadanos y buenos cristianos, con excelencia humana y académica. El desafío su propuesta educativa liberadora es formar actores sociales y políticos con una visión crítica de la realidad, socialmente responsables, con voluntad transformadora y dirigida de manera preferencial a los pobres.								
Departamento encargado	De Vinculación con la Colectividad de la UPS planifica, organiza y coordina las relaciones de la Universidad con el entorno en el orden académico, científico, cultural, laboral y de servicios, con el fin de fortalecer el compromiso social de la universidad, generando credibilidad y aceptación de su propuesta educativa en los distintos sectores sociales. Comprende tres instancias: Formación Permanente, Extensión Universitaria y Pasantías								
Calificación CONEA 2009	CATEGORÍA B: En relación con la categoría A, la brecha es notoria especialmente en las dimensiones de investigación y academia. ²¹								
Posicionamiento	# 12 en Ecuador ²² <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño</th> <th>Visibilidad</th> <th>Ficheros Ricos</th> <th>Escolar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5,963</td> <td>4,287</td> <td>7,259</td> <td>1,994</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño	Visibilidad	Ficheros Ricos	Escolar	5,963	4,287	7,259	1,994
Tamaño	Visibilidad	Ficheros Ricos	Escolar						
5,963	4,287	7,259	1,994						

Cuadro 6 Información Universidad Salesiana

²¹ Revista Vistazo On-line, Calificación de las universidades según el CONEA, según el informe presentado a la Asamblea Nacional Constituyente, 03Dic. 2009. <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926>.

²² Laboratorio de Cibernética (CISC) España, Ranking Web enero 2011 de universidades ecuatorianas, para perspectiva del impacto. http://www.webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ec.

1.7.2 Universidad San Francisco de Quito

Año de fundación	Acuerdo del Ministerio de Educación y Cultura No. 5352 del 17 de junio de 1985, publicado en el Registro Oficial del Gobierno del Ecuador No. 217 del 28 de junio de 1985. Su propósito fue crear una universidad privada de alta calidad académica en Ecuador.								
Target al que se dirige	Hombres y Mujeres, mayores de 17 años, clases social media, media alta y alta.								
Filosofía	La USFQ se dedica principalmente a formar, educar, investigar y servir a la comunidad dentro de la filosofía de las Artes Liberales integrando a todos los sectores de la sociedad.								
Departamento encargado	PASEC Programa de Aprendizaje y Servicio, como crédito dentro de la malla curricular. Y en cada Colegio existe un programa interno de vinculación de acuerdo a sus capacidades y la misión de cada uno.								
Calificación CONEA 2009	CATEGORÍA A: Corresponde a las universidades que registran las condiciones para que su planta docente se construya como una comunidad científica y profesional con reconocimiento y legitimidad en su medio, y que, en algunos casos, ya lo están logrando. ²³								
Posicionamiento	# 14 en Ecuador ²⁴ <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño</th> <th>Visibilidad</th> <th>Ficheros Ricos</th> <th>Escolar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5,447</td> <td>6,573</td> <td>4,207</td> <td>5,165</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño	Visibilidad	Ficheros Ricos	Escolar	5,447	6,573	4,207	5,165
Tamaño	Visibilidad	Ficheros Ricos	Escolar						
5,447	6,573	4,207	5,165						

Cuadro 7 Información Universidad San Francisco

²³ Revista Vistazo On-line, Calificación de las universidades según el CONEA, según el informe presentado a la Asamblea Nacional Constituyente, 03Dic. 2009. <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926>.

²⁴ Laboratorio de Cibernética (CISC) España, Ranking Web enero 2011 de universidades ecuatorianas, para perspectiva del impacto. http://www.webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ec.

1.7.3 Análisis Global

Institución Área	Universidad Tecnológica Equinoccial	Universidad San Francisco de Quito	Universidad Politécnica Salesiana
Objetivos de vinculación	<p>Los Programas de Vinculación con la Colectividad, constituyen el nexo que posibilita la relación directa y permanente entre la Universidad y su entorno, (realidades productivas y sociales); comprende toda la oferta de proyectos inherentes a la formación académica y humanista que se imparte en la UTE.</p> <p>Las Facultades, Departamentos,</p>	<p>Concientizar en los alumnos de la USFQ la importancia de compartir y generar comprensión mutua, respeto y tolerancia a la comunidad, respecto a la pobreza, educación, salud, temas de género y derechos de los niños.</p> <p>Tiene un componente cultural que les enseña a valorar sus raíces, su cultura y su historia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estimular la capacidad propositiva y creativa, el comportamiento ético y socialmente responsable en todas las actividades académicas, extra-académicas y administrativas que desarrolla. • Fomentar acciones tendientes a fortalecer y desarrollar los aspectos referentes a la interculturalidad del país con

	<p>Institutos, Direcciones, y Estamentos, de los distintos campus de la Universidad deberán crear Programas de Vinculación con la colectividad, los mismos que se instituyen como una alternativa formadora de la integralidad de los estudiantes, del fortalecimiento de la docencia y de la interacción entre la comunidad universitaria en general y la sociedad.</p>		<p>equidad y justicia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorecer el desarrollo de innovaciones sociales, científicas, productivas, artísticas y educativas de todas las comunidades y sectores sociales que se constituyan en cimientos de una nueva sociedad.
Método	<p>A través de los docentes (que han recibido un curso de generación de proyectos mediante el método del Marco lógico) como tutores, se</p>	<p>Service Learning, mediante una clase teórica, de 25 estudiantes máximo con un profesor a cargo, tiene un componente académico y de reflexión.</p>	<p>1. Formación Permanente: a través del diseño, oferta, ejecución y evaluación de programas de formación y capacitación, gestionando</p>

	<p>pretende impulsar el interés en los estudiantes sobre la vinculación social y su participación en esta, mediante proyectos a programas y estos encasillados en objetivos nacionales.</p>	<p>Se busca que los estudiantes conozcan una realidad diferente a la de ellos y tengan contacto con una sola población para que guarden una relación y generen interés.</p>	<p>necesidades tanto en el entorno, como también al interior de la universidad.</p> <p>2. Extensión Universitaria: actividades de servicio comunitario o de producción de bienes y servicios, públicos o privados, orientadas a vincular el trabajo académico en beneficio de grupos, sectores o conglomerados sociales de preferencia a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitación u otros medios.</p>

Internos	Los profesores deben generar interés dentro de su área de estudio priorizando la participación.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por Iniciativa de los estudiantes (un techo para mi país). • Durante la clase los profesores deben crear el compromiso. 	<ul style="list-style-type: none"> • En clases todos los programas buscan proyectos sociales. • Son generadores de iniciativas estudiantiles partiendo con el apoyo del departamento de vinculación que a su vez otorga becas por las mismas.
Institucional	Realizar 100 horas de vinculación supervisadas por el docente dirigente del proyecto o a su vez por el coordinador de vinculación de cada Facultad.	Simultáneamente a la clase, los estudiantes están realizando 80 horas de servicio comunitario con las 50 organizaciones en convenio, debiendo involucrarse directamente con los beneficiarios, teniendo la opción de realizar un proyecto de acuerdo a su carrera y sus capacidades en lugar de estas horas o también pueden realizarlo	Convenios con diversas instituciones de apoyo social, voluntarios en programas como PASTORAL, y análisis de problemáticas debatibles en Antropología de la religión.

		en otra organización siempre y cuando cumpla con los objetivos planteados del programa.	
Sostenibilidad	En las instituciones mediante evidencias de ejecución y fichas de evaluación.	Sobre los estudiantes, en base a diarios y portafolio de reflexión, poniéndose objetivos a corto y largo plazo, esperando se reproduzca en su carrera profesional.	En base a proyectos ejecutados y mantención de lazos con diversas instituciones a las que colabora.
Medios de difusión	<ul style="list-style-type: none"> • Informes anuales a Instituciones de control. • Redes Sociales (depende de la unidad académica) • Carteleras 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales Internas • Página Web Informativa • Relaciones Públicas • Informativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Carteleras • Comunicados • Publireportajes

Cuadro 8 Análisis Global

Capítulo II

Marco Contextual

El Modelo de Responsabilidad Social y La Animación Sociocultural

Para poder elaborar el modelo de Responsabilidad Social de la presente propuesta académica, primero hay que definir y sustentar de forma analítica: ¿Qué se considera como modelo?, ¿Qué es la responsabilidad social?, como esta participa en las instituciones y su manejo en la comunicación organizacional como una herramienta de generación de mensajes y en las Relaciones Públicas como herramientas de promoción y potenciación de la imagen corporativa.

También se analizara en este capítulo, de manera general a la Animación Sociocultural, dentro de sus definiciones, objetivos y procesos de integración social, ya que parte de esta teoría aportara a la construcción del modelo propuesto.

2.1 Definición de modelo

Considerado como punto de referencia para imitar o reproducir, es el esquema teórico de un sistema elaborado para facilitar su comprensión.²⁵

De esta forma se lo puede considerar como un proceso de pasos establecidos, que busca ser copiado o adquirido de acuerdo a las necesidades de realidades semejantes.

²⁵ Diccionario de la Real Academia de la Lengua española en línea, vigésima segunda edición, “modelo”.
<http://lema.rae.es/drae/>

2.2 La Responsabilidad Social

Aparece al momento que el ser humano crea reglas para auto-regularse dentro del medio en que habita, fundamentado en racionalizar sus valores, perfilándose en normas hacia lo colectivo y a los lazos de solidaridad que garanticen el bien común.²⁶

La responsabilidad social, trae consigo una larga historia de cumbres, firmas de acuerdos y tratados, los cuales partieron como respuesta a una concienciación en una primera instancia del cuidado ambiental, y después por escándalos empresariales provocados por la corrupción, las malas prácticas en la gestión, explotación de las pésimas condiciones laborales en los países del tercer mundo conformando, El Pacto Mundial, sobre la cual se edifica la responsabilidad social de las empresas.²⁷

De esta manera se da lugar a la responsabilidad social empresarial conociéndola 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”... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”.²⁸

Luis Carapaica, consultor empresarial, especialista en Responsabilidad Social Corporativa toma esta definición en uno de sus artículos de opinión, y encuentra tres elementos para la creación del consenso en la Responsabilidad Social Empresarial:

²⁶ Cfr. Pulido Claudia: “Debe ser en la Responsabilidad Social, ¿Utopía o proceso?”. Fundación Universitaria Monserrate. Barcelona, P.68-70.

²⁷ Cfr. Rey Juan; Pineda Antonio; Ramos Marina: “Publicidad y sociedad, un viaje de ida y vuelta”. Ediciones y publicaciones Comunicación Social. España 2008. P.116.

²⁸ Comisión europea: “Marco para la responsabilidad social de las empresas”, España 2001

2.2.1 Voluntariedad

El desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial debe ser voluntario por parte de las instituciones, basándose en la idea central de que las mismas son organizaciones que responden a criterios éticos de comportamiento, los cuales son moldeados día a día en su interacción con el entorno, conformando una cultura ética empresarial adecuada a las realidades, exigencias y requerimientos de los llamados grupos de interés o “stakeholders”.

Es el caso que a nivel universitario se responde al criterio ético de educación y competitividad, el cual está expuesto al público o clientes como oferta de formación profesional y humanista.

2.2.2 Identidad y Sostenibilidad

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser necesariamente entendida como un esquema integral de responsabilidades compartidas entre todos los actores que concurren en la actividad empresarial, quienes conforman una compleja red de relaciones y de valores en este esquema integral, más que una herramienta para la evaluación de las ventajas competitivas, es un mecanismo de apoyo para el desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, permitiendo la identificación del impacto económico, social y medioambiental de los procesos; la evaluación de sus fortalezas, opciones, debilidades y amenazas, así como el diseño y la implementación de las estrategias y cursos de acción que permitan alcanzar el desarrollo sostenible.

2.2.3. Relación con los “grupos de interés”

Los cambios generados a nivel internacional en el entorno de negocios han desplazado el enfoque tradicional de la empresa basada en los accionistas (“shareholders”) por el enfoque de los grupos de interés (“stakeholders”), bajo el cual se asume que las empresas no rinden cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que también deben tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno: empleados, proveedores, gobiernos nacionales y regionales, clientes, consumidores y organizaciones sociales, entre otros. El manejo de las relaciones de la empresa con sus grupos de interés permite, de una manera natural, efectiva y en un adecuado clima de confianza, desarrollar esa cultura ética empresarial basada en valores universales como la honestidad, la transparencia, la comunicación y el diálogo. ”²⁹

De esta forma la Responsabilidad Social, si bien parte de un acuerdo social, ha evolucionado en un término netamente empresarial, en donde nace desde la filosofía y cultura organizacional, comprometiendo a todos los actores o público interno, a dar lugar a una relación con sus públicos externos vinculados.

²⁹ Carapaica Luis: “¿Qué es la responsabilidad Social Empresarial?”, Estrategias empresarial, Consultores VM336CA, 2009, <http://estrategias-empresariales.com/blog/?m=200907>

2.3 La responsabilidad social institucional

Las empresas son organismos conformados para un intercambio comercial, que de acuerdo a su rama, producto, capacidad o fin, pueden clasificarse, una de estas clasificaciones son las Instituciones, que se las puede definir como "...cuerpos normativos, jurídicos y culturales, conformados por un conjunto de ideas, creencias, valores y reglas que condicionan las formas de intercambio social".³⁰

El ejercicio social responsable, desde las instituciones, debe estar comprometido con el bien común y la justicia. Lo que las obliga a prestar desinteresadamente la ayuda requerida por los públicos que la conforman para lograr que éstos estén más seguros, salvos y felices.³¹

Si bien se puede idealizar la definición de una institución socialmente responsable, no se puede dejar de lado que como toda empresa se debe a clientes y se rige dentro de un sistema de producción y un mercado cambiante y actual. Es por eso que la responsabilidad social servirá también como un factor estratégico que aporta ventajas competitivas de una institución frente a otra. Por consiguiente debe tratar de unificar los distintos procesos como: manejo del recurso humano, relación con la comunidad, accionistas, proveedores y clientes, hacia una credibilidad por medio de una participación visible, comprometiendo una cantidad sustancial de tiempo, energía, recursos y disciplina.³²

³⁰ Marinsalda Milena: "Instituciones y organizaciones", Monografías, Administración y finanzas, <http://www.monografias.com/trabajos13/trainsti/trainsti.shtml>

³¹ Cfr. Pulido Claudia: "Debe ser en la Responsabilidad Social, ¿Utopía o proceso?". Fundación Universitaria Monserrate. Barcelona, P.72.

³²Cfr. Lattimore Dan, Baskin Otis, Heiman Suzette, Thot Eizabeth: "Relaciones públicas, profesión y práctica." Editorial Mac. Graw Hill, México, 2007. P.354-355.

2.4 Comunicación Organizacional

La Comunicación Organizacional, está dada por el complejo proceso de la Organización para comunicar a todos sus públicos vinculados sobre temas determinados, y que esta información sea uniforme y con el mínimo margen de error lo que puede ayudar a fortalecer y mejorar la identidad, desempeño y trabajo de estas organizaciones. Es así que se debe dividir de acuerdo con su público en: Comunicación interna (trabajadores, accionistas, entre otros) y comunicación externa (proveedores, clientes, instituciones de control, entre otros).

Según Ingrid Rodríguez, especialista en comunicación, es un conjunto total de mensajes que obedecen a técnicas y actividades que se dan desde la organización, y que influyen en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos.

2.4.1 La comunicación interna y externa

Internamente se califican como actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas.

Mientras la comunicación externa son actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.”

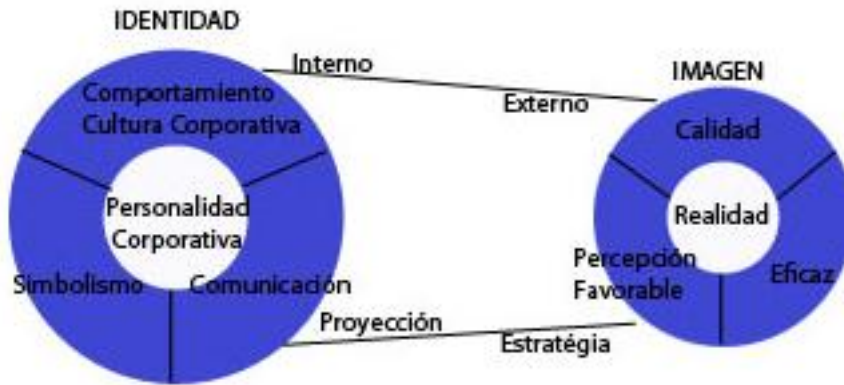
Operativamente se diferencian los sistemas de comunicación que se establecen en una organización en internos y externos, pero en realidad no hay separación ya que lo que el público piense de una empresa se condiciona por la opinión que de estas tengan sus trabajadores, al ser éstos el principal transmisor de la cultura empresarial.³³

René Arboleda catedrático también hace referencia al tema en su “Mix de identidad Corporativa”, ya que califica a la imagen de una empresa como la proyección de su identidad corporativa, y esta identidad a su vez generada desde la personalidad corporativa la cual estará evidenciada por la interacción de la comunicación, el comportamiento de la cultura corporativa y el simbolismo de una empresa.³⁴

³³ Cfr. Rodríguez Ingrid, “Comunicación organizacional: Teorías y puntos de vista.” GestioPolis, comunicación Organizacional, 2005. <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>

³⁴ Cfr. Arboleda René, “La comunicación Corporativa.” Universidad Tecnológica Equinoccial, Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Relaciones Públicas, Indicadores de gestión, 2010, P. 28

MIX DE IDENTIDAD CORPORATIVA



Cuadro 9 Mix de identidad corporativa

2.5 Evolución del comportamiento organizacional

Aunque pueden encontrarse varias corrientes y escuelas dentro del estudio comportamental de las organizaciones, es posible resumir cuatro fundamentales:

Escuelas	Desarrollo	Proceso de comunicación
Escuela clásica	Propone una forma sistemática de estudio para las organizaciones y establece pautas en el campo administrativo, procurando una forma de organización que tributara a las crecientes necesidades de la sociedad industrial. Existía una concepción de “hombre económico”, es decir, el obrero como extensión de las	Vertical- descendente, centralización en la toma de decisiones, exceso de reglas y reglamentos; una comunicación formal, jerárquica y planificada, con el propósito de asegurar el cumplimiento de las tareas y el incremento de la eficiencia

	máquinas.	y productividad.
Escuela de relaciones humanas	Abarcó por vez primera variables como actitudes de los obreros, moral, grupos de trabajo informales y relaciones sociales, partiendo de una visión más completa de la naturaleza humana y su impacto en el desempeño empresarial. Consistió en incrementar el interés por los obreros para mejorar la moral y satisfacción de estos.	Se crearon estructuras más flexibles, con posibilidades para un estilo de dirección más participativo. Apareció un flujo de comunicación ascendente bajo la forma de sugerencias de los subordinados a la dirección.
Teoría de sistemas	Otorga relevancia a las relaciones existentes entre las partes de la organización con el entorno y a su naturaleza interdependiente. Sostiene que la organización, debido a la naturaleza de sus interacciones con el medio ambiente, es un sistema social abierto y determinante en sí mismo.	La meta organizacional sería lograr la máxima eficiencia del todo, mediante el papel armónico de la comunicación.
Teoría contingente	Toda organización, al ser un	No hay forma única para

	<p>sistema abierto, debe tener muy en cuenta el medio y la situación en la que se encuentra, pues el éxito de la misma dependerá de su grado de adaptación a variables situacionales.</p>	<p>lograr los objetivos en la organización, considerando el carácter dinámico de la entidad.</p>
--	---	--

Cuadro 10 Evolución del comportamiento organizacional

2.6 Las Relaciones Públicas y la persuasión

Desde su aparición las Relaciones Públicas han intentado mejorar la comunicación de una persona natural, jurídica o un colectivo con los públicos con los que éstos se relacionan hacia un objetivo específico, facilitando métodos y procesos satisfactorios para la bilateralidad formada por la relación laboral, comercial o de implicación. Es así que es aplicable en todos los ámbitos que denoten una relación y comunicación entre elementos Sociales.

