

Políticas y estrategias de vinculación con el medio en universidades regionales estatales de Colombia y Chile

POLICIES AND STRATEGIES FOR UNIVERSITY-COMMUNITY ENGAGEMENT IN REGIONAL PUBLIC UNIVERSITIES OF COLOMBIA AND CHILE

ABSTRACT: The relationship between the University and its setting has been widely approached from different perspectives since the 19th century, enabling a conceptual evolution to understand this link based on the ruling vision of the role of the University in a specific context and time. In Latin America, two major visions currently coexist: Extension and engagement with the environment, whose conceptions have common roots. However, in the absence of a clear consensus on its constitutive characteristics, it is difficult to analyze and compare the results, both nationally and internationally. This article presents an analysis of the results of a comparative study on engagement policies and strategies in a sample of regional public universities in Colombia and Chile, defining the main area of connection in these. The work followed a qualitative methodology under a descriptive approach. The results allow stating that the field of engagement is under construction, that the concepts of engagement and extension coexist, and that culture is the most important dimension, with a trend towards economic or transfer issues above the social aspects.

KEYWORDS: University extension, university management, university policies, relationship with the environment.

POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE VINCULAÇÃO COM O MEIO EM UNIVERSIDADES REGIONAIS ESTATAIS DA COLOMBIA E DO CHILE

RESUMO: a relação entre universidade e entorno tem sido abordada de diferentes perspectivas, desde o século xix, e há uma evolução conceitual para entender esse vínculo em função da visão que predomine sobre o papel da universidade, em um determinado contexto e época. Na América Latina, atualmente, duas abordagens predominantes convivem: a extensão e a vinculação com o meio, cujas concepções têm raízes comuns. Porém, ao não existir um consenso claro sobre suas características constitutivas, a análise e a comparação dos resultados é dificultada, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Este artigo analisa os resultados de um estudo comparativo de políticas e estratégias de vinculação com o meio em uma amostra de universidades regionais estatais da Colômbia e do Chile, além de defender o âmbito de vinculação preponderante nelas. O trabalho foi desenvolvido através do paradigma qualitativo, sob uma abordagem descritiva. Os resultados permitem afirmar que a área de vinculação com o meio está em construção, que os conceitos de vinculação e extensão coexistem e que o âmbito com maior preponderância é o cultural, inclinando-se ao econômico ou de transferência, mais que ao social.

PALAVRAS-CHAVE: extensão universitária, gestão universitária, políticas universitárias, vinculação com o meio.

LES POLITIQUES ET LES STRATÉGIÉS POUR CRÉER DES LIENS AVEC L'ENTOURAGE DANS LES UNIVERSITÉS RÉGIONALES DE LA COLOMBIE ET DU CHILI

RÉSUMÉ: La relation entre l'université et l'environnement a été abordée sous différents angles depuis le XIX^e siècle. Il y a une évolution conceptuelle pour comprendre ce lien en termes de vision, qui prédomine sur le rôle de l'université dans un certain contexte et dans un certain temps. En Amérique latine, deux approches prédominantes coexistent actuellement : l'extension et le lien avec l'environnement, dont les conceptions ont des racines communes. Mais en l'absence d'un consensus clair sur ses caractéristiques constitutives, il est difficile d'analyser et de comparer les résultats, tant au niveau national qu'international. Cet article analyse les résultats d'une étude comparative des politiques et des stratégies de lien avec le milieu dans un échantillon d'universités publiques régionales en Colombie et au Chili, en définissant la portée du lien prépondérant pour chacune. Le travail a été développé selon le paradigme qualitatif, sous une approche descriptive. Les résultats permettent d'affirmer que la zone de connexion avec le milieu est en construction ; que les notions de lien et d'extension coexistent, et que le domaine ayant la plus grande prépondérance est le domaine culturel, avec une tendance vers l'économique ou le transfert, au-delà du social.

MOTS-CLÉ: extension universitaire, gestion universitaire, politiques universitaires, relation avec l'environnement.

CITACIÓN: Cancino, V., & Cárdenas, J. (2018). Políticas y estrategias de vinculación con el medio en universidades regionales estatales de Colombia y Chile. *Innovar*, 28(68), 91-104. doi: 10.15446/innovar.v28n68.70474.

ENLACE DOI: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n68.70474>.

CLASIFICACIÓN JEL: I23, I25, M1.

RECIBIDO: marzo 2016. **APROBADO:** marzo 2017.

DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA: Víctor Eduardo Cancino Cancino. Avenida Carlos Schorr 255. Talca, Chile.

Víctor Cancino

Doctorando en Dirección de Empresas

Profesor asociado, Universidad Santo Tomás de Chile

Talca, Chile

Centro de Investigación y Modelación en Negocios

vcancino@santotomas.cl

<https://orcid.org/0000-0003-0298-080X>

Julián Cárdenas

Maestría en Política y Gestión Educacional

Universidad de Talca

Talca, Chile

Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo

julianestebancardenas@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7658-8742>

RESUMEN: La relación entre universidad y entorno ha sido abordada desde distintas perspectivas desde el siglo xix, existiendo una evolución conceptual para entender este vínculo en función de la visión que predomine sobre el papel de la universidad, en un determinado contexto y época. En América Latina conviven actualmente dos enfoques predominantes: la extensión y la vinculación con el medio, cuyas concepciones tienen raíces comunes. Pero al no existir un consenso claro sobre sus características constitutivas, se dificulta su análisis y la comparación de los resultados, tanto en el ámbito nacional como internacional. Este artículo analiza los resultados de un estudio comparativo de políticas y estrategias de vinculación con el medio en una muestra de universidades regionales estatales de Colombia y Chile, definiendo el ámbito de vinculación preponderante en estas. El trabajo se desarrolló a través del paradigma cualitativo, bajo un enfoque descriptivo. Los resultados permiten afirmar que el área de vinculación con el medio está en construcción, que los conceptos de vinculación y extensión coexisten y que el ámbito con mayor preponderancia es el cultural, con tendencia hacia el económico o de transferencia, por encima de lo social.

PALABRAS CLAVE: extensión universitaria, gestión universitaria, políticas universitarias, vinculación con el medio.

Introducción

A partir del siglo xix, han emergido diversos enfoques y aproximaciones conceptuales para abordar la relación entre universidad y entorno, sin que aún haya un consenso frente al tema. Actualmente, lo que prevalece al momento de definir la relación de la universidad con el medio son características generales que han permitido darle un significado particular, de acuerdo con el contexto histórico y el lugar geográfico donde nos situemos.

Esta situación se presenta porque el concepto de vinculación está en construcción. Lo que hasta ahora se puede interpretar como un consenso respecto al tema, es que la relación universidad-entorno se enmarca dentro de lo que se conoce como la "tercera misión" de la universidad.

El presente trabajo aborda el estudio de las relaciones que se dan entre la universidad y el entorno, delimitado desde el contexto universitario, y tiene como propósito caracterizar las políticas y estrategias de vinculación con el medio, definidas por las universidades seleccionadas en la muestra, identificando el ámbito de vinculación preponderante en estas.

En primera instancia, se realiza un abordaje conceptual sobre la evolución de la tercera misión de la universidad en términos globales, cuya dinámica deriva en una relación más compleja con el entorno, generando un proceso incipiente de vinculación con el medio, cuya clave está en la incorporación de la investigación como ámbito fundamental de la universidad. Esta vinculación se da inicialmente de manera informal, asociando la investigación con la industria, sin que se explice como una función permanente de la universidad.

En América Latina, la noción de *vinculación con el medio* surge con la Reforma Universitaria de Córdoba en 1918^[1], asociada al concepto de extensión, que tiene un sentido social y de divulgación de la cultura, como una forma particular de entender la vinculación.

A partir de la revisión bibliográfica, es posible esbozar una aproximación conceptual que permite analizar la relación de la universidad con el medio en tres ámbitos de vinculación: el ámbito económico o de transferencia, el ámbito social y el ámbito cultural.

La segunda parte del trabajo de investigación se apoyó en el marco conceptual para establecer las características de las políticas y estrategias vigentes de vinculación con el medio en un grupo de seis universidades regionales estatales de Chile y Colombia, estableciendo los ámbitos preponderantes en cada una de ellas.