De esta forma las Relaciones Públicas están consideradas como "...el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de las

organizaciones y poner en marcha los programas de acción planificados que sirven tanto a los intereses de la organización como a los del público.”³⁵

Siendo un proceso, “es decir, un conjunto de acciones, cambios o funciones que implican un resultado. Consiste en utilizar las Siglas IACE (Investigación, Acción, Comunicación y Evaluación).”³⁶

Ya no solo fijándonos en la utilidad de esta ciencia, ni en la manera en la que se ha planteado su ejecución, hay que comprender también que “... las organizaciones están compuestas por una serie de partes interrelacionadas, las cuales se adaptan y amoldan a los cambios que registran los contextos político, económico y social en los cuales operan. Las organizaciones tienen límites reconocibles y dentro de ellos debe existir una estructura de comunicación que guíe a sus partes para que puedan alcanzar las metas de la organización. Sus líderes deben crear y mantener estas estructuras internas.”³⁷

Con este respaldo teórico que parte de la discusión de varias concepciones de esta ciencia que actualmente se han podido agrupar en diversos textos, se nota la importancia y utilidad dentro del ámbito institucional, y registrará cambios como es propio de las ciencias sociales que evolucionan como el hombre y su desarrollo.

³⁵ Universidad Interamericana, Primera asamblea mundial de Relaciones Públicas, México 12 de agosto 1978, <http://www.unica.edu.do/acuerdomexico.htm>

³⁶ WILCOX, Dennis, CAMERON, Glen y XIFRA, Jordi; ‘Relaciones Públicas, estrategias y tácticas’ Editorial Pearson, 8va edición, Madrid (España). 2006. P. 10.

³⁷ LATTIMORE, Dan, BASKIN, Otis, HEIMAN, Suzette, THOT, Elizabeth; ‘Relaciones Públicas, Profesión y práctica’, Editorial Mc Graw Hill, 2da edición, México. 2008. P. 45.

2.6.1 El papel de las Relaciones Públicas

Esta ciencia, como mencionábamos anteriormente, cumple un conjunto de acciones denominado IACE, dentro de las que evidencia su papel más visible en la comunicación o ejecución.

El proceso le permite crear un plan a seguir o programa, basado en objetivos y un diagnóstico determinado el cual, posteriormente, será evaluado.

La comunicación se da dentro de este programa como la aplicación de una decisión, el proceso y los medios por los que se alcanzan los objetivos.

“Las estrategias y las tácticas de un programa pueden adoptar la forma de comunicados de prensa, conferencias de prensa, acontecimientos especiales, folletos, marketing viral, discursos, pegatinas, boletines informativos, retransmisiones vía internet, concursos, posters, etc. Las metas del proceso de comunicación son informar, persuadir, motivar o lograr la comprensión mutua.”³⁸, de la organización y los públicos vinculados.

Esta comunicación implica la transmisión de un mensaje persuasivo por cuanto el trabajo parte de informaciones adecuadas, actualizadas y contrastadas, estudiando el posible impacto de los mismos antes de que lleguen a su destino. El éxito consiste en que estos mensajes sean captados y retenidos con credibilidad para el público.³⁹

³⁸ Wilcox Dennis, Cameron Glen, Xifra Jordi: “Relaciones Públicas Estrategias y tácticas” Editorial Pearson, Madrid, 2006. P.217

³⁹ Cfr. Fernández Fernando, Barquero Daniel: “El libro azul del protocolo y las relaciones Públicas.” Editorial McGraw Hill, España, 2004. P. 122

2.6.2 Las Relaciones Públicas y la Responsabilidad Social

En la construcción de Las Relaciones Públicas tal como las conocemos, la primera vez que se escuchó el término Responsabilidad social, fue cuando Henry Ford, uno de sus padres fundadores dijo “Los negocios son un servicio, no una bonanza” entendiéndose que cualquiera que fuese el giro de negocio, la organización es responsable y se debe a las personas (trabajadores y clientes), posteriormente, alrededor de 1990, se habló mucho acerca de la reputación o percepción, por ejemplo Burston-Marsteller una de las empresas más grandes de Relaciones Públicas, expresó que su trabajo principal es “la gestión de la percepción” aunque este principio sea difícil de lograr ya que dicha reputación se va formando de acciones y actividades que a su vez generarán una imagen.

Con estos antecedentes se establece a las Relaciones Públicas como la encargada de mantener la credibilidad y consolidar relaciones internas y externas, realizando un trabajo investigativo para resolver problemas inherentes a estos fines y mejorar la responsabilidad social de la empresa.

Es así que se encargará: ⁴⁰

- a. De realizar un seguimiento del entorno.
- b. Realizar auditorías de R.R.P.P.
- c. Realizar auditorías de Comunicación.
- d. Realizar auditorías Sociales

⁴⁰ Cfr. WILCOX, Dennis, CAMERON, Glen y XIFRA, Jordi; ‘Relaciones Públicas, estrategias y tácticas’ Editorial Pearson, 8va edición, Madrid (España). 2006. P. 76.

Dentro de este análisis en el apareamiento del concepto no se puede dejar de mencionar a los Medios de Comunicación, ya que por medio de éstos se ha logrado dar a conocer a grandes segmentos del público objetivo a las empresas y organizaciones.

Dentro de estos medios, si bien existe gran cobertura, se corre el riesgo de que la distribución del mensaje que se desea realizar sea mal expresado o mal interpretado, a su vez que se incurre a la transparencia de la organización como valor fundamental, de esta manera las Relaciones Públicas deberán tener una buena relación con los medios, y utilizar a la Responsabilidad Social a manera de recuperar la confianza de los públicos.

Como lo explica Jack Bergen, vicepresidente de marketing y comunicación de SIEMENS Corp., respecto a la incidencia de las Relaciones Públicas en la Responsabilidad Social, “somos los ojos y oídos de una organización. La mejor forma de ser socialmente responsables es que sus ojos y oídos estén centrados en todos los públicos estratégicos, para saber qué es lo que quieren y qué es lo que necesitan de la empresa. Se trata de cuestiones clásicas de los asuntos públicos y la idea de que sean cuestiones a cargo de cualquier otro miembro del personal, demuestra que no se comprende el problema”⁴¹, siendo el encargado de Relaciones Públicas el nexo entre la alta dirección y la realidad de los públicos.

Se puede concluir que la responsabilidad Social nace como respuesta de las organizaciones a un mercado cambiante, buscando mantener una comunicación adecuada y aceptación de

⁴¹ WILCOX, Dennis, CAMERON, Glen y XIFRA, Jordi; ‘Relaciones Públicas, estrategias y tácticas’ Editorial Pearson, 8va edición, Madrid (España). 2006. P. 570.

los públicos objetivos, respondiendo a la construcción del medio y las Relaciones Públicas como elemento facilitador e investigativo del proceso.

2.6.3 Modelos y Herramientas de las Relaciones Públicas

Se reconoce como modelos a las formas de cómo las Relaciones Públicas se han planteado y evolucionado de manera práctica para la resolución de conflictos comunicacionales, y dentro de cada uno de éstos, las herramientas que han sido utilizadas.⁴²

- a) El Agente de Prensa: en donde la comunicación tiene una sola vía de la organización hacia sus públicos, como herramientas utiliza el lobbying, la promoción, propaganda, muestras, desfiles, eventos y publicity. Buscando que la organización sea mencionada favorablemente en medios, no incurre en mayor investigación. La cuál se hará evidente dentro del tema propuesto en los eventos que se realizarán para dar a conocer las diversas actividades de la facultad a favor de la vinculación social.
- b) La información Pública: tiene como objetivo informar o contar lo que está pasando en las organizaciones, sin recurrir en mayor investigación se busca la transparencia del mensaje, de manera unilateral, utilizando como herramientas los boletines de

⁴² Cfr. LATTIMORE, Dan, BASKIN, Otis, HEIMAN, Suzette, THOT, Elizabeth; 'Relaciones Públicas, Profesión y práctica', Editorial Mc Graw Hill, 2da edición, México. 2008. P. 53.

prensa, la construcción del mensaje y el trabajo con medios. Para lo cual se trabajará en esta propuesta en una rendición de cuentas con medios públicos y privados.

- c) El modelo Bilateral asimétrico: considera a la persuasión como elemento central, y la investigación como base de la misma, utiliza recursos como: entrevistas, encuestas, grupos focales, buscando que el público se adapte a la organización. De esta manera se trabajará en la investigación para denotar los elementos que nos permitan actuar sobre el público objetivo.
- d) El modelo Bilateral simétrico: el que permite que se cree una relación de comunicación y aprendizaje mutuo de las problemáticas y la participación en la elaboración de soluciones tomando todos los factores que afectan a los públicos y considerando una empatía en los conflictos, emplea todas las herramientas anteriores tomando en cuenta factores y objetivos comunes. Y será el empleado para la ejecución y retroalimentación del modelo propuesto.

2.7 La Persuasión

Frente a la pérdida de credibilidad y confianza de las empresas ante el público y la exagerada competencia, se ha considerado necesario crear mensajes persuasivos que se consideran como la suma de acciones respecto a objetivos específicos hacia la opinión pública. Que se deben basar en conceptos como:⁴³

⁴³ Cfr. Fernández Fernando, Barquero Daniel: "El libro azul del protocolo y las relaciones Públicas." Editorial McGraw Hill, España, 2004. P. 149-150

- a) La entidad, organización o persona generadora del mensaje debe generar credibilidad y confianza para darle fuerza.
- b) El mensaje será claro, preciso, concreto, directo y contestará a cuando, como, donde y porque.
- c) Se conoce que el mensaje debe permanecer en la psique del individuo.
- d) Depende mucho de la credibilidad del medio que lo difunda, si este lo transmite como noticia.
- e) Será el público final persuadido quien transmita finalmente el mensaje con corrientes de credibilidad entre el resto de opinión.
- f) La meta es persuadir al líder de opinión así será más fácil transmitir el mensaje con más credibilidad.

La persuasión aporta a la construcción de la imagen global de la organización ya que presenta un conjunto de ideas en base a mensajes a partir de las cuales el público la relacionará.

Se busca que a través de los productos que se proyecten que “...la gente llegue a describirla, recordarla y relacionarla, en una interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones, mediante la comunicación de su identidad global.”⁴⁴

2.8 La Opinión Pública

Otra parte importante es lo que genera la aplicación de las Relaciones Públicas, que si bien puede tener diversos usos, es directamente la reacción por medio de la acción del público al que va dirigido, que proviene de la opinión pública, dentro de la “psicología se entiende

⁴⁴ Ramos Darío: “Manual básico de comunicación corporativa” Editorial San Pablo, Bogotá 2007. P.70.

como la suma de actitudes y opiniones individuales. (Opinión y percepción), juicios expresados verbal o conceptualmente, en contra o a favor de una o varias acciones... La opinión pública está relacionada con soberanía, libertad política y de participación.”⁴⁵

Si bien esta Opinión Pública proviene del trabajo del Relacionista, no son el resultado del mismo, ya que todas las opiniones e informaciones que se escuchan después de este trabajo nacen dentro de un colectivo afectado por la situación. Es por eso necesario recurrir al estudio y esperar resultados contrastados y analizados. ⁴⁶

Es de esta manera que es importante que se vigile como se va formando y va cambiando esta opinión, que se enmarca en los procesos de cambios de actitudes y la psicología social. Es importante para esto la selección de públicos descomponiendo a los receptores en subgrupos para diseñar estrategias de comunicación específicas para cada uno de ellos.⁴⁷

2.9 Planificación de la Imagen

El ser reconocido frente a un público determinado, no solo por el producto que se entrega sino también como una organización que cuida el entorno, se preocupa de la sociedad y sus clientes internos y externos, crea valor en la organización estableciendo una que permanezca por más tiempo en la mente de dichos públicos.

⁴⁵ Portal de Relaciones Públicas, Argentina, <http://www.rppnet.com.ar/opinionpublica.htm>

⁴⁶ Cfr. Fernández Fernando, Barquero Daniel: “El libro azul del protocolo y las relaciones Públicas.” Editorial McGraw Hill, España, 2004. P. 127

⁴⁷ LATTIMORE, Dan, BASKIN, Otis, HEIMAN, Suzette, THOT, Elizabeth; ‘Relaciones Públicas, Profesión y práctica’, Editorial Mc Graw Hill, 2da edición, México. 2008. P.100

Es por eso que la imagen se comienza a establecer como un activo intangible y estratégico ya que si una organización crea una imagen en sus públicos: ⁴⁸

- a) Ocupa un espacio en la mente de los públicos, existiendo para ellos, porque ya no es necesario solo comunicar sino ser lo que se comunica.
- b) Facilita la diferencia con la competencia por medio de un perfil de identidad propio, la existencia debe tener un valor diferencial que esté en la mente de los públicos, y que la consideren como una opción o alternativa diferente y válida, creando valor para sí mismo y para sus públicos.
- c) Disminuirá la influencia de los factores situacionales y coyunturales, individuales o sociales, en la decisión de compra, ya que se dispondrá de una información adicional importante sobre la organización.

De esta manera la planificación de esta imagen corporativa debe ser estratégica, que es lo que propone Capriotti mediante ejes claves que apuntan a una planificación como un proceso, de esta manera se tiene: ⁴⁹

-Ejes claves

- Identificación - Reconocimiento
- Diferenciación - Percepción
- Referencia - A una categoría o sector de actividad.
- Preferencia - Opción de elección válida

-Planificación

⁴⁸ Cfr. Capriotti Paul: "Planificación estratégica de la imagen corporativa", Editorial Ariel, Barcelona,2008.P. 10-14

⁴⁹ Cfr. Capriotti Paul: "Planificación estratégica de la imagen corporativa", Editorial Ariel, Barcelona,2008.P.136-137

- a) Análisis del perfil corporativo
 - Estudiar la identidad y la diferencia
 - Auditoría de identidad y de imagen.
- b) Definición del perfil corporativo
 - Generar la identidad y la diferencia
 - Estrategia de imagen.
- d) Comunicación del perfil corporativo
 - Comunicar la identidad y la diferencia
 - Demostración y comunicación.

2.10 Cultura y Animación Sociocultural

La cultura, definida como la personalidad de una sociedad en sus elementos producidos y valorados, tangibles e intangibles, “es la acumulación de significados, rituales, normas y tradiciones compartidos por los miembros de una organización o una sociedad”.⁵⁰

Es así que el comportamiento de las personas está en marcada en la comprensión que se le pueda dar al desarrollo y percepción de estos elementos culturales, ahora esta cultura también es variable ya que las condiciones del medio no son siempre las mismas.

La cultura se puede ver afectada por:⁵¹

La ecología: La forma en que un sistema social se adapta a su hábitat.

La Estructura Social: El orden de la vida social (familiar, político).

⁵⁰ Solomon Michael: “Comportamiento del consumidor”, Editorial Pearson, México, 2008. P.542

⁵¹ Cfr. Solomon Michael: “Comportamiento del consumidor”, Editorial Pearson, México, 2008. P.543

La Ideología: la percepción de la gente del entorno y la relación grupal (justicia, idiosincrasia, moral).

Esta dinámica social reconoce al individuo como elemento central y para que éste se desenvuelva de mejor manera se establece la definición de Animación Sociocultural considerada también Integración Social Profesional, es la acción de dar aliento, vida, suscitar; en suma, actuar sobre el individuo y el grupo. Tratando de motivar, dinamizar y alumbrar, desde dentro, a los sujetos, estimulando su capacidad de relación y participación. Dado por el desarrollo de políticas sociales y culturales, la aceleración de los cambios, el desarrollo tecnológico e informático.⁵²

José Caride de la Universidad de Santiago de Compostela, "...presenta la cultura como un medio para analizar el lugar que cada uno ocupa en la sociedad y resalta el sentimiento de pertenencia a una comunidad de referencia dentro de un marco democrático y dialogal. Desde la Animación Sociocultural y el desarrollo comunitario, y en el marco que constituye la educación social, entiende a las necesidades de la comunidad para así transformar la realidad. La animación se concibe como un medio de potenciar el desarrollo de las comunidades y apuesta por la democracia cultural. Desde los diferentes organismos nacionales e internacionales, se aboga por repensar las políticas culturales."⁵³

Según Rosa Mari, la "Animación Sociocultural constituye uno de los ámbitos específicos de la educación social. La animación es, por tanto, una tarea fundamentalmente educativa, reconociéndose como aquella acción encaminada al desarrollo de la calidad de vida y del

⁵² Cfr. Gloria Pérez, Ma. Victoria Pérez/ Qué es la Animación Sociocultural/ Editorial Narcea Madrid, pág. 81

⁵³ Caride José: "La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación Social", Revista Educación, Compostela, 2005. P.73. http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_05.pdf

acceso a la cultura de los ciudadanos en todos sus ámbitos. Por ello, hablar de animación significa, al mismo tiempo, hablar de participación social. La cultura como derecho y al mismo tiempo, en tanto que patrimonio del conjunto de la humanidad.”⁵⁴

Es así que la animación sociocultural en sí, propone un cambio social partiendo desde el análisis del ser humano como un ser complejo. Que proviene de una cultura y se rige a una sociedad, ambas en constante desarrollo, siendo su participación muy importante como variable de acción para que este cambio sea permanente.

Trata de caracterizar, organizar y movilizar al pueblo para transformarlo en agente activo de su propia promoción y hacerlo protagonista de su historia. Se basa en una filosofía humanista ya que actúa como guía de los sujetos participantes y ejerce una influencia sobre el grupo, teniendo como finalidad el desarrollo pleno de las potencialidades y capacidades personales, de las comunidades y de los pueblos, desarrollando los siguientes valores:⁵⁵

Pluralismo, libertad, concientización, democracia, relaciones humanas y autonomía personal.

Estos valores pueden permitir que se desarrolle una imagen de la Animación Sociocultural que pueda proyectarse y concretarse plenamente en las realidades sociales más cotidianas. Es preciso insistir en que ha de ser considerada una práctica socio-cultural y educativa relacional, necesariamente contextualizada en un territorio y en una comunidad local,

⁵⁴ Mari Rosa: “Animación Sociocultural y Educación social”, metodología en Educación Social recorrido por diferentes ámbitos profesionales, Universidad Castilla de La Mancha, 2005. Cap. 3 P.47

⁵⁵ Cfr. Gloria Pérez, Ma. Victoria Pérez/ Qué es la Animación Sociocultural/ Editorial Narcea Madrid, pág. 173-178

mediante la cual se promueve el desarrollo integral de los individuos y los grupos sociales.