Consideraciones teóricas

Universidad y vinculación con el medio

La universidad moderna como estructura genérica ha organizado la gestión institucional en torno a tres misiones: formación (o docencia), investigación y extensión. Cada

una de ellas surge en un tiempo histórico particular que le otorga un valor para ser reconocidas como pilares estructurales. Por esencia, desde la Edad Media la universidad se focaliza en la enseñanza, pero es a partir de la incorporación de las cátedras de investigación en las universidades Humboldtianas, durante el siglo xix, que la universidad desarrolla esta área (Sanabria, Morales y Ortiz-Riaga, 2015; Brunner, 2014).

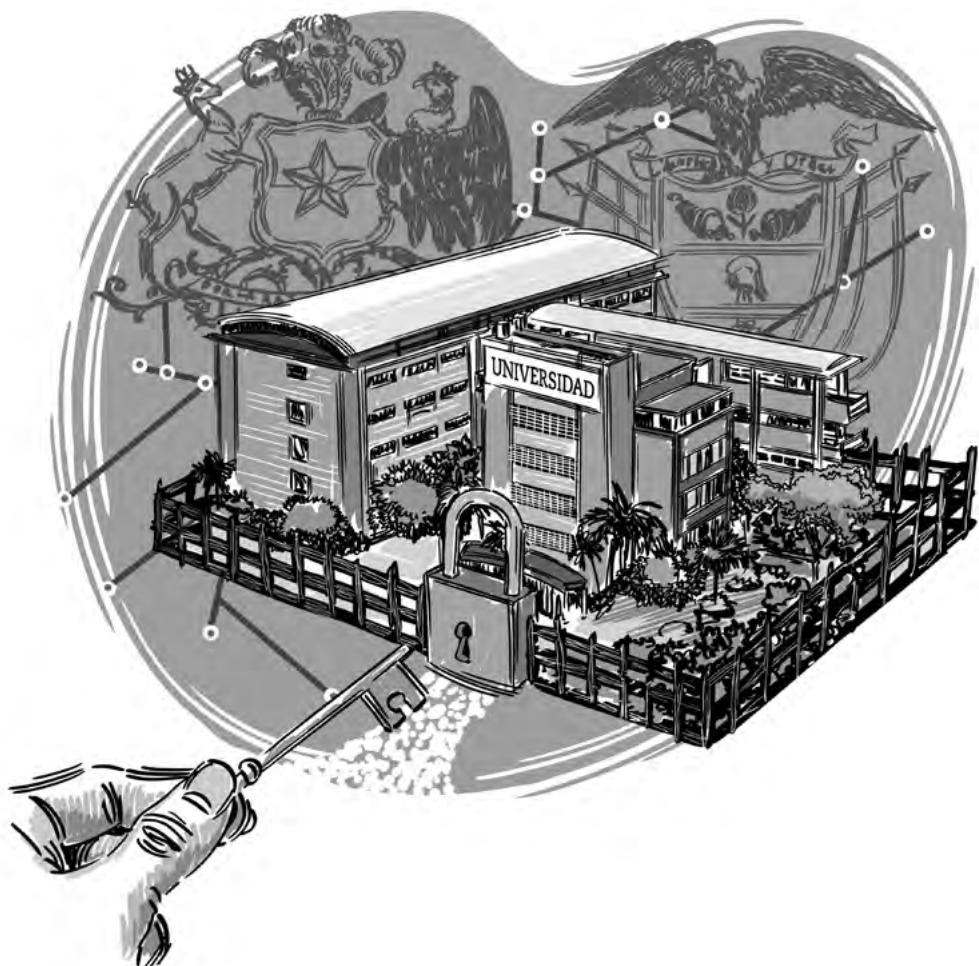
Para Campos y Sánchez (2006), la definición sobre la vinculación en las universidades tiene dos posturas sobre su aparición: una, respecto del momento histórico en que esta emerge, asociada al concepto de universidad moderna, cuyo origen se daría a finales del siglo xix; otra, que concibe la vinculación como un proceso histórico en evolución, definido por las condiciones del entorno y contexto social de cada momento.