Por eso, su acción-intervención debe ser socioeducativa.⁵⁶

2.10.1 Objetivos de La Animación Sociocultural

Como toda planificación contempla una finalidad, basada en la interrelación del ámbito personal y social:

Ámbito Personal	Ámbito Social
Facilitar la adhesión a objetivos libremente elaborados, de acuerdo con las necesidades, las aspiraciones y los problemas de cada miembro del grupo social.	Participar en la vida del grupo y de la sociedad para la mejora permanente de la calidad de vida.
Crear las condiciones adecuadas que inciten al mayor número de personas a revalorizar plenamente sus potencialidades, así como los recursos que pueden encontrar en su relación con los otros.	Vivir en relación con los otros, en la aceptación y el respeto a cada uno, sus valores, creencias y las de su medio.

⁵⁶ Cfr. Caride José: “La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación Social”, Revista Educación, Compostela, 2005. P.78. http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_05.pdf

Favorecer que las personas se descubran a sí mismas.	Dar a cada uno la ocasión de intercambiar ideas y expresarse libremente, de acuerdo con su marco de referencia.
Tomar conciencia de su situación en el mundo y el papel que están llamados a desempeñar.	Atenuar, para finalmente eliminar, el hándicap sociocultural y propiciar igualdad de oportunidades para todos.
	Intentar suprimir las diferencias entre estratos sociales.

Cuadro11, Elaboración Propia partiendo de Gloria Pérez, Ma. Victoria Pérez/ Qué es la Animación Sociocultural/ Editorial Narcea Madrid, pág. 176

2.10.2. Construcción de La Animación Sociocultural

Constituye con una serie de pasos básicos a seguir, los mismos que pueden ser modificados de acuerdo con la investigación, realidad y resultados que se presenten:⁵⁷

a) La participación

Como una actitud y un derecho en la medida de las posibilidades de los participantes o elementos de la institución. Buscando en estos la corresponsabilidad, cooperación y coordinación, para conseguir la unidad de acción en el logro de un objetivo común.

⁵⁷ Cfr. Gloria Pérez, Ma. Victoria Pérez/ Qué es la Animación Sociocultural/ Editorial Narcea Madrid, pág. 192-207

b) El conocimiento

Como componente directivo del comportamiento, direccionando al grupo del trabajo. Como una recopilación de información, investigación y parámetros.

c) La efectividad

Nos ayuda a vencer las resistencias y superar las inhibiciones, analizando filtros en la comunicación tanto del emisor como del receptor, que tienen que ver con:

Imagen propia	Imagen interlocutor	Definición situación	Motivos y sentimientos	Expectativas
---------------	---------------------	----------------------	------------------------	--------------

Y las actitudes defensivas que éstos fomenten hacia la comunicación efectiva.

d) La acción

Finalmente se procede a la aplicación, mediante una actitud de respeto y consideración a la persona, autovaloración a sí mismo y de sensibilidad a la motivación. Creando un clima de confianza en donde se apoya a resolver los objetivos propuestos.

2.10.3 La animación sociocultural como desarrollo de la comunidad

Esta teoría promueve en su construcción, la participación de las personas en la elaboración de su propio futuro y el futuro de la comunidad a la que pertenece. La importancia en el desarrollo y verificación de los pasos propuestos, se pueden considerar como mencionó Ander Egg, “sea un conjunto de técnicas sociales, que basadas en una pedagogía participativa, tienen por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias que, con la

participación activa de la gente, se desarrollen en el seno de un grupo o comunidad determinado y se manifiesten en los diferentes ámbitos de la vida.”⁵⁸

Y para evidenciar este desarrollo social se pueden destacar las siguientes características propias de la animación socio cultural:⁵⁹

a) Promover valores: potenciar valores del grupo, respetando el pluralismo de las personas que conforman el grupo.

b) Elemento Transformador: se pretende una sociedad mejor, eliminando todo prejuicio e injusticias sociales.

c) Cauce de participación: promoviendo la actuación de cada individuo en la construcción del proceso y el dialogo para alcanzar consensos.

d) Catalizador: ya que se otorgará el reconocimiento de diversas realidades desde su fuente de generación como elementos para conocimiento y generar discusión.

e) Promotor de vida asociativa: implica buscar esos puntos en común para identificar a los participantes con una realidad determinada.

f) Proceso: constituir un conjunto de pasos desde la exploración interpersonal hasta el aporte a la comunidad.

g) Pedagogía: en la exposición y transmisión de ideas y conocimientos, mediante elementos dinámicos y explicativos motivando a los participantes.

h) Permanencia y continuidad: debe ser considerado como un proceso social transferible.

⁵⁸ Ezequiel Ander-Egg, “Perfil del Animador Socio-cultural”. Editorial Lumen Humanitas, Mallorca, P. 102

⁵⁹ Cfr. Gloria Pérez, Ma. Victoria Pérez/ Qué es la Animación Sociocultural/ Editorial Narcea Madrid, pág. 94

Capítulo III

Metodología de Investigación

Vocación de los estudiantes y sus intereses comunicacionales

Para realizar el trabajo propuesto sobre el modelo de Responsabilidad Social, se necesita revisar, cómo los participantes (alumnos) se sienten frente a la vinculación social y cuáles son sus necesidades aptitudinales y comunicacionales respecto al tema.

Es importante recalcar que siendo una obligación legal la de cumplir con la vinculación con la comunidad dentro de la universidad, este trabajo esta direccionado a buscar la manera de motivar más allá de la obligatoriedad a la construcción del proceso por medio de impulsar los intereses personales y el conocimiento de las realidades sociales.

De esta manera el análisis planteado en la investigación, se refiere a contar con datos cuantitativos dentro del grupo determinado de estudiantes y cualitativos de proyectos a fines desarrollados.

3.1 Estructuración de la investigación

3.1.1 Unidad de Análisis

El estudio se realizó dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial, en la cual se han detectado dos importantes públicos a ser investigados:

a) Público objetivo Primario (PoP):

Definido así por la importancia primordial que posee dentro del ámbito estudiado y porque será sobre éste que se aplicará el modelo de responsabilidad social a proponer.

Está integrado por todos los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad. Comprende las carreras de: Relaciones Públicas y Comunicación, Diseño Gráfico Publicitario, Educación Inicial y Periodismo; de primero a último semestres de cada carrera, período 2010-2011 / 2011-2012.

b) Público objetivo Secundario (PoS):

Se encuentra integrado por las autoridades de los programas de vinculación universitaria designados para fiscalizar y reportar los mismos.

3.1.2 Población y muestra

PoP:

Carrera	Nuevos	Antiguos	Total de Estudiantes
Relaciones Públicas	0	149	149
Relaciones Públicas y Comunicación	57	187	244
Publicidad y Gestión	25	279	304
Diseño Gráfico Publicitario	57	271	328
Educación Inicial	11	88	99
Periodismo	26	101	127
			1251

Cuadro 11 Población y Muestra

Muestra: ⁶⁰

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

Siendo $n' = \frac{s^2}{\theta^2}$, sabiendo que:

θ^2 Es la varianza de la población respecto a determinadas variables y es igual a

$(se)^2$ en donde se es el error estándar que está dado por la diferencia entre la

media poblacional y la media muestra. $se = (\mu - \bar{x})$

s^2 Es la varianza de la muestra, la cual podrá determinarse en términos de

población y la media muestra, como $s^2 = p(1 - p)$

Leyenda:

n: Tamaño de la muestra

N: Población Total

s: Varianza de la muestra

θ : Varianza de la población

p: confiabilidad

se : Error estándar

De una población de 1251 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la U.T.E. se desea conocer la vocación social y las necesidades comunicacionales de la misma. Y para ello se desea tomar una muestra por lo que se necesita saber la cantidad de estudiantes que se debe entrevistar para tener una información adecuada con error estándar menor de 0.015 al 90% de confiabilidad.

⁶⁰ Cfr. Calero, Arístides. "Técnicas de Muestreo", Editorial. Pueblo y Educación, La Habana, P. 514.

Datos:

$$N = 1251$$

$$s_e = 0,015$$

$$\theta^2 = s_e^2 = (0,015)^2 = 0,000225$$

$$s^2 = p(1-p) = 0,9(1-0,9) = 0,09$$

Solución:

$$n' = \frac{s^2}{\theta^2} = \frac{0,09}{0,000225} = 400$$

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N} = \frac{400}{1 + 400/1251} = \frac{400}{1 + 0,320} = 303$$

PoS:

Director del departamento de Vinculación Universitaria, Doctor Benigno Armas.

Coordinador de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Licenciado Samuel Yáñez.

3.2 Propósitos de la Investigación

- Se busca definir el nivel de aceptación hacia las campañas sociales y en qué tipo de proyectos se genera el interés de PoP, para así verificar la importancia de la motivación hacia la causa propuesta y canalizar la información que se debe comunicar.
- Determinar el tiempo para emplear en proyectos sociales por parte de los estudiantes, buscando su accesibilidad para los proyectos sociales y los medios de

comunicación disponibles para llegar a una adecuada comunicación con el público objetivo primario.

- Identificar la percepción que tiene el PoP en el trabajo grupal y apoyo de PoS para los proyectos sociales, de esta manera se plantearán correctivos y se fortalecerá la relación y la interacción de estos dos públicos.
- Averiguar los procesos y el grado compromiso, que emplean los PoS en la elaboración y ejecución de sus trabajos, así como los correctivos que pueden ser aplicados desde la práctica.

3.3 Metodología de la Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se emplean de acuerdo a la profundidad de campo, intervención del investigador y conducta de las variables, los siguientes tipos de investigación:

3.3.1 Tipos de investigación

- a. Explorativa: Ya que no se conoce o se han realizado investigaciones previas al respecto, se analizará la situación actual de la Vinculación Social en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación por parte de POP y POS. Explorando sus realidades y situación actual. Para buscar las condiciones determinantes como la inclinación de los proyectos y la afinidad al trabajo social.

b. Descriptiva: Ya que se buscará la relación entre los proyectos de vinculación y la participación de los estudiantes, de tal manera que se obtengan datos específicos de los proyectos a ejecutar y medios por los cuales deberían ser difundidos, de tal forma que el modelo propuesto pueda ser aplicado y afecte al público objetivo.

3.3.2 Métodos de investigación

Inducción

Porque desde el estudio de las diversas unidades de análisis, como la realidad estudiantil, los preceptos de la educación superior, y el sistema legal del entorno, como partes fundamentales de la creación de un modelo se podrá llegar a la construcción de un todo común, sea llamado este Plan de Responsabilidad Social.

Análisis

Ya que se desglosará a los casos generales, como el análisis situacional de los proyectos, su participación y trascendencia en la vida estudiantil, para definir cuál o cuáles partes son débiles e importantes para elaborar tácticas dentro del modelo propuesto.

3.4 Fuentes

- a) Primarias: Se realizará entrevistas a los expertos encargados de los programas de Vinculación social.
- b) Secundarias: Se establecerá partiendo de bibliografía citada en el presente documento para sustentar tanto la propuesta como el desarrollo teórico. (Anexo 11 y 12)

3.5 Técnicas de investigación

Cuantitativa

Se recogerá y analizarán datos sobre diversas variables referentes a la comunicación, dentro de los públicos objetivos.

Se recopilaran datos porcentuales acerca de los intereses vocacionales y personales de los estudiantes.

Ya que esta información recopilada y analizada, soportará el modelo propuesto, evidenciando la factibilidad del mismo.

Cualitativa:

Dentro de la cual se podrá encontrar, información de criterios, que nos permitirá tener mayor fiabilidad en los resultados, gracias al sustento teórico. Al igual que analizar y reconocer desde el punto de vista del público objetivo las necesidades identificadas en su proceso con este tipo de proyectos.

3.5.1 Sondeos de opinión

Ha sido seleccionada esta técnica, ya que utiliza como instrumento un cuestionario, conformado por preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas y de selección múltiple. Lo cual permite dar más opciones de respuestas cerradas a la temática planteada, que sean de mejor comprensión para el público objetivo ya que esta investigación se ha planificado que debe ser de corto tiempo y rápida para el POP.

3.5.2 Entrevistas

Esta técnica se empleará bajo un conversatorio con una guía de preguntas generales y el desarrollo de las mismas hacia lo particular, manejando un sustento de bases informativas con reglamentos y publicaciones, buscando el acercamiento y criterio de los entrevistados, en los resultados encontrados en la investigación, así como en su gestión y desempeño. (Anexo 13).

3.6 Ejemplo de Sondeos de Opinión

3.6.1 Particular

Denominado particular ya que es realizado de manera individual a los estudiantes, de manera rápida, precisa y se manejara un criterio explicativo durante su ejecución, de tal manera de eliminar el riesgo de sesgo.

Las preguntas buscan recopilar resultados de información básica, que caracteriza a la investigación explorativa ya que se investigan criterios que cumplan los objetivos de investigación y permitan comprobar juicios de valor establecidos en cuanto a nivel de interés y participación del POP, que como se ha respaldado en el presente documento, más allá de la obligatoriedad de la temática, se requiere el criterio, necesidad e interés de cada uno de los estudiantes sobre proyectos denominados sociales o de vinculación de la facultad. Es así que se ejecuta al azar mediante la muestra establecida anteriormente.

3.6.2 Grupal

Se realizó este sondeo/entrevista para documentar la experiencia lograda de estudiantes, en un grupo de trabajo denominado estructura, conformado para ejecutar prácticas profesionales dentro de los talleres que realiza semestralmente la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la universidad.

Estas estructuras están conformadas por estudiantes de Relaciones Públicas de 11 a 12 alumnos por estructura de segundo a octavo semestre (140 en total). En donde se elaboró una propuesta por estructura para mediante los conocimientos adquiridos en la carrera asesore profesionalmente, a una institución social de alto riesgo como es el centro de Rehabilitación Femenino o Cárcel de mujeres de Quito.

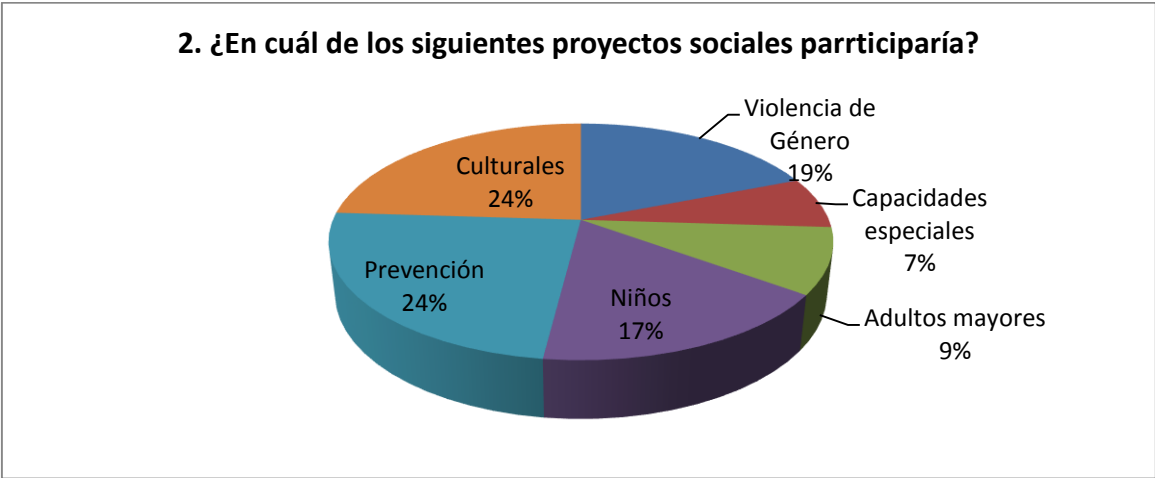
Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional
Sondeo de opinión “Experiencia del desarrollo de talleres profesionales, Caso: Cárcel de Mujeres”
Gerente:
Agencia:
1. ¿Qué contribución Social podría mencionar que se realizó con el trabajo a su cliente?
2. ¿Qué aprendizaje has adquirido en esta relación con el cliente?
3. De realizarse futuros proyectos sociales, ¿Qué podrías recomendar como apoyo por parte de la facultad, para el mejor desarrollo de los mismos?
4. ¿Qué medios de comunicación considerarías los más idóneos para tratar este tipo de temas e involucrar a los estudiantes?

3.7 Representación de resultados

3.7.1 Sondeo Particular

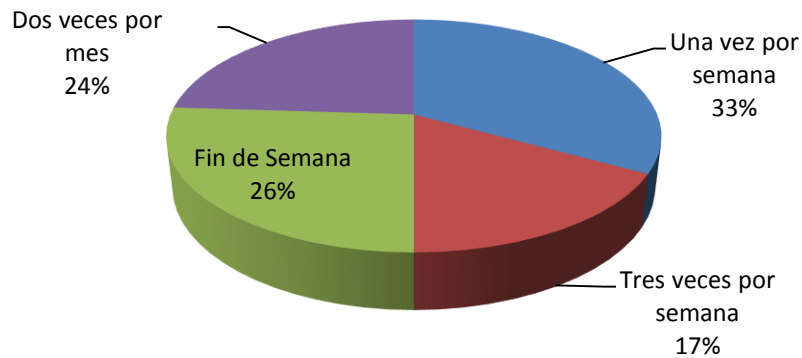


De 303 encuestados, 269 correspondientes al 89% mostraron interés en ser parte de campañas sociales a manera de voluntarios, y 34 correspondientes al 11% no tiene interés.



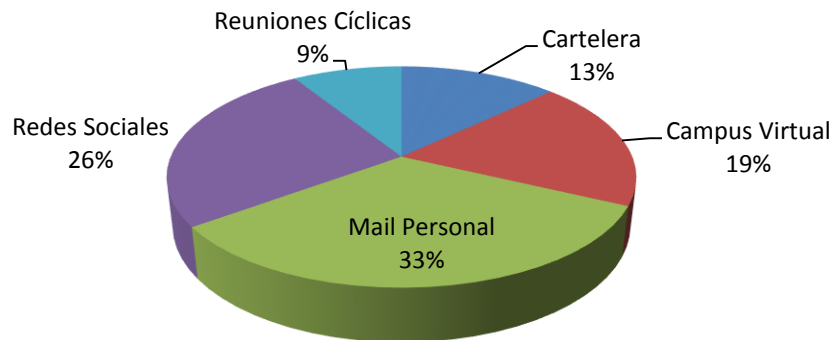
De 377 respuestas sobre la preferencia de proyectos que generan mayor interés en participar por parte de los encuestados, el mayor número de respuestas, es decir 91, en campañas de prevención con el 24%, en segundo lugar, con el mismo porcentaje y 89 respuestas, se encuentran las Campañas Culturales, en tercer lugar con 71 respuestas, correspondiente al 19%, se encuentran las campañas de Violencia de género.

3. ¿Qué tiempo dedicaría a este tipo de de servicio?



Referente al tiempo que emplearían para dedicar a los proyectos sociales, se destacan de 282 respuestas que, 93 correspondientes al 33% lo prefieren realizar una vez a la semana, y en segundo lugar con 68 respuestas, dos veces por mes siendo el 24%.

4. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información?



De 358 respuestas correspondientes a la manera que los encuestados prefieren recibir información, 119 que equivale al 33% escogen el mail personal como medio, en segundo lugar 93 encuestados, las redes sociales que es el 26%.

3.7.2 Grupal

Se determinará del 1% al 100% el rango de respuestas similares, tomando en cuenta las más representativas.

1. ¿Qué contribución Social podría mencionar que se realizó con el trabajo a su cliente?

Frecuencia:80%

Frecuencia: 60%

Se compró productos fabricados dentro.	Falto involucrarse más con el centro.
Darles a conocer como entes productivos camino a su rehabilitación.	Falta de apertura del cliente.

2. ¿Qué aprendizaje haz adquirido en esta relación con el cliente?

Frecuencia:70%

Se conoció un mundo diferente, con realidades que enseñan a valorar, no discriminar y sensibilizar.
A conocer y reconocer la inclusión social, desde la empatía

3. De realizarse futuros proyectos Sociales, ¿Qué podrías recomendar como apoyo por parte de la facultad, para el mejor desarrollo de los mismos?

Frecuencia: 70%	Frecuencia: 80%
Buen trabajo de logística, (movilización)	<p>*Se necesita apoyo de los docentes, el cómo actuar con este tipo de clientes.</p> <p>*Más apoyo de la facultad con insumos.</p> <p>*Apoyo en valores, para las estructuras.</p>

4. ¿Qué medios de comunicación considerarías los más idóneos para tratar este tipo de temas e involucrar a los estudiantes?

Frecuencia: 60%	Frecuencia: 80%
<p>Por ferias que nos den a conocer su diario vivir como charlas.</p> <p>Visitas a estos centros, hubo la apertura de los estudiantes a conocer.</p> <p>redes sociales, simulación de medio televisivo.</p>	<p>Se debe enseñar lo que son este tipo de campañas sociales.</p>

3.8 Diagnóstico

A través de la presente investigación, se ha obtenido los siguientes resultados:

3.8.1 Público Objetivo Primario (PoP)

- Los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en un 89% están dispuestos a realizar proyectos sociales como voluntarios, mostrando un interés, particularmente en las campañas de prevención, culturales y de violencia de género.
- Por la falta de insumos y experiencia que poseen los estudiantes es bajo el empleo de tiempo durante la semana para trabajar en proyectos sociales, ya que lo realizarían una vez por semana a dos veces por mes.
- Para que el alumnado conozca a fondo sobre las realidades de cualquier grupo social, le gustaría asistir a ferias, charlas y simulacros que le permitan sensibilizarse con los sujetos de estudio.

3.8.2 Público Objetivo Secundario (PoS)

- Los entrevistados se muestran identificados con el trabajo que realizan, queriendo potenciarlo y mejorarlo, más se ven limitados por inconsistencias legales generados por la administración del sector público, en lo que se refiere al trabajo de vinculación universitaria.

- El proceso que se lleva actualmente, es mediante la presentación de proyectos basados en los objetivos sociales del milenio y que respondan a la investigación y vinculación universitaria.
- Son los docentes los encargados y motivados a dar a conocer e interesar a los alumnos en lo que se refiere a vinculación social.
- No existe una adecuada comunicación entre el departamento de vinculación de la Facultad y la dirección de vinculación.
- Los medios de mayor aceptación para comunicarse con los estudiantes y mantenerles informados sobre actividades referentes a ser voluntario son el mail personal y las redes sociales.

3.9 Análisis FODA de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UTE, respecto a la vinculación universitaria.

FORTALEZAS

- Cuenta con una planta docente de primer nivel que imparte en cualquiera de sus mallas curriculares materias que involucran al alumno con el entorno.
- Tiene presencia y reconocimiento a nivel externo por sus talleres profesionales.
- Posee alumnos interesados en los cambios sociales.
- Las instalaciones como infraestructura, le permite realizar simulacros de medios y cualquier tipo de evento.

- Posee una filosofía, que da apertura a ideas creativas y apoyo a generar nuevos proyectos.

OPORTUNIDADES

- La Universidad está incursionando en la vinculación universitaria, por lo tanto está abierta a la colaboración de ideas y proyectos.
- Existe una gama de equipos y grupos con presencia social pertenecientes a la Universidad que colaboran con iniciativas de las facultades.
- En el país, a nivel general, existe una variedad de grupos sociales, del tercer sector y vulnerables con los cuales se pueden llegar a acuerdos de colaboración.
- Las organizaciones públicas y privadas actualmente se encuentran trabajando por comprometer a sus trabajadores y su labor con proyectos de Responsabilidad Social, es por eso que se presenta la oportunidad de trabajar en conjunto con las mismas.

DEBILIDADES

- Existen falencias en comunicación tanto vertical como horizontal, como el poseer varias plataformas de comunicación 2.0 para las mismas temáticas, o el separar los proyectos de las diversas facultades de acuerdo al criterio de cada encargado, entre otras.
- No se socializa la información referente a la vinculación social, sus metas y logros.
- Los alumnos no se sienten identificados con los trabajos sociales y de vinculación de la facultad, ya que a pesar de las declaratorias realizadas desde el departamento de vinculación como directamente del rectorado, la mayoría de proyectos los presentan los docentes y las charlas de presentación de proyectos están dirigidos a docentes.

AMENAZAS

- El cambio constante de la ley que rige a los organismos de educación superior respecto a vinculación social.
- Falta de apertura de parte de los grupos sociales, del tercer sector y vulnerables, para darse a conocer.

Capítulo IV

Propuesta

Modelo de responsabilidad Social para la Universidad Tecnológica Equinoccial

El presente modelo estará en su estructura y actividades, cimentado en las bases de la animación sociocultural así como en las herramientas de comunicación y persuasión de las Relaciones Públicas, mediante el cual se crearán procedimientos que hagan partícipes, motiven e involucren a los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en las necesidades sociales de su entorno.

Tal como es el requerimiento en el sistema legal actual del país y la filosofía universitaria.

Busca dejar una idea sostenible sobre el significado de conciencia social como parte de su formación académica y profesional, y que se pueda replicar o tomar como referencia para otras facultades.

4.1 Objetivo General del Plan de Responsabilidad Social (PRS)

Involucrar a los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), en la generación de proyectos de vinculación con la colectividad.

4.2 Objetivos Específicos PRS

I. Captar la atención de los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la U.T.E., hacia la gestión del departamento de Vinculación con la Colectividad de la facultad a través de su trayectoria.

II. Dar a conocer a los estudiantes y docentes de la facultad, a organizaciones que acogen y trabajan con grupos del tercer sector y vulnerables en la ciudad de Quito.

III. Fortalecer la imagen de la Vinculación con la Colectividad de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la U.T.E.

4.3 Descripción del Eje estratégico

Considerando al eje estratégico de una campaña, como el núcleo del planteamiento de ideas gráficas y estrategias, alrededor del cual se cumplirán los objetivos.

Esta propuesta visualmente, se basará en el concepto de HUMANIZAR.

Partiendo del reconocimiento de una problemática social, implica generar sensibilidad en las personas sobre las realidades cotidianas, de manera que se puedan replicar posteriormente en su vida social y profesional.

4.3.1 Propuesta de Mensaje

SER UTE ES SER (valor)....

Significado y Significante:

SER: Se refiere a la persona con sus partes que lo individualizan.

VALORES: Se ha escogido a los valores institucionales como el respeto, libertad, honestidad, solidaridad, justicia, equidad, integridad y transparencia. Como núcleo ideológico de la universidad.

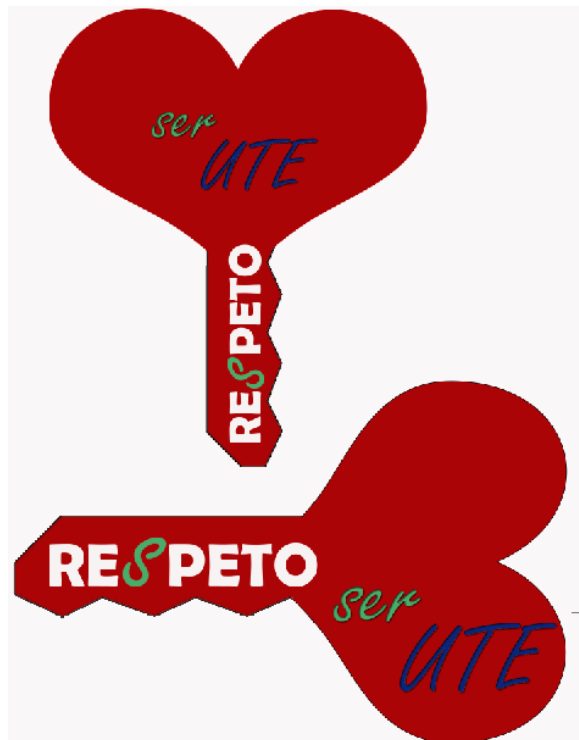
UTE: Como la casa generadora y de respaldo a los proyectos.

GRÁFICA

LLAVE: Apertura, oportunidad, herramienta para el descubrimiento de algo nuevo.

CORAZÓN: Humanidad, sentimiento, sensaciones.

4.3.2 Propuesta de Identidad Visual



Cromática:

Rojo: ⁶¹Control, pasión, peligro, el rojo es considerado el color de la sexualidad que llama la atención y despierta la pasión. Utilizado para captar la atención de los estudiantes e identificar con la pasión por el trabajo.

Verde y azul: colores corporativos de la Universidad tecnológica equinoccial.

⁶¹ Cfr. Heller Eva, "Psicología del color". Editorial Gustavo Gili, España, 2004, P. 60

Justificación:

La vinculación y la animación sociocultural, se basan en el entendimiento de los valores y la réplica de éstos socialmente. Puesto que la Universidad posee estos valores, se quiere identificar en el respaldo educativo a la práctica profesional humanista.

4.3.3 Conformación del equipo ejecutor

Se propone sea ejecutado, controlado y verificado, mediante un grupo de trabajo compuesto por:

- 3 pasantes de la facultad (Solicitado al departamento de Becas Académicas)
Ya que se han previsto horarios rotativos en la jornada de la mañana, de la tarde y noche. De tal forma que siempre este alguien del equipo ejecutor pendiente de las actividades a realizarse.
- Asesorados por los Directores de cada Escuela, reconocidos así por su manejo integral de los conocimientos específicos para cada carrera, y siendo los que conocen la planta docente como el proceso interno de la universidad, para aconsejar a quien podría dirigirse en las diversas dificultades que se presenten. (director de Educación Inicial, Publicidad, Relaciones Públicas, Diseño gráfico y periodismo).
- Dirigidos por el Responsable del Departamento de vinculación de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, como lo dispone el reglamento interno para la vinculación.

4.4 Modelo de Responsabilidad Social

Este modelo se ha elaborado a partir de los objetivos planteados dentro de la investigación y se ha subdividido para su cumplimiento en un proceso secuencial y concatenado, en donde se evidencien estructuralmente tanto el uso de las relaciones públicas (herramientas y soporte), como de la animación sociocultural (construcción y filosofía).

Es así que dentro de cada objetivo se han planteado:⁶²

Estrategias.- Patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar. Adecuadamente formulada pone orden y asigna los recursos de la organización, a efectos de lograr una situación viable y original, así como anticipar cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

Tácticas.- Método o la forma empleada, con el fin de cumplir un objetivo y que a la vez contribuye a lograr el propósito general, de acuerdo a las circunstancias que tiene que enfrentar.

Actividades.- Conjunto de trabajos o acciones que se hacen con un fin determinado o son propias de una persona, una profesión o una entidad, y se han codificado cada una de estas actividades para posteriormente realizar un proceso de evaluación y control de cumplimiento.

⁶² "Portal de Relaciones Públicas", versión electrónica, <http://www.rppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm#E>, NM COMUNICACIONES, 27/03/2013 11:15

Obj. I	Captar la atención de los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la U.T.E., hacia la gestión del departamento de Vinculación con la Colectividad de la Facultad a través de su trayectoria.			
	Estrategia	Táctica	Actividad	Código
I.I	Elaborar una campaña gráfica acerca de la base ideológica del departamento de Vinculación.	Crear expectativa utilizando los valores del departamento.	Publicar el mensaje en medios internos (atl) y lugares de concurrencia masiva (btl) ANEXO 2	001
		Dar a conocer la misión y visión de la Vinculación con la Colectividad.	Complementar los mensajes de expectativa atl y btl. ANEXO 3	002
			Utilizar los medios oficiales 2.0 de la facultad (mail personal y redes sociales), para transmitir el mensaje. ANEXO 4	003
I.II	Informar los procedimientos para la elaboración de Proyectos y la importancia de los mismos en el desarrollo profesional.	Divulgar los programas y objetivos que el área ha desarrollado con éxito.	Elaborar collages de los trabajos realizados en línea de tiempo. ANEXO 5	004
			Realizar entrevistas testimoniales de los participantes en los programas para difusión 2.0.	005
		Dar a conocer el procedimiento del modelo de Animación Socio Cultural.	Realizar el lanzamiento del Manual de Procedimientos. ANEXO 6	006
			Elaborar postales y adhesivos concernientes a la campaña. ANEXO 7	007

Obj. II	Dar a conocer a los estudiantes y docentes de la facultad, las organizaciones que acogen y trabajan con grupos del tercer sector y vulnerables en la ciudad de Quito.			
	Estrategia	Táctica	Actividad	Código
II.I	Persuadir a instituciones del Tercer sector al apoyo del nuevo modelo de Vinculación con la colectividad de la facultad.	Elaborar una base de datos de las instituciones del Tercer sector por su trayectoria, colaboración, presencia en medios y apertura.	Desarrollar una agenda de contactos e investigar sus plataformas de comunicación.	008
			Enviar comunicados a las instituciones sobre del trabajo de la facultad hacia el desarrollo integral del ser humano, mediante su programa de vinculación con la colectividad. ANEXO 8	009
		Realizar visitas informativas a las instituciones escogidas.	Elaborar una exposición sobre el Modelo de animación Sociocultural y su incidencia en el comportamiento humano.	010
			Documentar y revisar las visitas.	011
II.II	Establecer una comunicación bidireccional entre las Instituciones del tercer sector con los estudiantes y docentes de la facultad.	Realizar talleres-conversatorios de parte de las instituciones Vinculadas hacia los estudiantes y docentes, sobre el trabajo que estas realizan. ANEXO 9	Facilitar la exposición con material audio visual y de respaldo.	012
			Gestionar la asistencia de los estudiantes mediante acuerdos de horas de vinculación.	013
			Moderar un conversatorio y registrar conclusiones	014
		Convocar ferias mediante el calendario de festividades de las Naciones Unidas. ANEXO 10	Facilitar stands y material para las instituciones convocadas.	015
			Persuadir la asistencia y colaboración de los estudiantes	016
			Documentar y comunicar el desarrollo de estas ferias por los medios 2.0 seleccionados.	017

Obj. III	Fortalecer la imagen de la Vinculación con la Colectividad, de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la U.T.E.			
	Estrategia	Táctica	Actividad	Código
III.I	Fortalecer la imagen interna de la facultad, con sus públicos relacionados.	Elaborar un archivo histórico de las campañas generadas y las instituciones vinculadas.	Documentar memorias resumidas de los trabajos realizados.	018
			Difundir fotografías y videos de los eventos elaborados en los medios convencionales y 2.0 internos.	019
		Detectar y registrar inconvenientes en la consecución del proyecto.	Hacer un seguimiento y determinar informes sobre las novedades detectadas.	020
III.II	Dar a conocer a las demás facultades de la Universidad el desarrollo de este plan de Vinculación.	Informar mediante entregables y memorias el desarrollo del proyecto.	Entregar boletines y documentación al departamento de Relaciones Públicas de la Universidad para la difusión interna.	021
			Facilitar memorias de los eventos realizados a los encargados de vinculación de otras facultades y sus respectivos decanatos.	022
		Establecer la acogida del proyecto institucionalmente.	Realizar una investigación observacional de los comentarios y respuestas generados en redes sociales.	023
			Documentar y asesorar las réplicas del proyecto.	024
III. III	Informar externamente el trabajo realizado en cuanto a vinculación con la colectividad.	Utilizar recursos gratuitos de gestión en Mass Media	Enviar boletines y kits de prensa a medios escritos vinculados para generar Free press.	025
			Elaborar una gira de entrevistas en radio y prensa, para noticieros, programas de la comunidad y variedades, con un vocero oficial y un representante de las instituciones vinculadas.	026
		Rendir cuentas a instituciones gubernamentales y de control	Entregar memorias y descripción del proyecto a los departamentos de comunicación de las organizaciones gubernamentales y de control.	027
			Documentar menciones o réplicas de noticias generadas.	028

4.5 Evaluación y control del modelo de Responsabilidad Social

Es el proceso que verifica el estado de cumplimiento de las actividades planteadas, dentro de sus tácticas y estrategias, y busca el desarrollo de cada una de ellas lo que permitirá alcanzar el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos y del objetivo general, supervisando así la obtención de resultados.

Esta evaluación es una herramienta que permitirá tomar decisiones sobre el modelo planteado y cada una de sus fases de tal manera que de existir algún problema, se pueda corregir sin afectar el proceso en general. A partir de la codificación de cada actividad dentro del modelo se plantearan indicadores, los cuales dentro de su cumplimiento podrán ser evaluados dándoles un valor a los mismos, la mayoría de los indicadores deben ser estudiados en base a su comportamiento específico ya que hay que considerar las variables que poseen, para la evaluación y control se propone el método del semáforo:⁶³

Color Verde: Bajo control

Color Amarillo: atención o precaución

Color Rojo: fuera de control, para acciones correctivas

RANGO DE EVALUACIÓN	CONDICIÓN	
Desde 90% en adelante	Bajo Control	Verde
Entre 60% y 89,99%	Precaución	Amarillo
Entre 0% y 59,99%	Fuera de Control	Rojo

Cuadro 12 Consideraciones de Gestión para el Indicador

⁶³ **GONZÁLEZ, Francisco; BRAVO, Luis.** "Indicadores de Calidad y Productividad en la Empresa". Segunda Edición. Editorial FIM. México, 1992.