La tercera misión puede ser entendida como la forma en que la universidad se relaciona con su entorno, expresándose desde la aparición de la universidad moderna, mediante una vinculación más estrecha con el sector productivo, impulsando a las universidades a participar de forma directa en el desarrollo económico de su zona de influencia. No obstante, este enfoque se diferencia del carácter de la tercera misión que se le da en la universidad latinoamericana, asociada fundamentalmente al desarrollo social de la población (Vizarreta y Tinoco, 2014; González y González, 2013).

La Reforma Universitaria de Córdoba marcó una inflexión en la forma en que se exigía a la universidad latinoamericana relacionarse con la sociedad, posicionando a partir de este momento la extensión o tercera misión como una función social y de divulgación de la cultura que esta debía ejercer para con la sociedad (Sanabria, Morales y Ortiz-Riaga, 2015).

La vinculación con el medio puede ser entendida también, en una de sus dimensiones, como la relación entre la universidad y el sector productivo, aspecto con mayor tradición en países desarrollados de Norte América, Europa y Asia, cuyo foco ha sido principalmente la innovación y la transferencia tecnológica (Brescia, Colombo y Landoni, 2016; Calcagnini, Favaretto, Giombini, Perugini y Rombaldoni, 2016), pero cuyo fenómeno tiene sus orígenes en América Latina solo a partir de la década de los ochenta. Este fue un proceso no exento de dificultades, puesto que en el continente existe una tradición de celo entre ambos sectores, que ha provocado que se genere un distanciamiento a lo largo del siglo xx, por temor a afectar la autonomía de la docencia y la investigación universitaria subordinada a la mercantilización de la universidad (Medina, Gutiérrez,

¹ Según Tünnermann (2000), este movimiento tiene su origen en Argentina, específicamente en la Universidad Nacional de Córdoba (para posteriormente expandirse a los demás países de América Latina), y surge a partir de movimientos estudiantiles y sociales, fundamentalmente de clase media, generando las bases para un proceso de Reforma Universitaria que abarcó aspectos académicos como también redefiniendo la función social de la universidad, a través de la proyección de su quehacer hacia la sociedad.



Molina y Barquero, 2016; Castro y Vega (2009), citado por González y González, 2013).

Las universidades en América Latina, desde inicios del siglo xxi, han puesto mayor énfasis en su orientación hacia la vinculación con el medio, instalando nuevas estructuras en la relación con el entorno socioeconómico y con especial relevancia en la empresa, "evidencia de ello ha sido la creación de oficinas de transferencia de tecnología en las IES² y la profesionalización de expertos en el ámbito de la gestión de la innovación" (Badillo, Buendía y Krücken, 2015, p. 396).

Nuevas tendencias en gestión universitaria asocian la vinculación con el medio con la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), concepto que tiene presencia y aplicación en Chile y Colombia hace más de una década (Gaete, 2010; Hernández y Saldarriaga, 2009); sin embargo, Núñez, Alonso y Pontones (2015) identifican este último enfoque más con los impactos que tienen las actividades desarrolladas en un conjunto acotado de dimensiones institucionales,

que con un marco de actuación general para comprender y gestionar la relación entre universidad y su entorno.

Vinculación con el medio en el contexto universitario en Colombia y Chile

La vinculación con el medio en el contexto universitario de ambos países adquiere un mayor grado de formalización con el desarrollo de los sistemas de acreditación universitaria. Existe evidencia en las universidades colombianas sobre el registro de las actividades de extensión desde comienzos del siglo xx. Sin embargo, es solo con el Decreto Ley 80 de 1980 que esta área obtiene reconocimiento jurídico (Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN–, 2008). Más adelante y con vigencia, el área de extensión reafirma su sentido al ser incorporada y reconocida por la Ley 30 de 1992, en el artículo 120. En la actualidad, los Lineamientos de Acreditación Institucional del Consejo Nacional de Acreditación incluyen el factor *pertinencia e impacto social* como evaluable (Consejo Nacional de Acreditación, 2015, p. 44).

² Los autores se refieren a *Instituciones de Educación Superior*.

Entre tanto, es hasta 1999 que en Chile se crea la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), organismo que lidera la creación y ejecución de planes pilotos de acreditación institucional, de carreras y programas de posgrado (Cancino y Schmal, 2014). La Ley 20.129 de 2006 establece el Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, que reglamenta, en el artículo 17, los ámbitos de acreditación institucional, entre los que se encuentra como un área opcional la vinculación con el medio.

Tanto en Colombia como en Chile, ya sea bajo la denominación de *extensión* o *vinculación con el medio*, el marco institucional vigente ha relacionado esta área con los sistemas de aseguramiento de la calidad, siendo parte significativa de los aspectos que son objeto de evaluación en los procesos de acreditación.

No obstante, no existe claramente en la historia un punto de quiebre entre el concepto de vinculación y extensión. La construcción de un concepto que defina unívocamente la relación entre universidad y entorno es una tarea compleja, ya que esta dinámica tiene matices según la tendencia hacia donde apunta cada definición en el marco de la tercera misión. Los matices predominantes en cada concepto están descritos en la tabla 1.

Si buscamos una forma de explicar por qué hasta ahora los conceptos de vinculación y extensión han coexistido, es posible reconocer que entre estos existen nexos y relaciones que

generan una amalgama. Se puede afirmar entonces que más que un "quiebre" que establezca la aparición del concepto de vinculación, lo que se ha dado es una coexistencia de los conceptos desde una perspectiva histórica y geográfica.

Sin embargo, resulta fundamental establecer que la vinculación en sí no es extensión, ya que si bien ambas integran el trabajo que la universidad debe desarrollar en términos de relación con su entorno, la vinculación, en el sentido de la pertinencia, conlleva a abrir nuevas categorías de análisis y desafíos para la gestión universitaria, particularmente en miras al desarrollo estratégico y los procesos de acreditación institucional.

Ámbitos de vinculación con el medio en el contexto universitario

Autores como Sanabria, Morales y Ortiz-Riaga (2015), Molina-Roldán (2015), Vizarreta y Tinoco (2014), González y González (2013), Ortiz-Riaga y Morales-Rubiano (2011), Chang (2010) y Bueno y Casani (2007) manifiestan que pueden existir diversos modelos de vinculación de acuerdo con el contexto, lo que permite documentar como ámbitos de vinculación el económico o de transferencia, el social y el cultural. Estos ámbitos muestran ciertas tendencias respecto a cómo la universidad puede generar la vinculación más allá de limitarse a establecer relaciones solo con sectores productivos del mercado.

Tabla 1.
Relación concepto/matiz de los términos vinculación y extensión.

Término	Categoría	Concepto / Matiz
Vinculación	Concepto	"La vinculación es un proceso dinámico y cambiante. (...) enfatiza la relación existente entre la universidad con industrias, empresas del sector productivo del país, éstas últimas suelen ser de capital privado, lo que ha generado algunos cambios desde el ámbito social y político, al mejoramiento continuo de los sistemas tradicionales" (Chang, 2010, p. 90). En Chile, "la vinculación con el medio se refiere al conjunto de nexos establecidos con el medio disciplinario, artístico, tecnológico, productivo o profesional, con el fin de mejorar el desempeño de las funciones institucionales, de facilitar el desarrollo académico y profesional de los miembros de la institución y su actualización o perfeccionamiento, o de cumplir con los objetivos institucionales" (CNA, 2013, p. 10).
	Matiz de orientación del concepto	Muestra una tendencia a definir la relación entre la universidad y el sector productivo, sin descartar relaciones con otros ámbitos. La investigación y el conocimiento se muestran como el insumo más importante que media en este tipo de relación. La transferencia de conocimiento desde la universidad y el apoyo financiero de privados son una característica predominante en la definición de bidireccionalidad.
Extensión	Concepto	"La extensión universitaria es el proceso que tiene como propósito promover cultura en la comunidad intra y extrauniversitaria como parte de la contribución universitaria al desarrollo cultural" (González y González, 2013, p. 7) En Colombia, "la extensión comprende los programas de educación permanente, cursos, seminarios y demás programas destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar el bienestar de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad" (Congreso de Colombia, 1992).
	Matiz de orientación del concepto	Muestra una tendencia a establecer una relación entre la universidad y el entorno, a través de acciones de intervención social y difusión cultural. El diálogo constante con las comunidades del entorno por medio de acciones de intercambio de conocimiento y experiencias que retroalimentan la riqueza cultural marca la definición de bidireccionalidad. La universidad salvaguarda el tesoro cultural y lo pone a disposición de la comunidad.