Para dar porcentaje a los indicadores:

$$\frac{\text{Ejecución Física Real Relativa para el Período}}{\text{Ejecución Física Programada Relativa para el Período}} \times 100\%$$

Cód.	Método	Indicador
001	Conteo y verificación de publicaciones atl y btl.	Número de publicaciones
002	Conteo y actualización de publicaciones atl y btl.	Número de actualizaciones
003	Interés generado	Porcentaje de seguidores y comentarios
004	Información Recopilada	Número de trabajos elaborados
005		
006	Interés generado	Número de Asistentes
007	Elaboración y entrega de material	Cantidad de material distribuido
008	Información recopilada	Cantidad de contactos compilados
009	Información e interés generado	Número de respuestas y entregas
010	Visitas realizadas	Número de visitas realizadas
011	Información recopilada	Cantidad de reportes presentados
012	Material entregado pertinente	Cantidad de material entregado
013	Interés generado	Número de asistentes
014	Información recopilada	Número de reportes presentados
015	Material entregado	Cantidad de expositores
016	Interés generado	Número de asistentes al evento
017	Información generada	Porcentaje de información pautaada
018	Información recopilada	Número de reportes compilados
019	Información generada	Porcentaje de información pautaada
020	Registro de observaciones	Cantidad de observaciones
021	Información recopilada	Número de boletines entregados
022		Cantidad de información entregada
023	Fichas de Observación	Número de comentarios positivos
024	Réplicas de proyecto	Cantidad de réplicas realizadas
025	Información enviada	Número de kits recibidos
026	Entrevistas realizadas	Número de entrevistas
027	Información generada	Número de memorias recibidas
028	Interés generado	Cantidad de artículos recopilados

4.6 Presupuesto

Ítem	Descripción	Total
Material Impreso	<ul style="list-style-type: none"> • Manual • Trípticos • Adhesivos • Gigantografías • Invitaciones 	\$2200,00
Papelería	<ul style="list-style-type: none"> • Impresiones • Carpetas • Tarjetas • Boletines • Material de oficina 	\$200,00
Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Adhesivos de auto • Esferos • Camisetas • Postales 	\$1000,00
Material para medios	<ul style="list-style-type: none"> • Grabación • Masterización • Videos • Edición • Entregables • Fotografía 	\$1500,00
Evento	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación y sonido • Alimentos y bebidas • Adecuación 	\$800,00
Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Viáticos • Honorarios 	\$1000,00
TOTAL		\$6100,00

Nota:

- No incluye impuestos
- Los rubros que se puedan gestionar de manera gratuita o auspiciada tendrán un descuento sobre el rubro individual.

4.7 Conclusiones y recomendaciones

- La vinculación universitaria en el Ecuador apunta institucionalmente al crecimiento integral y la cooperación, en la relación alumno-docente. Y externamente busca que se genere una dinámica social la cual, a través de compartir conocimientos como institución del saber, ayude al desarrollo de grupos determinados.
- La vinculación con la comunidad en los estudiantes, genera un cambio de actitud hacia la vida y complementa su carrera a largo plazo para la práctica profesional, haciéndolo consciente del entorno y sus necesidades.
- Las instituciones universitarias se ven en el deber de cumplir con requisitos que permitan valorar al producto (estudiantes), como entes emprendedores y que aporten a la sociedad.
- Las universidades deben lograr que el medio externo exprese satisfacción respecto a la trascendencia y coherencia en relación a las características institucionales y requerimientos sociales, a través de la formación profesional.
- La vinculación social como un tema reciente y de implicación comunitaria permite ser una herramienta válida y de interés para dar a conocer a la institución que la ejerza mejorando su apreciación.
- La Responsabilidad Social constituye un valor organizacional, que apoya y facilita la construcción de una buena imagen corporativa.
- Las empresas, organismos e instituciones para considerarse como organizaciones, deben cumplir con procesos de comunicación los cuales permitan su funcionamiento ante sus públicos vinculados y su realidad social.

- Las Relaciones Públicas permiten en un marco de comunicación e interacción social de una organización, consolidar la información enviada a los públicos como un conjunto de mensajes persuasivos y particulares de acuerdo a los grados de implicación de los mismos.
- La participación activa y consciente de los estudiantes en las actividades de Vinculación con la comunidad, permitirá que desarrollen y canalicen sus habilidades, energías y conocimientos al servicio de la sociedad de manera comprometida y con responsabilidad ulterior.
- Mediante este modelo, se plantearán ideas de cooperación a objetivos comunes, dentro de una sola cadena de información, seleccionada por el público investigado.
- El modelo busca motivar a la generación de proyectos sociales, por parte de los estudiantes, y con base en su preparación profesional y humana.
- Con la aprobación y puesta en práctica de esta propuesta se podrán implementar planes de trabajo en conjunto con organizaciones del tercer sector.

Bibliografía

- ARBOLEDA, R. (2010). *La comunicación Corporativa*. Quito: UTE.
- ARMAS, B. (14 de Octubre de 2011). Proyectos propuestos por las unidades académicas. (I. Proaño, Entrevistador)
- ASAMBLEA NACIONAL, I. (2009). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito: Nacional.
- CAPRIOTTI, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.
- CARAPAICA, L. (2 de Junio de 2009). *¿Qué es la responsabilidad Social Empresarial?, Estrategias empresariales*. . Obtenido de <http://estrategias-empresariales.com/blog/?m=200907>
- CARIDE, J. (2 de Abril de 2005). *La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación Social*. Obtenido de http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_05.pdf
- CEAACES, I. (2009). *Modelo de evaluación y desempeño de las Instituciones de educación superior*. Quito: Nacional.
- CISC, I. (9 de Enero de 2011). *Laboratorio de Cibermetria España, Ranking Web enero 2011 de universidades ecuatorianas, para perspectiva del impacto*. Obtenido de http://www.webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ec
- COMISIÓN EUROPEA, I. (2001). *Comisión europea: Marco para la responsabilidad social de las empresas*. Barcelona: UE.
- FERNÁNDEZ , F., & BARQUERO, D. (2004). *El libro azul del protocolo y las relaciones Públicas*. Madrid: McGraw Hill.

- LATTIMORE, D., BASKIN, O., HEIMAN, S., & THOT, E. (2008). *Relaciones Públicas, Profesión y práctica*. México: Mc Graw Hill.
- MARI, R. (2005). *Animación Sociocultural y Educación social*. Barcelona: Castilla de la Mancha.
- MARINSALDA, M. (9 de Enero de 2010). *Monografías, Instituciones y organizaciones*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos13/trainsti/trainsti.shtml>
- NOTARIA TRIGÉSIMA DEL CANTÓN QUITO, I. (20 de Febrero de 1986). Estamento de la conformación Universitaria . *Acta de Compromiso*. Quito, Pichincha, Ecuador: Notarial.
- OPINION PUBLICA, I. (15 de Septiembre de 2012). *Portal de Relaciones Públicas*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/opinionpublica.htm>
- PÉREZ, G., & PÉREZ, M. V. (2006). *Qué es la Animación Sociocultural*. Madrid: Narcea.
- PULIDO, C. (2006). *Debe ser en la Responsabilidad Social, ¿Utopía o proceso?* Barcelona: Fundación Universitaria Monserrate.
- RAMOS, D. (2007). *Manual básico de comunicación corporativa*. Bogota : San Pablo.
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, I. (15 de Febrero de 2012). *Real Academia de la Lengua Española en línea*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/>
- REVISTA VISTAZO, I. (3 de Diciembre de 2009). *Revista Vistazo On-line, Calificación de las universidades según el CONEA, según el informe presentado a la Asamblea Nacional Constituyente*. . Obtenido de <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926>
- REY , J., PINEDA , A., & RAMOS , M. (2008). *Publicidad y sociedad, un viaje de ida y vuelta*. Madrid: Comunicación Social.

- RODRIGUEZ, I. (31 de Marzo de 2005). *Gestiopolis, Comunicación organizacional: Teorias y puntos de vista*. . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>
- SOLOMON, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- UNIVERSIDAD INTERAMERICANA, I. (12 de Agosto de 1978). *Primera asamblea mundial de Relaciones Públicas*. Obtenido de <http://www.unica.edu.do/acuerdomexico.htm>
- UTE, I. (22 de Febrero de 2010). *Universidad Tecnológica Equinoccial, Programas y proyectos de vinculación con la colectividad*. Obtenido de <http://www.ute.edu.ec/default.aspx?&idCategoria=291&idSeccion=509>
- UTE, I. (10 de Marzo de 2013). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de <http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idSeccion=33&idCategoria=99&idPortal=1>.
- UTE, I. (25 de aBRIL de 2013). *Universidad Tecnológica Equinoccial, “La universidad, Mision-vision-valores corporativos”*. . Obtenido de <http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idPortal=1&idSeccion=43&idCategoria=103>
- WATERHOUSE, P. (15 de Junio de 2003). *Price Waterhouse*. Obtenido de <http://pwc-interamerica.com/RSC/Informe%20resultados%20RSC-CR.pdf>
- WILCOX, Dennis , CAMERON, Glen , & XIFRA, Jordi. (2006). *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson.
- ZYGAENA, P. (2009). *Diccionario Enciclopédico Castell4*. Barcelona: Hachette .

Anexos

1	Resolución Rectoral
2	Gráficas Medios ATL / BTL
3	Gráficas Complemento de Medios
4	Gráficas 2.0
5	Matriz Collage
6	Lanzamiento Manual de Procedimientos
7	Postales y adhesivos
8	Comunicado Instituciones
9	Talleres
10	Ferias
11	Bancos de preguntas de entrevistas

ANEXO 1

RESOLUCIÓN

RECTORAL



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

Quito, 18 de noviembre del año 2009.
Resolución No. 072-R-09.

DOCTOR ÁLVARO TRUEBA BARAHONA
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

CONSIDERANDO:

Que la Vinculación con la Colectividad tiene como fin articular estrategias integrales que permitan relacionar a la Universidad con la sociedad a través de acciones que atiendan problemas prioritarios para el desarrollo nacional;

Que es necesario contar con procedimientos que posibiliten la interrelación de las actividades de Vinculación con la Colectividad, con los ámbitos de la Docencia, Investigación y Gestión;

En uso de sus atribuciones:

RESUELVE:

**EXPEDIR EL INSTRUCTIVO PARA LA EJECUCIÓN DE PROGRAMAS Y
PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD**



Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**



PROGRAMAS Y PROYECTOS

Art. 1.- Los Programas de Vinculación con la Colectividad, constituyen el nexo que posibilita la relación directa y permanente entre la Universidad y su entorno, y entre aquella y las realidades productivas y sociales; comprende toda la oferta de proyectos inherentes a la formación académica y humanista que se imparte en la UTE.

Las Facultades, Departamentos, Institutos, Direcciones, y Estamentos, de los distintos campus de la Universidad deberán crear PROGRAMAS DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD, los mismos que se instituyen como una alternativa formadora de la integralidad de los estudiantes, del fortalecimiento de la docencia y de la interacción entre la comunidad universitaria en general y la sociedad; para tal efecto:

- a) Los Programas de Vinculación con la Colectividad, deberán ser consensuados entre las distintas Unidades, el Vicerrectorado General Académico y la Dirección de Vinculación con la Colectividad, quienes a su vez los someterán a consideración de la Comisión de Vinculación con la Colectividad para su análisis y aprobación.
- b) A fin de legitimar la presencia de la Universidad en la sociedad, a través de la ejecución de sus programas y proyectos, será necesario contar con un convenio, contrato o acuerdo suscrito por el señor Rector de la Universidad y el representante legal de la entidad o del colectivo beneficiario involucrado, a fin de determinar los términos y alcance de lo acordado; previo informe del Procurador de la Universidad.

DE LOS PROYECTOS

Art. 2.- Los programas de vinculación serán alimentados por proyectos, los cuales deberán surgir como elemento coadyuvante a la solución de problemáticas puntuales previamente diagnosticadas, o como manifestaciones voluntarias de acercamiento, participación e integración con la sociedad.

- a) Los proyectos, surgirán por iniciativa de cualquier Unidad Académica, Dependencia Administrativa o Estamentos de la Universidad; sin embargo, Docentes, Estudiantes, Empleados y Trabajadores, podrán presentar sus

Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

propuestas ante la máxima autoridad de la Unidad a la que perteneciera a través de los Responsables de Vinculación, para su aprobación; con observancia a lo establecido en este instructivo, y al procedimiento y metodología definida por la Dirección de Vinculación con la Colectividad.

- b) Luego de aprobado un proyecto, podrá iniciar la fase de ejecución según el cronograma planteado, proceso que será asistido por el responsable encargado de Vinculación en la Unidad Académica.
- c) Los recursos financieros que requiera cada proyecto deberán ser incluidos en el presupuesto anual de actividades, dejando además abierta la posibilidad a la cooperación pública, privada e internacional.

Su utilización se basará en criterios de eficacia y eficiencia

- d) La Dirección de Vinculación con la Colectividad, deberá conocer los proyectos, podrá verificar el avance y ejecución de los mismos y custodiará los formatos de presentación y los informes finales con sus respectivas evidencias; a más de lo establecido en el Reglamento de la Comisión de Vinculación con la Colectividad.
- e) El informe final, de los proyectos que surjan en las Unidades Académicas, será presentado ante el Vicerrectorado General Académico, dentro de los 10 días posteriores a la culminación del mismo, de acuerdo al formato proporcionado por la Dirección de Vinculación con la Colectividad, al que se anexará: 1) La certificación del Docente Responsable de la Vinculación sobre la culminación del proyecto, 2) La certificación del Docente Tutor informando las áreas de trabajo y su focalización para posibles temas de investigación, 3) La certificación de impacto de la institución beneficiaria, 4) copia del convenio, contrato, o acuerdo, 5) copia de los certificados emitidos a los participantes, y 6) Certificación de la biblioteca de recepción del proyecto y su informe final.
- f) Con el fin de poner a disposición de la comunidad universitaria los aportes realizados en los proyectos será necesario que los responsables de la ejecución del mismo entreguen una copia a la biblioteca; dependencia que extenderá una certificación de recepción, la cual será anexada al informe final.



Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

- g) En cuanto a las demás dependencias será necesario emitir un informe evaluando la intervención y señalando las conclusiones a las que se ha llegado, en un plazo no mayor a 10 días a la culminación del proyecto y anexando las evidencias respectivas en disco compacto con formatos PDF.
- h) De requerir un plazo adicional para la entrega del informe final, la Autoridad o Responsable de la Unidad, podrá otorgar una prórroga de hasta 10 días adicionales, por una sola vez.
- i) Los responsables de los proyectos y sus autoridades, tendrán la obligatoriedad de mantener los registros actualizados, a través de la herramienta informática que el IDIC implemente para el efecto.

ÁMBITOS DE ACCIÓN DE LOS PROYECTOS

Art. 3.- La vinculación universitaria y sus proyectos estarán direccionados desde los siguientes ámbitos de acción así:

- a) Vinculación de ámbito Académico, Formativo e Investigativo: Son aquellos proyectos que buscan propiciar la transferencia del conocimiento, con apego a las áreas de profesionalización de las unidades académicas, a favor de un tercero, para que este pueda responder de mejor manera a los retos del tiempo y las circunstancias, a través de actividades como: la investigación, la adaptación a nuevas tecnologías, mejora de la calidad, el diagnóstico, la evaluación, la innovación, y la planeación, entre otros.
- b) La Dirección de Investigación y Transferencia de Tecnología ITT, procura incentivar y desarrollar la actividad investigativa de la Universidad, generando una relación dinámica entre ésta y la innovación, influyendo principalmente en los procesos de generación de conocimiento, productivos, tecnológicos y de desarrollo de los sectores de la sociedad, para finalmente transferirlos a los beneficiarios, como producto de vinculación, procurando así la apropiación social de los conocimientos generados en la Universidad.

Sus políticas, estrategias y lineamientos son definidos por la Comisión de Investigación y se las realiza en base a los requerimientos sociales permanentemente determinados mediante el relacionamiento directo con los actores sociales más significativos así como la articulación con las competencias

Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

y potencialidades de cada una de las instancias académicas que tiene la Universidad a nivel nacional.

- c) Vinculación de ámbito Desarrollo y Cooperación Ambiental: Está orientado a formular y ejecutar proyectos que propicien mejorar la calidad de vida de los sectores de la sociedad, manteniendo como premisa la sostenibilidad de los mismos; sus áreas de trabajo se circunscriben a: desarrollo humano y liderazgo, diseño e imagen, infraestructura física, infraestructura virtual, fomento económico productivo, servicios y gestión ambiental.
- d) La Estación Pindo – Mirador, es la dependencia que conserva y protege las especies y ecosistemas de la microcuenca de bosques tropicales de la Amazonía, ejecuta proyectos de recuperación de hábitats de reforestación, además fomenta procesos educativos y formativos a nivel local y nacional; para lo cual se apoya en la cooperación internacional con instituciones dedicadas a la investigación biológica.
- e) Vinculación de ámbito Voluntariado Universitario: Constituye un Programa de la Universidad, y es una de las estructuras solidarias de interrelación con la sociedad; con su integración a las actividades se favorece la promoción de los valores institucionales como: solidaridad, equidad, justicia, integridad, compromiso, responsabilidad social y el servicio a la comunidad.

Se podrá ejercer individualmente o en equipo, a través de los convenios o mecanismos de representatividad suscritos por la Universidad, que se encuentren debidamente registrados en la Dirección de Vinculación con la Colectividad, los cuales serán ofertados a todas las unidades.

Los proyectos de voluntariado, de iniciativa de los estudiantes, docentes, empleados y trabajadores, deberán ceñirse al procedimiento establecido en este instructivo.

- f) Vinculación de ámbito Cultural: Esta dirigido al fomento de las expresiones culturales de la sociedad, y se ejercerá a través de los proyectos que se propongan ante las Comisiones de Cultura de los respectivos campus.
- g) Vinculación de ámbito Deportivo - Recreativo: La Dirección de Deportes, deberá crear proyectos tendientes a fomentar e impulsar, el deporte y la recreación de

Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**



SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

los integrantes de la comunidad universitaria; a través de la realización de eventos y de la incorporación de disciplinas deportivas a favor del estudiantado y la comunidad

- h) Vinculación mediante la Prestación de Servicios de Extensión : La Dirección de Extensión Universitaria generará una permanente oferta de servicios académicos, a los sectores de la sociedad que demanden actualización, capacitación y la cooperación a través de las especialidades formativas de la Universidad inherentes a sus áreas de profesionalización; los cuales se impartirán a través de talleres, cursos, seminarios y demás recursos formativos; mismos que se ejercerán de manera amplia a través de los organismos públicos y privados nacionales e internacionales, capaces de contratar sus servicios a beneficio de terceros.
- i) Vinculación mediante la Investigación de Mercados, el Perfeccionamiento Académico y la Actualización: La Dirección General de Posgrados, busca fomentar la educación especializada, a través de la oferta académica, en base a la renovación sistemática de los conocimientos en directivos, técnicos y especialistas de entidades públicas y privadas que requieren mejorar su desempeño e iniciativas de tipo estratégico.

Los trabajos finales de graduación serán planteados con evidente soporte investigativo y sus conclusiones capaces de ser transferidas a la sociedad como producto de Vinculación con la Colectividad.

A través de la investigación de mercados podrá confrontar las necesidades de actualización profesional de la sociedad y emprender programas abiertos de educación continua.

- j) Vinculación mediante la Generación Bibliográfica y la Divulgación: La generación bibliográfica de la Universidad deberá ser preferentemente de la siguiente clase:
- Publicación de Investigación Científica y Tecnológica
 - Publicación de Reflexión y Análisis
 - Publicación de Gestión

Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**



SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

Su instancia de aprobación serán las comisiones o comités que de acuerdo con su naturaleza, se han conformado para el efecto.

Los canales de su distribución son las mismas unidades generadoras de la obra; sin embargo las Direcciones de Relaciones Públicas y de Vinculación con la Colectividad deberán incorporar acciones para atender las demandas de información y divulgación a públicos especiales.

**SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES EN
PROYECTOS DE VINCULACIÓN.**

Art. 4.- Todos los estudiantes, podrán participar en cualquiera de los ámbitos de vinculación anotados, a través de proyectos que serán ejecutados a partir de primer nivel.

- a) El número de estudiantes intervinientes por proyecto, será selectivo y dimensionado con apego a los siguientes criterios:
- Cualitativo: En función de las competencias que deban reunir los estudiantes para su aporte.
 - Cuantitativo: En razón de conformar un número de integrantes equilibrado de acuerdo a la magnitud del proyecto.
 - Cronológico: Que considere como prioridad el cumplimiento de los plazos y se logre el objetivo.
- b) Cada proyecto deberá contar con un equipo para su ejecución, el cual estará conformado de la siguiente forma:
- Un Docente Encargado de la Vinculación perteneciente a la Unidad Académica, deberá ser de preferencia con dedicación a tiempo completo, el cual identificará, socializará y dirigirá los proyectos que pueda ejecutar la Unidad Académica; además acogerá y canalizará los requerimientos formulados desde la Dirección de Vinculación y retroalimentará la información sobre el avance de los programas y sus proyectos.





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

- Un Docente Tutor: Quien será seleccionado en función de los siguientes criterios:

Pertinencia: Formación y experiencia que deberán estar en relación con el proyecto planteado.

Alternancia: Observar una necesaria rotación en la participación de proyectos.

Patrocinio: Si el docente es el promotor del proyecto.

- Estudiantes:
Competencias: Contar con las capacidades requeridas para la ejecución del proyecto.

Art. 5.- Los proyectos deberán tener una duración mínima de 40 horas de ejecución por parte de los estudiantes, y hasta el final de la carrera, completar 100 horas de labor en materia de vinculación.

REGISTRO Y CERTIFICACIÓN

Art. 6.- La Autoridad Académica de la Unidad, acreditará el número de horas respectivas y extenderá los certificados a los estudiantes y docentes participantes en los proyectos.

Art. 7.- El aporte docente en proyectos de vinculación, será considerado para su ascenso de categoría, de acuerdo al Sistema de Carrera Docente.

EQUIPARACIÓN

Art. 8.- La convalidación de horas de vinculación con la colectividad podrá realizarse de acuerdo a los siguientes términos:

- a) Si la tesis de pregrado o temas de investigación fueran presentados, calificados y aprobados por la Comisión de Investigación de la Universidad para continuar con su implementación.

Campus Matriz Quito: Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs.: 2446 233/258/259 Ext. 121/122 **Quito - Ecuador**





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SECRETARÍA GENERAL - PROCURADURÍA

- b) Si los méritos del estudiante, en disciplinas Deportivas, Culturales y Embajadas Académicas le hicieran merecedor a alguna distinción o premio.
- c) Para su aprobación, el Vicerrectorado General Académico emitirá la resolución respectiva, previa solicitud del interesado.

DISCIPLINA

Art. 9.- Los casos de indisciplina serán sancionados de acuerdo a lo establecido en la normatividad interna de la Universidad.

Art 10.- En todo lo no previsto en el presente Instructivo se estará a lo dispuesto en el Estatuto de la Universidad y sus Reglamentos..

Encargar la ejecución de la presente Resolución a la Comisión de Vinculación con la Colectividad.

[Firma]
Dr. Álvaro Trueba-Batallón
RECTOR



cc. Comisión de Vinculación

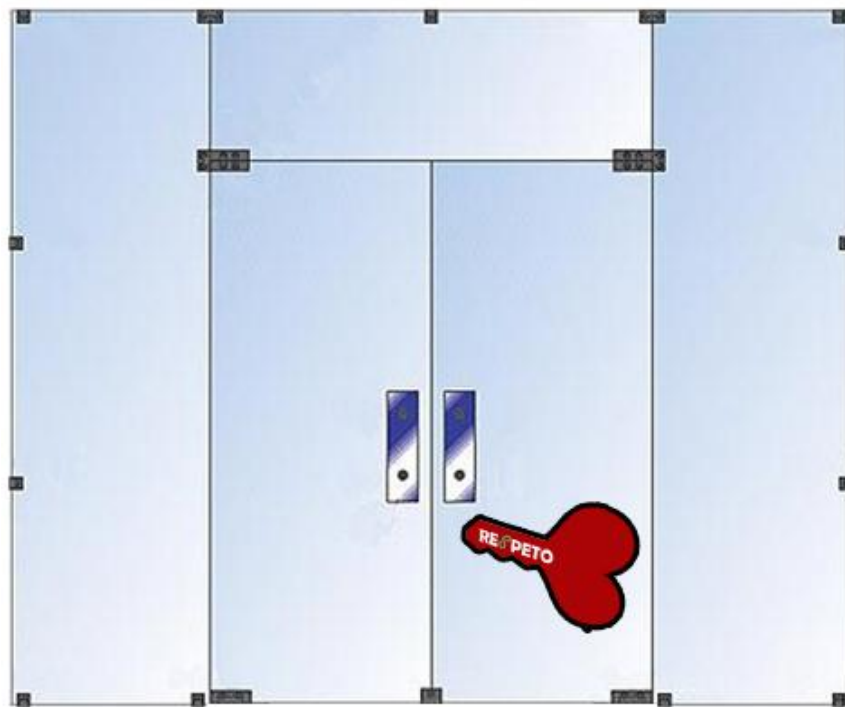


ANEXO 2

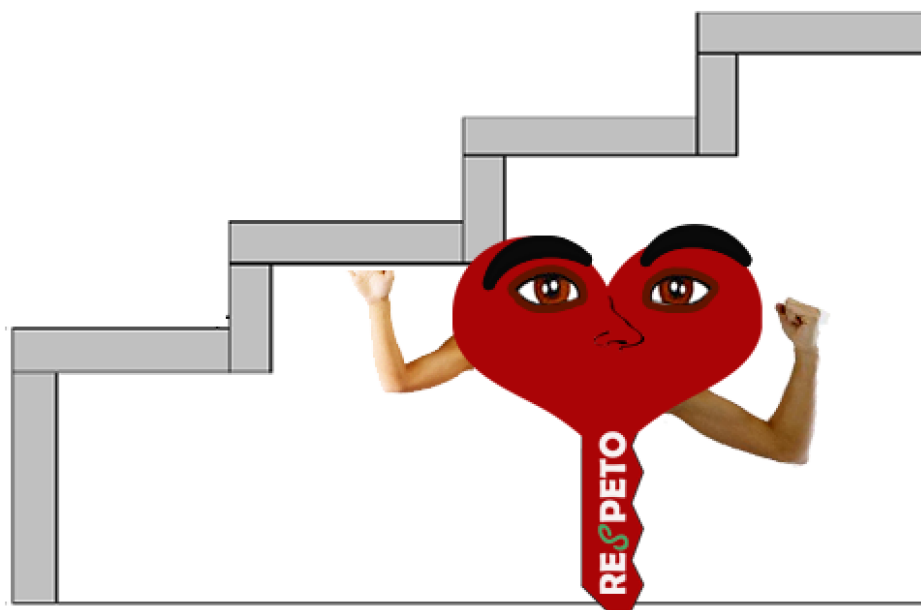
GRÁFICAS COMUNICACIÓN INTERNA MEDIOS ATL - BTL



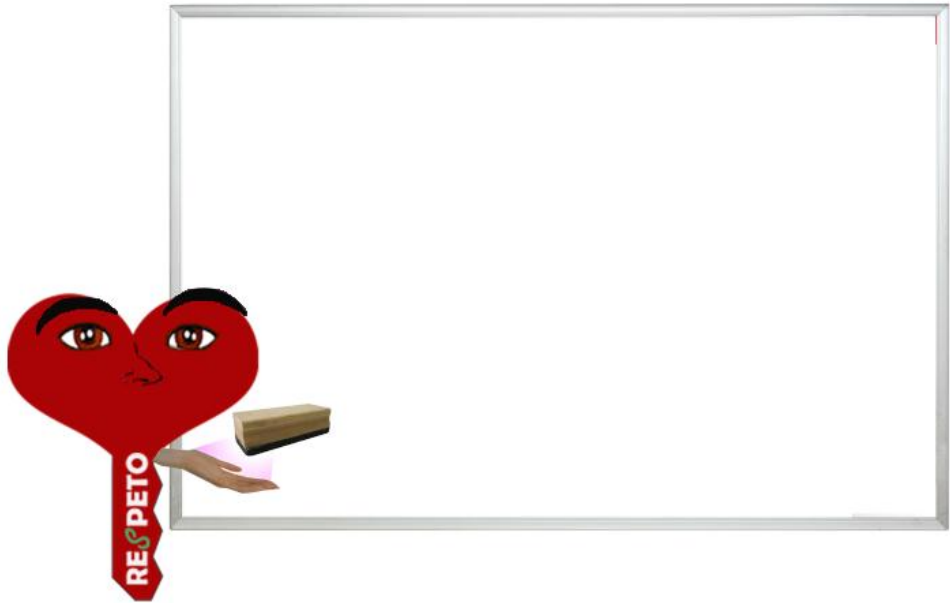
Ingresos:



Gradas:



Aulas:



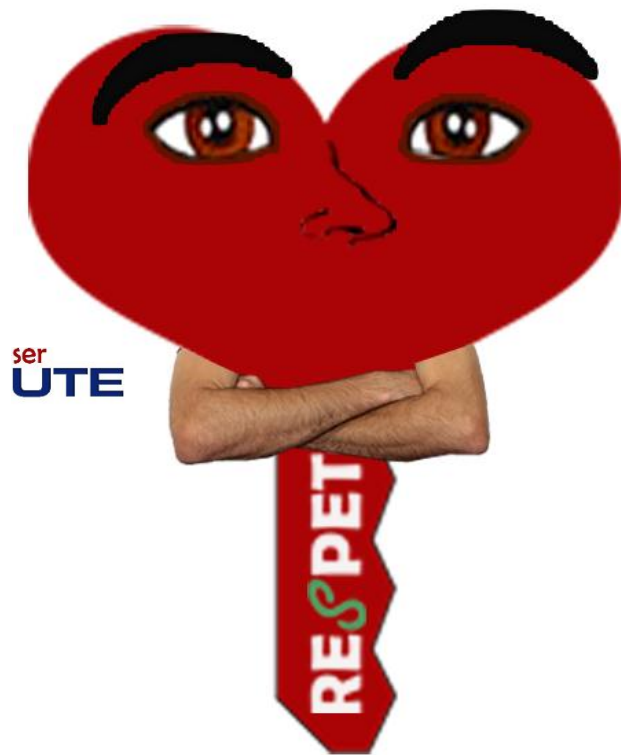
Baño:



ANEXO 3

GRÁFICAS COMUNICACIÓN INTERNA

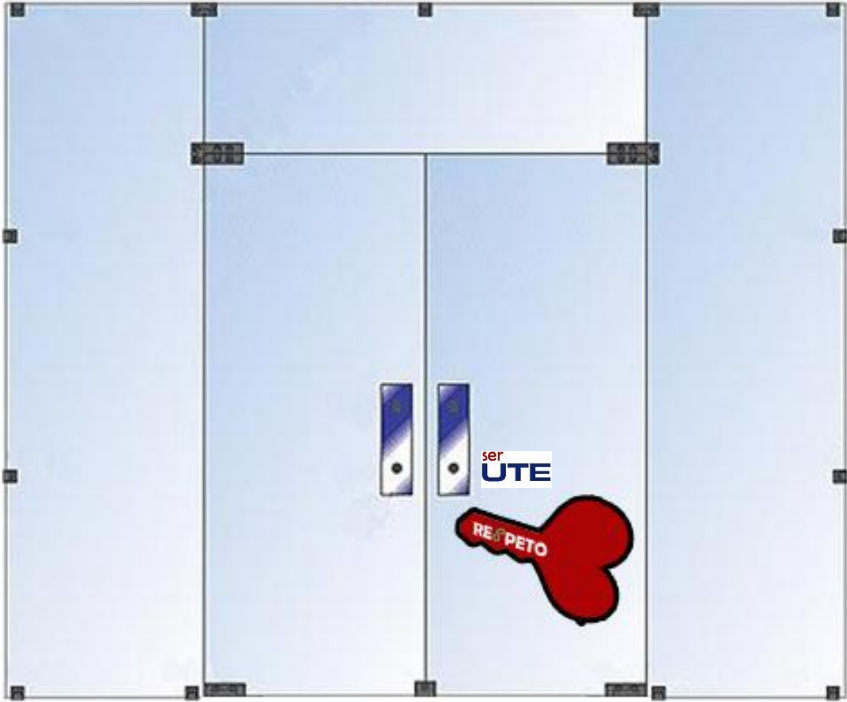
COMPLEMENTACIÓN DEL MENSAJE



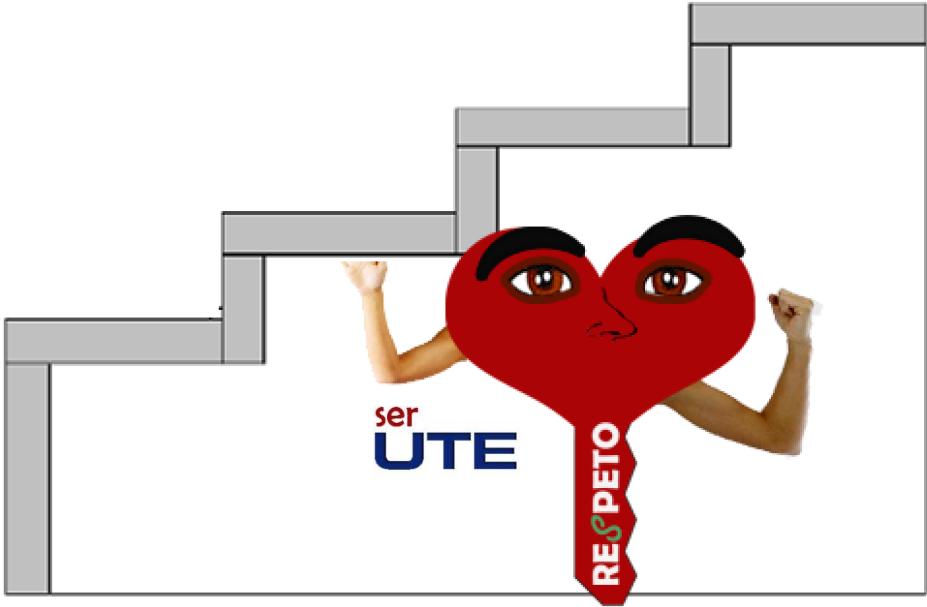
ser
UTE



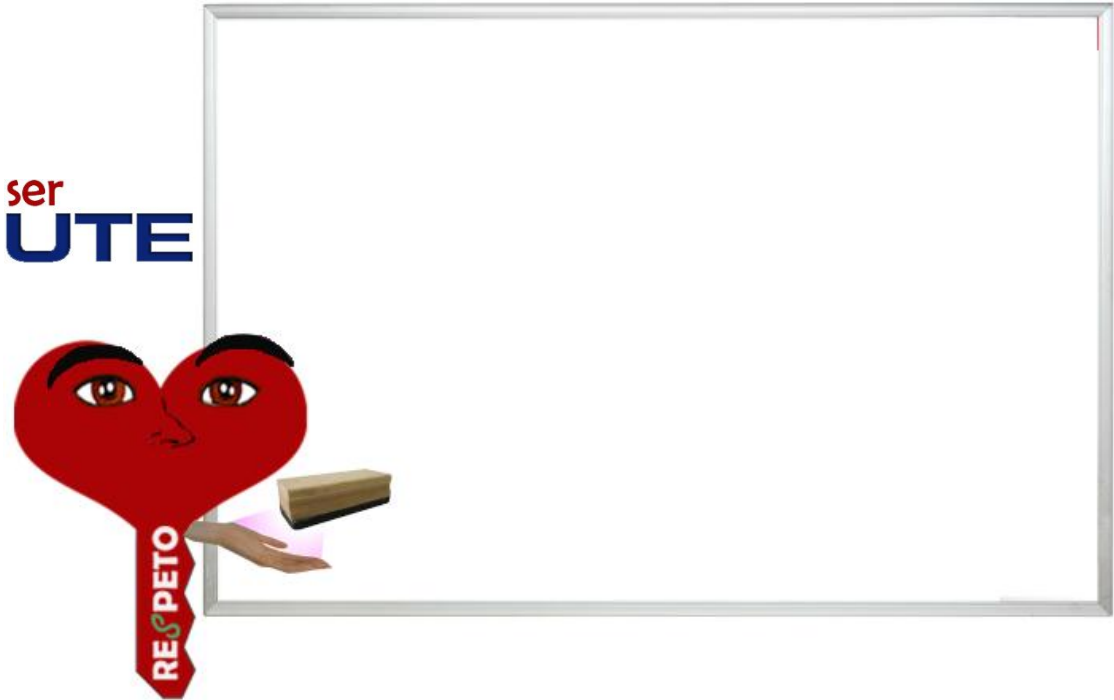
Ingresos:



Gradas:



Aulas:



Baño:



ANEXO 4

GRÁFICAS

REDES SOCIALES 2.0

Internet Explorer browser window showing a Facebook page for "ser BUETEUTE".

Address Bar: <https://www.facebook.com/pagina/Panet/244701578800926>

Facebook Page Header:

- Panel
- Inicio
- Panel de administración
- Ahora
- Sumir en Facebook

Main Content:

- Profile Picture:** A red heart with a white outline and the text "REPEPE" inside.
- Cover Photo:** A large graphic with the text "er BUETEUTE" in blue and red.
- Like Count:** 69 Me gusta
- Photos:** A small thumbnail image of a group of people.
- Information:** Organización sin fines de lucro. Cansado de viajar solo y sin rumbo?...

Right Sidebar:

- Lo más destacado
- Me gusta
- Comunidad Total SA. (Trabaja en un sitio)

Bottom Bar:

- Estado: ¿Qué estás pensando?
- Estado
- Foto / video
- Evento, libro
- Facebook navigation icons: Home, Search, Post, Add, Friends, Messenger, etc.
- System tray: Date and time: 21/05/2012

ANEXO 5

MATRIZ COLLAGE

CLASES COLEGIO RURAL CAYAMBE



Equipo ejecutor:

Rubén, Ramón, Rodrigo, Byron, Daniel, Roque, Dino, Beto, Isac, Gaby, Eli, Guille y Fer.

Partieron del campus 6am.



Arribo A La Comunidad Cayambe 8am,
Se ayudó a preparar a los niños para las
clases.

Se preparo Comida y material de estudio, con dinámicas y juegos se dio clases de Matemáticas y lectura.



ANEXO 6

LANZAMIENTO DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Programa:

Hora	Actividad	Encargado
20h00	Palabras de Bienvenida	Lic. Samuel Yáñez Responsable de Vinculación de la Facultad
20h10	Antecedentes de la Vinculación	Lic. Benigno Armas Director del departamento de Vinculación de la Universidad
20h30	Presentación de la campaña	Iván Proaño Responsable del Proyecto
20h45	Presentación del Manual	Dra. Lourdes Armendáris Decano de la Facultad
21h00	Agradecimiento y despedida	

Invitados:

- Rector o Representante de la Directiva Universitaria
- Decanos de las diferentes facultades
- Departamento de Relaciones Públicas de la Universidad
- Departamento de Vinculación de la Universidad
- Profesores de la Facultad de ciencias Sociales
- Estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales

Abastecimiento:

- Afiches y papelería en General
- Servicio de Protocolo
- Comisión para el registro del evento
- Servicio de Audio
- Vino y Bocaditos de sal

Coctel de Lanzamiento

Programa de Vinculación con la sociedad

SER VOLUNTARIOS NOS

HACE MAS HUMANOS

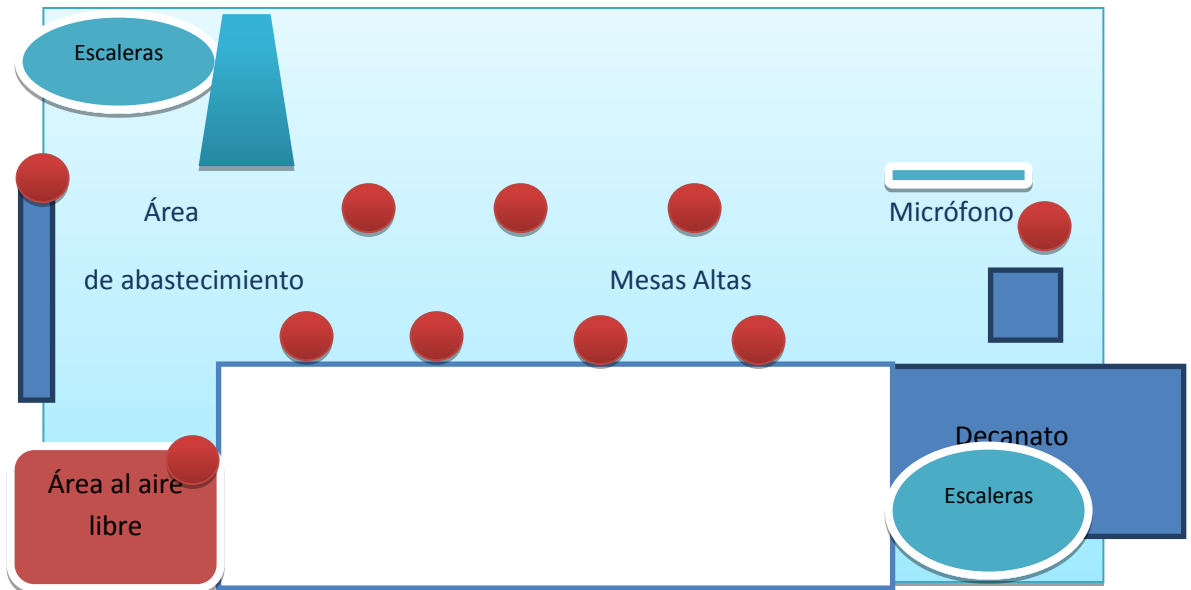
Lugar: Facultad de Ciencias Sociales 4to piso

Campus Occidental – Bloque C

Hora: 20h00 Fecha: xx/xx/xxxx



Modelo de Diagramación



Manual de Procedimientos para La Vinculación Social

ÍNDICE

1.....	Carta al Estudiante
2.....	La Universidad
4.....	Vinculación, Definición y Valores
5.....	Proceso a Seguir
5.....	Autoconocimiento
7.....	Debate de Problemáticas
10.....	Registro Vivencial
11.....	Institucionalización
12.....	Asesoría /Práctica
14.....	Evaluación

A los estudiantes.....



universidad tecnológica
equinoccial ciencias
sociales y comunicación

Doctora Lourdes Armendáriz

Decana de la Facultad

La Universidad Tecnológica Equinoccial

“Auténtica, permanente y definitiva, formadora de la juventud ecuatoriana para alcanzar su desarrollo integral y convertirse en un efectivo factor de desarrollo de nuestra sociedad.”

La UTE velará por mantener incólumes los principios fundamentales orientados a garantizar la libertad de expresión, de pensamiento, de enseñanza y de investigación científica encuadrada en sus normas y reglamentos, así como el absoluto respeto a sus posiciones ideológicas y credos religiosos.



PRINCIPIOS

- Velar porque la Universidad Tecnológica Equinoccial, de forma perspectiva institucional y de sus respectivos estamentos se mantengan al margen de las contingencias políticas y de los proselitismos políticos y religiosos.
- Reafirmar la convicción que la Universidad Tecnológica Equinoccial enmarcada en sus principios fundamentales se constituirá en un positivo factor de desarrollo y bienestar para el pueblo ecuatoriano.
- A cada carrera, exhibir valores humanísticos en su desempeño profesional y ciudadano.

Vinculación

Definida como el nexo que debe existir entre el establecimiento de educación superior y su entorno y que pueda, a su vez, integrar en estas acciones a los estudiantes en su formación profesional.

Valores de la Vinculación Sociocultural

Pertenencia

En el sentido de formar parte responsable en la comunicación y participación de una relación bilateral que responda a la integración de procesos, fenómenos y circunstancias con un grupo de personas o de algún espacio definido.

Pertinencia

Como la oportunidad, adecuación o conveniencia de una acción en un contexto social y espacio determinados.

Proceso a Seguir

1. Autoconocimiento
2. Debate de Problemáticas Sociales
3. Registro Vivencial (Conformación del equipo)
4. Institucionalización del problema
5. Asesoría
6. Práctica
7. Evaluación

Autoconocimiento.-

Dentro de la Vinculación Sociocultural vista como la comprensión profunda de la dimensión de una persona, de sus derechos y del mundo social en el que habita. Mediante una reflexión crítica del orden vigente buscando la transformación, aceptación y mejoras. Implica tomar conciencia de sí, de lo que es el mundo, de lo que son los demás.

La Relación que genere el estudiante con la comunidad se debe dar dentro de un sistema de comunicación y aprendizaje bilateral, el cual deberá partir del autoconocimiento y el debate de temáticas sociales.

Para lograrlo es necesario tomar conciencia de:

- La crítica de sí mismo, de su existencia y de sus realidades.
- Reconocer que los seres humanos se comunican entre sí de igual a igual, así como su capacidad de dominar la naturaleza y transformarla.
- Responsabilidad en la creación de su cultura, formulando respuestas a sus necesidades.
- Responsabilidad del orden social existente y de sus estructuras.

Debate de Problemáticas Sociales

En este debate se promueven las relaciones humanas intentado crear un nuevo clima de opinión pública y una mejor calidad de vida. Aspira a crear en la sociedad el derecho reconocido de cualquier ciudadano a cuestionar las decisiones de las autoridades políticas, sociales y científicas. Dotando al individuo con el sentido de su propio valor y de la conciencia de ser miembros activos de una comunidad, lo que puede llevar en ocasiones a la denuncia de determinadas situaciones. Este debate trata de fortalecer las raíces de la vida comunitaria, promueve los valores humanos y sitúa al individuo como eje de todo desarrollo.

Pobreza- Considerada como la falta de recursos económicos y de consumo para un desarrollo del bienestar físico y mental que permitan una adecuada calidad de vida.

Generada por la distribución inadecuada de las riquezas y la inactivación popular laboral, generadora de analfabetismos, delincuencia y violencia. Se considera un factor cíclico.

Pluralismo- Como la libertad que parte de la concienciación democrática de las relaciones humanas mediante realidades cotidianas, su no práctica puede generar vicios (mentales y sociales). Este principio implica estar abierto a una diversidad de opiniones, aunque estén apoyadas por grupos minoritarios. La presencia de las minorías en la sociedad aporta a la diversidad y la riqueza multicolor que exige el aprendizaje continuo de respeto a la diferencia. Y posee las siguientes características:

- Social: una postura de principio por medio de la cual se acepta o propugna que en la sociedad coexistan, sin excluirse ni subordinarse unos a otros, distintos grupos sociales.
- Cultural: libre manifestación y expresión de las diferentes culturas.

- Político: Distintas fuerzas políticas que compiten por el poder.
- Ideológico: diferentes convicciones irreductibles entre sí.
- Religioso: Respeto a las diferentes manifestaciones religiosas.

Se parte del supuesto de que la sociedad no tiene por qué ser homogénea, ni monóticamente organizada, hay que recordar que se debe conciliar los derechos fundamentales, la dignidad igual en todos, a la vez que respetar las diferencias que forman parte de los derechos personales. La vinculación sociocultural se pronuncia a favor del desarrollo sin límite de las probabilidades personales, revalorando el potencial y las competencias de cada persona así como, la libertad de elección de actividades, en oposición a la restricción que impone la tradición, la costumbre, y la ignorancia.

Registro Vivencial (conformación del equipo)

Una vez debatidas las problemáticas, se procederá a la conformación de equipos de trabajo los cuales buscarán instituciones o grupos dentro de la comunidad a los cuales puedan potencializar mediante los conocimientos adquiridos, para lo cual se llevará un registro del proceso, y este se realizará tanto del proyecto como de la experiencia personal hasta finalizar el mismo:

1.- Macro registro del proyecto

En una secuencia cronológica se debe responder a: ¿Cómo de una manera democrática se han involucrado los estudiantes partiendo de sus conocimientos académicos y su sentido de desarrollo social para promover las relaciones humanas y generar un cambio?

2.- Experiencia personal

Es un diagnóstico de la situación personal actual, durante el proyecto y una proyección a futuro que permita la reflexión crítica sobre el orden vigente, su transformación y mejora.

Tomando conciencia de lo que somos, de lo que ha sido y es el entorno, y respondiendo a la pregunta del ¿Cómo para mi autorrealización he trabajado y trabajaré, participando activamente en la construcción de la realidad social en la que me desarrollo?

Institucionalización del problema

Después de haber localizado casos en los cuales podamos inferir para un trabajo de vinculación se analizará la manera en cómo se debe desarrollar desde la institución universitaria a la que se pertenece, tomando en cuenta los siguientes parámetros:

*Si están dentro de los principios ideológicos universitarios.

*Si se posee los recursos académicos, físicos y emocionales suficientes para trabajar con esa problemática.

*Aprobación del encargado de Vinculación de la Facultad.

*Respaldo de un docente de la facultad para las asesorías académicas de acuerdo al área específica.

*Metodología y cronograma de trabajo.

Asesorías

De acuerdo al área en la que se desarrolle el proyecto, deberán existir diversas asesorías, en forma de opinión de los casos prácticos ejecutados, en donde primará el criterio, análisis y respaldo bibliográfico del estudiante.

Las asesorías se deberán realizar de acuerdo a la facilidad de los docentes y a la gestión oportuna del estudiante.

Deberán ser sobre opiniones debatibles o de conflicto que hayan generado dudas en los alumnos para la implementación del proyecto.

Las asesorías guardarán un respaldo físico a manera de acta firmada en donde posteriormente se pueda analizar el desarrollo de las ideas planteadas y la ejecución del proyecto.

Práctica o Ejecución

Una vez aprobado el proyecto y analizada su metodología de desarrollo se lo deberá implementar de manera ordenada y en constante comunicación del grupo de trabajo con el responsable de vinculación de la facultad y los docentes asesores.

En la práctica el Alumno debe mantener claros los principios de la Vinculación socio cultural, de la Universidad y respetar el núcleo ideológico y normas del grupo intervenido.

Es muy importante identificar a las autoridades de cada institución y seguir la cadena de mando, así las propuestas se centre en la modificación de funciones.

El alumno como un ente Vinculador tiene el deber de informar sobre las acciones que está realizando y el plan propuesto de trabajo, y los logros que se quieren realizar. Generando compromiso tanto de los participantes como de las autoridades de las instituciones.

Evaluación

La metodología de evaluación de proyecto se realizará de dos maneras: La inherente a las tácticas propuestas en su factor de cumplimiento, y la realizada por la participación y seguimiento del grupo.

- Tácticas propuestas por factor de cumplimiento

Se refieren a los métodos cuantitativos para evaluar cada uno de los objetivos planteados que se han cumplido por medio de sus actividades.

- Participación y seguimiento del grupo

Esta forma de evaluación se encuentra directamente relacionada con el registro personal de los estudiantes y el seguimiento que se le desearía dar a los casos después de haber concluido. También es muy importante que este seguimiento sea socializado a manera de -Testimonial- de los aprendizajes logrados y las vivencias y anécdotas recopiladas.

***Nota del Autor:** Se desea lograr con este proceso que la Vinculación con la Comunidad, parta de las necesidades de la misma y sea desarrollada con un interés cimentado en el reconocimiento por parte de los estudiantes del análisis social y cultural, el que posteriormente deberán desenvolver en su vida profesional.*

ANEXO 7

POSTALES Y ADHESIVOS

20 de Junio

Día Mundial de los refugiados

Todos aquellos extranjeros desplazados o violentados de su país de origen que deben recomenzar sus vidas en países que los acogen.



ser
UTE



No te quedes
de brazos cruzados,
SER VOLUNTARIO
nos hace más Humanos



Departamento de Vinculación con la Comunidad - Facultad de ciencias Sociales y Comunicación



ANEXO 8

COMUNICADOS PARA INSTITUCIONES

Modelo de Oficio para invitación Institucional:



Universidad Tecnológica Equinoccial

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

Quito, 01 de enero de 2012

General

Solón Espinoza

Director "SOLCA" Sociedad de Lucha contra el Cáncer

La presente tiene como motivo hacerle partícipe de la labor que la UTE se encuentra realizando en cuanto a Vinculación con la comunidad y el compromiso de los estudiantes a trabajar por el desarrollo de la sociedad y sus grupos vulnerables.

Es de esta manera que realizaremos una Feria-Activa el día 4 de febrero a las 11h00, conmemorando el día mundial de Lucha contra el cáncer para conocer más acerca de la labor de las instituciones, al cual nos honraría la presencia de una comisión de SOLCA y el personal que labora en ella, para conocer más de cerca la lucha física y emocional que en esta se libra cada día.

La idea de los talleres es involucrar a los estudiantes de tal manera que se cree un voluntario que puedan colaborar de manera activa y participativa con sus conocimientos y trabajo, frente a una realidad latente a quien lo necesita.

Agradeciendo de antemano por la acogida a la presente y recordándole que cualquier información adicional que requiera, estoy a su disposición.

Saludos Cordiales,

Iván Proaño

ANEXO 9

DESARROLLO DE LOS TALLERES

Actividades Taller (Responsable de Grupo):

1. Enviar Carta de invitación a instituciones.
2. Confirmar asistencia y horarios
3. Generar permisos en la facultad y con los profesores
4. Preparar el espacio designado
5. Dar soporte en el desarrollo del taller
6. Registrar y Documentar
7. Realizar un informe

Programa Talleres:

Tiempo	Actividad	Encargado
20min	Introducción de los invitados y reseña social e histórica.	Responsable de Grupo
40min	Exposición de invitado y elaboración de casos.	Invitado
20min	Preguntas, respuestas y asesorías.	Alumnos Modera: Responsable de grupo
10min	Cierre, agradecimiento y conclusiones.	Responsable de grupo.
Total: 1h 30m		

Abastecimiento:

- Afiches y papelería en General
- Material didáctico
- Cámara y grabadora (registro de memorias)
- Agua



En la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UTE, se apuesta por La Animación Sociocultural para vincular a sus alumnos con la Comunidad.

Basados en la premisas, de que no se puede proteger, cuidar y respetar, lo que no se conoce, y que un profesional integro es aquel que conoce el medio en el que se desarrolla para labrar un mejor futuro.

La Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación se encuentra realizando Talleres- Conversatorios, a lo largo del semestre con organizaciones que acogen a personas consideradas vulnerables, por su estado de salud, condición social, discapacidad, edad, diversidad y demás consideraciones previstas por las Naciones Unidas en su perspectiva de desarrollo humano.

Estos talleres permitirán reconocer la labor dentro de estas organizaciones, como las necesidades de las personas y su vulnerabilidad. Para posteriormente mediante el Modelo de Animación Sociocultural* que la facultad ha implementado, los estudiantes puedan generar proyectos de apoyo y se vinculen activamente al desarrollo y apoyo de estos grupos.

De esta forma se busca la sostenibilidad en el tiempo y en la práctica profesional, siendo responsables con el entorno y sensibilizando a los estudiantes respecto a su realidad.

Este trabajo se realiza como un modelo de prueba dentro de políticas institucionales, nacionales e internacionales, buscando la proyección del mismo a otras instituciones educativas.

*Modelo de Animación Socio-Cultural:

Considerada también Integración Social Profesional, trata de motivar, dinamizar a los sujetos, estimulando su capacidad de relación y participación. Analizando el lugar que cada uno ocupa en la sociedad, resalta el desarrollo, entiende a las necesidades de la comunidad para así proponer un cambio social, trata de caracterizar, organizar y movilizar al pueblo para transformarlo en agente activo de su propia promoción y hacerlo protagonista de su historia. Más información, Caride José: “La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación Social”, Revista Educación, Compostela, 2005.

ANEXO 10

DESARROLLO DE LA FERIA

Calendario de Las Naciones Unidas

Febrero	4	Día Mundial contra el Cáncer
	20	Día Mundial de la Justicia Social
	21	Día Internacional de la Lengua Materna
Marzo	8	Día Internacional de la mujer
	21	Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial
	21	Día Mundial del Síndrome de Down
Abril	2	Día mundial de concienciación sobre el autismo
	7	Día Mundial de la Salud
Mayo	7	Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas de la ONU
	21	Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo
Junio	5	Día Mundial del Medio Ambiente
	12	Día Mundial contra el trabajo infantil
	20	Día mundial de os refugiados
Septiembre	8	Día Internacional de la Alfabetización
Octubre	1	Día internacional de las personas de edad
	2	Día Internacional de la No Violencia
	17	Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza
Diciembre	3	Día Internacional de las Personas con Discapacidad

Eventos y días Internacionales, Calendario de las Naciones Unidas ,

<http://www.un.org/spanish/events/calendario/>

Ferias

Modelo de Invitación

Te invitamos este día **MARTES 4 de FEBRERO**, a Conocer a las Instituciones que trabajan en la Lucha Contra el Cáncer


Porque **SER VOLUNTARIOS NOS HACE MAS HUMANOS**

Lugar: Bajos de la Facultad de Ciencias Sociales

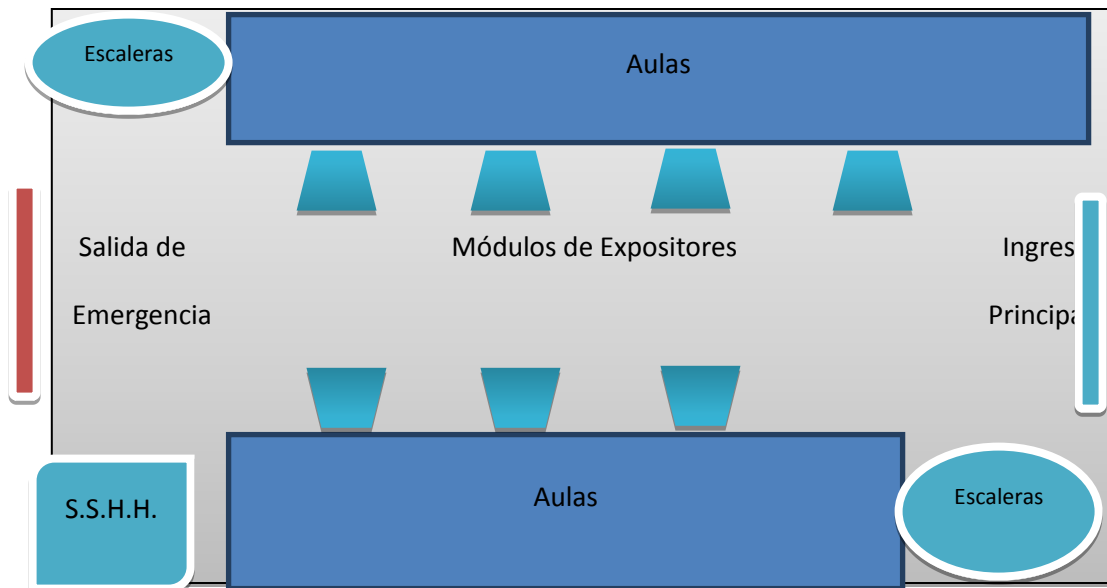
Campus Occidental – Bloque C

4 de Febrero
DÍA MUNDIAL
CONTRA EL CÁNCER

Hora: 11h00



Modelo de Diagramación



ANEXO 1 1

BANCO DE PREGUNTAS DE ENTREVISTAS

Entrevista Licenciada Carla Díaz – Coordinadora de Vinculación

Universidad San Francisco de Quito

12 Diciembre 2012

1. Me encuentro con Carla Díaz coordinadora de PASEC en la Universidad San Francisco de Quito, estoy aquí para preguntarle referente a la Vinculación Social ¿Cómo se ha cambiado el punto de vista de la USFQ, y si PASEC es la única rama que se involucra de acuerdo a la nueva ley de universidades?

LA USFQ como parte de su filosofía de Artes liberales ha tenido el Programa de Aprendizaje y Servicio, que ahora cambio de nombre, antes tenía el nombre de Pasantía a la comunidad y Cultura, siempre ha tenido como parte de su filosofía a que los estudiantes se vinculen con la comunidad directamente; Como funciona el programa específicamente ahora, es que los estudiantes tienen que tomar una clase teórica, una clase de 25 estudiantes máximo con un profesor a cargo en la que van a discutir de temas como la pobreza en el Ecuador, educación salud, tema de género, derechos de los niños y ellos simultáneamente mientras están tomando esta clase están realizando 80 horas de servicio comunitario en una de las organizaciones que nosotros tenemos convenio. Tenemos convenio con organizaciones dentro del Ecuador en las que los estudiantes si involucran directamente con los beneficiarios es decir si trabajan en una escuela ellos van a trabajar directamente con los niños, con los profesores, si trabajan en un hogar de ancianos ellos van a trabajar directamente con los ancianos, es decir trabajan directamente con los beneficiarios de la organización, dentro de estas 80 horas los estudiantes tienen una opción de realizar un proyecto en el que pueden aplicar conocimientos de sus carreras o habilidades que ellos tengan, por ejemplo he tenido estudiantes de gastronomía que han trabajado en escuelas y han encontrado la necesidad que existe la necesidad de generar recursos propios, entonces este estudiante de gastronomía realizo un proyecto en el que elaboro un libro de recetas para las profesoras del colegio, y se dedicó a enseñarles cómo elaborar las recetas que creó para ellas. Lo que buscamos a través de estas horas de servicio es que los estudiantes

conozcan una realidad diferente a la de ellos y tengan realmente contacto con una sola población, las 80 horas ellos realizan en una sola organización por que pretendemos que ellos se vinculen y guarden una relación con los participantes de la organización.

PAUSA

2. Me contaba un poquito de las 80 horas de vinculación y servicio que se realiza, pero estas 80 horas son solo con las organizaciones en convenio.

Ahí tenemos algunas opciones, nosotros tenemos convenios con 50 organizaciones en todo el Ecuador si es que hay estudiantes que quieren hacer sus horas en otros lugares, hay otro procedimiento, la organización llena un formulario, nosotros conversamos con la organización y si es que las entidades cumplen con los objetivos que nosotros buscamos ellos pueden hacer en otras organizaciones.

3. Y en este punto, ¿Cuál sería la diferencia entre vinculación Social y responsabilidad Social, de la universidad o la de los estudiantes?

Bueno el tema de responsabilidad Social se lo maneja un poco más a nivel institucional, es decir programas más a nivel institucional como por ejemplo si es que existen organizaciones que hacen donaciones. Este programa es muy distinto porque nosotros estamos realizando en este programa un componente académico y un componente de servicio, los estudiantes por ejemplo mientras estamos analizando el tema de pobreza y estamos analizando las causas por las que existe pobreza en el Ecuador simultáneamente nuestros estudiantes van a estar trabajando con una población que seguramente va estar en esas condiciones, este programa hace que los estudiantes reflexionen, ellos tienen que hacer actividades de reflexión, tienen que hacer diarios de reflexión, tienen que hacer un trabajo que nosotros llamamos portafolio en donde ellos están estableciendo objetivos al corto y al largo plazo para continuar actividades de voluntariado, y eso es lo que pretendemos. El objetivo al largo plazo del programa de aprendizaje y servicio es que los estudiantes después de que terminen sus horas continúen vinculándose con la comunidad en su vida personal, en su vida profesional. Entonces en este trabajo que te comento se llama portafolio los estudiantes describen las actividades concretas que ellos van a continuar

haciendo entonces es muy diferente porque nosotros como te digo estamos en constante reflexión con los estudiantes ellos están estudiando temas teóricos y los están viendo la practica entonces es muy diferente de la actividad en la que vas un día hacer un agasajo navideño con niños porque ahí no tienen un componente de reflexión y un componente teórico, esto es una clase académica que tiene un componente de trabajo en la comunidad.

4. Y esto se daría a manera de retroalimentación por parte de la universidad acerca de los estudiantes con el programa de PASEC.

Nosotros tenemos aproximadamente 15 paralelos de 25 estudiantes cada semestre, cada profesor está a cargo de sus 25 estudiantes y cada profesor hacer por lo menos una llamada de seguimiento a las organizaciones durante el semestre en el que el estudiante hace sus horas para obtener información, tenemos un formulario para recaudar esta información de cómo está desempeñándose el estudiantes, de que recomendaciones tiene, entonces el estudiantes después de que terina la clase , el componente teórico, sus horas, además tiene una evaluación de su profesor para determinar realmente si es que su trabajo valió la pena en la organización.

5. En cuanto a usted como coordinadora cuales me podrían decir que son los puntos positivos y negativos de esta idea de vinculación que usted están manejando en la universidad.

La universidad desde que se creó tiene este programa, entonces nosotros para empezar no es que lo desarrollamos por la ley, no es algo nuevo, nuestra experiencia ha sido que el programa antes era distinto, los estudiantes recibían charlas magistrales y los estudiantes por su cuenta hacían sus horas, y no teníamos esa vinculación con la reflexión, que tenemos ahora. Era una clase magistral de 300 estudiantes. El cambio con la nueva modalidad es muy positivo, estamos utilizando esta metodología que no es algo que nos hemos inventado, es una metodología que se usa principalmente en Estados unidos, que se llama SERVICE LEARNING y los puntos positivos son que el estudiante tiene la capacidad de reflexionar lo que está haciendo, tiene la capacidad de vincular eso con su vida personal, y hemos visto que del 100% de estudiantes que toman la clase el 90% de ellos mantienen un

contacto y una vinculación con la comunidad después de completar un requisito de la universidad. Los puntos negativos realmente no como algo que sobresalga pero a veces los estudiantes han tenido inconvenientes con las organizaciones, hemos tenido casos que a veces estudiantes pretenden justificar de algún modo el cumplir este requisito y pretenden hacer cosas que no deberían bajo nuestro código de honor, poner bienes materiales a cambio de horas, y esto lo hemos tratado bajo nuestro código de honor y estas han sido tal vez experiencias negativas pero en general con casos muy aislados en general este programa crea un impacto en los estudiantes, al inicio la mayoría de estudiantes tienen una perspectiva de que lo van hacer porque es una obligación , porque es un requisito para poder graduarse, pero hemos visto que existe un cambio de mentalidad, existe en la mayoría de ellos una transformación, muchos estudiantes también nos hemos encontrado que ya tienen esta visión por que ya han estado involucrados desde el colegio o por su propia iniciativa en estas actividades, si hemos encontrado que existen casos en que los estudiantes ya tienen un compromiso, en otros casos no han tenido un compromiso, se puede decir que el 90% de ellos si tienen un cambio de actitud al final del programa.

6. En cuanto a la parte de promoción tanto externa como interna, porque ahora es un requisito informar lo que se está haciendo. ¿Cómo han llegado a los estudiantes dentro de la universidad, por ejemplo que tipos de medios han utilizado, que tipos de comunicación han utilizado aparte de la malla curricular, que ellos deben conocer esto, como más se les ha podido persuadir para que no vayan solo por las horas, o por su clases, sino porque la universidad está mandando mensajes importantes de compromiso con la comunidad.

Te pongo un ejemplo hay una organización como tú sabes que se llama UN TECHO PARA MI PAÍS, los principales directivos o personas a cargo son estudiantes de la universidad entonces ellos se han encargado de promocionar sus actividades que son de voluntariado entre los estudiantes de la universidad, entonces ellos hacen una vez al año un evento donde traen un prototipo de una casa para que los estudiantes conozcan de sus proyectos, se inscriban en sus proyectos entonces se informa a través de las redes sociales de la universidad, Nosotros como programa específicamente no hacemos un distinción lo que tenemos es una página web donde los estudiantes pueden acceder a la información, de

cómo funciona el programa, cuales son las organizaciones con las que trabajamos, cuales son los procedimientos hay algunos testimonios y demás entonces lo que nosotros pretendemos como para lo que tú me preguntabas, como hacer para que no vean solo esta clases como un requisito es más bien algo interno en la clase a través de sus actividades de reflexión a través del portafolio que te mencionaba los estudiantes hacen una presentación de su portafolio al resto de sus compañeros y esa es una oportunidad de socializar lo que han hecho y para que los otros también vean que hay personas que van más allá y no que simplemente hay personas que acaban sus 80 horas y no vuelven.

Entrevista al Doctor Benigno Armas Director del departamento de Vinculación con la Colectividad.

Universidad Tecnológica Equinoccial

14 Octubre 2011

1. ¿Cómo se concibe a la vinculación desde el punto de vista de la comunidad universitaria?

La vinculación es una de las cuatro funciones más importantes de toda universidad, entonces la universidad entre sus cuatro funciones tiene la gestión académica, la docencia, la investigación y la vinculación con la comunidad, Entonces es uno de los ejes transversales de la gestión de toda universidad, ese es un primer elemento. El segundo elemento es que la vinculación responde a una necesidad de acercar la gestión de la universidad hacia la sociedad, especialmente en dos sectores, uno que es el productivo y otro que es el sector social. Este acercarse a estos dos sectores de la población tiene que realizarse con un elemento que nosotros conocemos como pertinencia, que quiere decir que ese acercamiento se ejecute a través de las carreras, de las competencias, las características, y la formación académica que genera cada unidad a través de sus carreras y a través de las competencias generar productos, proyectos, niveles de cooperación con cualquiera de estos dos sectores, ahí está engranado el tema de la vinculación.

2. Para estos productos o proyectos, ¿Se podría diferenciar a las necesidades del colectivo universitario de las necesidades de la comunidad, o se resolverían las necesidades de estos dos vínculos en un solo proceso, reconociendo que estos dos son vínculos sociales?

Lo que sucede es que se entiende que una universidad es una institución del saber, y siendo así tiene como fuerza, o como elementos de transferencia el conocimiento, entonces la universidad en ese sentido no tiene una falencia, sino una fortaleza que

es la que requiere la sociedad, entonces en transferir en alguna forma los conocimientos, las investigaciones, las técnicas, todo lo que es producto del estudio es lo que la colectividad tendría que recibir para poder desarrollarse mejor.

3. ¿Cuál es la política o el proceso para aprobar los proyectos de vinculación universitaria de cada facultad, para que estos apunten a los objetivos del departamento de vinculación los cuales apuntan a su vez a los objetivos de la universidad?

Tenemos una normativa que regula el funcionamiento de cómo deben ser o surgir estos proyectos, Tenemos la resolución 072 es una resolución rectoral del 18 de noviembre del 2009.

En esta resolución se establece y se diferencian dos cosas, una son los proyectos y otra son los programas de vinculación. Entonces nuestro modelo define a los programas como una intención definida por las unidades académicas que es un nivel de cooperación más amplio, es como hablar de un archivador grande, ese resulta ser un programa, poniendo un ejemplo más práctico, existe en el país el programa aliméntate Ecuador, ese programa esta nutrido por proyecto, que puede ser el proyecto Quito, el proyecto Cayambe, entonces en alguna forma la suma de proyectos le dan fuerza al programa, y dentro de esta resolución rectoral determina que la universidad formula programas, estos programas la universidad consolidado en este momento son 34 programas que hay a nivel nacional que se alimentan a través de los proyectos que surgen en las unidades académicas, el procedimiento es sencillo y a veces no es muy respetado por las unidades académicas porque también comprendemos que la vinculación en esta forma más estructurada de trabajar es nueva para todos, y encasillarnos sobre nuevos procesos o procedimientos si nos ha costado mucho trabajo.

Quiere decir que un proyecto puede surgir por la iniciativa ya sea por la iniciativa de un estudiante o de un docente, entonces se lleva primero a cabo una fase que es la fase de identificación de cuál es el problema, definir en donde podría estar la

relación de la escuela o de la carrera con ese problema, se diseña luego una propuesta en donde colaboran estudiantes y profesores/tutores y luego se lo somete a un nivel de aprobación donde los coordinadores de vinculación que existen en cada unidad académica pulen la propuesta, la canalizan hasta el decano y el decano aprueba esa actividad, entonces se ejecuta y lo que llega hasta la dirección de vinculación con la colectividad es el resultado de eso, lo que nosotros recibimos se canalice a través de dos formatos, uno que es un formato de presentación de proyectos es decir un instrumento que hace la recopilación de algunos datos (organización con la que se va a trabajar, número de beneficiarios, objeto del proyecto, productos que se van a obtener, como va a ser configurado el equipo estudiantes/docentes, funciones de los estudiantes, horas a desarrollar y evidencias como cartas de comunicaciones), y una ficha de evaluación que viene en el segundo documento donde se dice si se ha cumplido con los objetivos, la asistencia de los estudiantes y además los beneficiarios incluyen unas certificaciones que determina que se ha concluido con el trabajo y queda todo configurado del proyecto.

4. De los múltiples proyectos que se han desarrollado y de los programas dentro de estos, ¿Cómo se ha podido medir el control y la permanencia?, no solo de los objetivos planteados sino regresar al lugar y verificar si han funcionado a largo plazo ya que los proyectos sociales no tienen resultados inmediatos.

Este elemento se lo reconoce como sostenibilidad, es decir que los resultados de ese proyecto perduren en el tiempo durante una fase y se espera que los beneficiarios sean quienes asuman el control de estos proyectos ya mejorados, entonces en los proyectos pequeños hay cosas que si pueden trascender, por ejemplo en un proyecto de ciencia de la ingeniería que tiene que ver con el manejo de un sistema de agua, ahí es fácil evidenciar, y es sostenible el resultado por que la colocación de una bomba de agua una canalización, una tubería, hace que efectivamente ciertos sembríos o ciertos elementos de la agricultura sean beneficiados después de. Digamos en el plano de ciencias sociales cuando hacemos el diseño de una

identidad corporativa de una organización comunitaria, eso le garantiza que sus productos en el momento de ser comercializado, o llevado hacia el mercado le dé una oportunidad de competir en mejores circunstancias, o una capacitación que permita que por ejemplo los micro empresarios se enteren sobre las condiciones de empleo, de afiliación al seguro, del pago de los impuestos; estos elementos hacen que su actividad quede formalizada y entonces presente mejores proyectos. Tuvimos hace poco un requerimiento de una escuela donde ellos decían que sus proyectos nunca fueron aprobados por el Ministerio de Educación, entonces ellos pidieron a la Universidad hacer proyectos, entonces la Universidad para evidenciar la sostenibilidad de hecho hace la capacitación, le entregamos el material, haciendo la mejor labor dándoles este conocimiento y luego la Universidad para evidenciar la efectividad de ese trabajo pide una copia de las nuevas propuestas de los proyectos que se envíen al Ministerio de Educación, entonces cuando se colecta esto se entiende que se ha hecho algo más que simplemente cumplir el objetivo de enseñarles, ya que lo aprendido va a generar ciertas competencias y capacidades que si van a refundar aunque sea en un plazo no muy amplio pero si les va a dar la oportunidad de presentar mejores documentos.

5. ¿Habido la manera de hacer seguimiento de la sostenibilidad o eso todavía no se hecho porque es un tema nuevo?

Existe un mecanismo para hacer seguimiento de sostenibilidad donde se empieza haciendo convocatoria anuales de proyectos, los cuales tienen otro alcance, un poco más complejos, donde la Universidad invierte una cantidad de dinero, alrededor de 15000\$ por proyecto, por ejemplo en este momento tenemos 15 proyectos de esa magnitud. Uno de ellos es sobre la elaboración de uso WAP, es una herramienta informática, que le va permitir a la mesa de voluntariado del Ecuador hacer su planificación para su futuro. En la mesa de voluntariado del Ecuador existen alrededor de 25 organizaciones, donde esta: la Cruz Roja, la Asociación benefactora de enfermos incurables, Casa Victoria, donde hay programas de Naciones Unidas

para los voluntarios. La Universidad entro allí y se verifico que no tienen ningún factor de desarrollo de sostenibilidad y se planteó el crear esta herramienta para que les permita planificar su trabajo y puedan seguir hacia adelante. Este es un proyecto que tiene un nivel de sostenibilidad y que esta entregado por completo para beneficio de la comunidad. Otro ejemplo, tiene un libro que se llama “Let’s talk in English” corresponde a un de los proyectos que se está desarrollando en Montañita, se verifico que los Ecuatorianos se dedicaban a actividades menores, como lavar platos, barrer y los dueños de los hostales, hoteles y locales son extranjeros. Esto ocurre porque los ecuatorianos que viven allí, no saben hablar inglés. Este libro permite manejar a los artesanos entre otros por ejemplo poder negociar mejor en inglés, ahí vemos el efecto va ser a largo plazo, de esa forma tenemos varios proyectos, se recibió 46 proyectos y se seleccionara de 16 a 18 proyectos con los que la Universidad alcanzara 32 proyectos de esa magnitud.

6. Estos proyectos son para investigación, donde el profesor y los estudiantes participan junto a él. ¿Hasta qué punto está relacionado la investigación con la vinculación en este caso?

Este es un elemento muy complejo de lograr. En primera instancia lo que la Universidad ha hecho con esta 3era convocatoria de proyecto es definir en qué sitios y en qué circunstancias va la Universidad a basarse para generación de proyectos. Montañita será uno de estos, otro de esos será el tema de las organizaciones con el voluntario, otro proyecto es sobre la contaminación.