Fuente: elaboración propia con base en González y González (2013), CNA (2013), Chang (2010) y Congreso de Colombia (1992).

Ámbito económico o de transferencia

La vinculación, desde el ámbito económico o de transferencia, centra su interés en establecer relaciones entre la universidad y los diferentes sectores que pueden representar una rentabilidad económica (Vizarreta y Tinoco, 2014), que potencie el financiamiento de la investigación que se produce (González y González, 2013). Bajo este ámbito, es común encontrar relaciones entre universidad, empresa, industria, sector productivo y otros centros de investigación, traduciendo la vinculación de la universidad en acciones estratégicas ligadas a la obtención de patentes y licencias, financiamiento en coinvestigación, transferencia de conocimiento, investigación básica y aplicada, *spin off* o emprendimientos. La mayoría de estos mecanismos, a pesar de su relevancia, han sido poco estudiados en cuanto a su impacto interno y externo en las universidades (Schoen, Van Pottelsberghe de la Potterie y Henkel, 2014).

Este ámbito, además potencia sus esfuerzos hacia la búsqueda de recursos financieros como medio de sosténimiento de las actividades de investigación. Esta forma de captación de recursos tiene sentido bajo el modelo de universidad emprendedora que identifica Clark (2000). El ámbito económico ubica la generación de conocimiento como un valor fundamental por su aporte a la competitividad; de allí que también pueda ser llamado ámbito de transferencia de conocimiento. Colmenárez (2001, citado por Ortiz-Riaga y Morales-Rubiano, 2011) sostiene que este tipo de vínculo "debe entenderse como un mecanismo que ayuda a elevar la calidad de la investigación y de la docencia, y a lograr una mejor integración con las necesidades sociales" (p. 353), visión que comparten otros autores (Misas, 2004; Martínez, Mavarez, Rojas, Rodríguez y Carvallo, 2006).

Agrupados en este ámbito, podemos identificar diferentes modelos con los que se ha trabajado la vinculación, siendo estos: el Triángulo de Sábat, los Sistemas de Innovación, y el Modelo de Triple Hélice.

Ámbito social

En este ámbito, las relaciones que se generan entre universidad y otros sectores productivos, empresariales, de investigación o comunidades, deberían buscar el financiamiento de investigación o emprendimientos en el orden social. Las acciones que se circumscribe en este ámbito están orientadas a contribuir en la mejora de las condiciones de vida de las comunidades que impactan (Vizarreta y Tinoco, 2014).

Las acciones más representativas son las que giran en torno a las intervenciones de servicio social, así como de

asistencia en salud, psicológica o prestación de asesorías jurídicas. El ámbito social "propone la necesidad de introducir una nueva práctica, en la que los estudiantes se vinculen a procesos participativos que los acerquen a los problemas de la comunidad y en los que puedan desarrollar su sentido crítico y su creatividad" (Carlevaro, 2009, citado por Ortiz-Riaga y Morales-Rubiano, 2011 p. 356).

Por otra parte, hasta ahora aquellas acciones que van dirigidas hacia la conservación o la relación amigable con el medio ambiente o de desarrollo sostenible pueden ser consideradas dentro de este ámbito; sin embargo, la relevancia que tiene este tema para nuestra sociedad posiblemente llevará a que sea considerada en poco tiempo como un nuevo ámbito, con un lugar propio dentro del análisis de la vinculación.

Ámbito cultural

Bajo este ámbito, la vinculación se desarrolla en torno a la generación de redes que combinan capitales privados y públicos en pro de la conservación de la identidad local y regional, a partir del patrimonio cultural de las comunidades de impacto.

De este modo, se promueven y realizan intercambios de experiencias, y se busca la protección del patrimonio artístico, arquitectónico y cultural. Además, se preserva la memoria histórica y se hace para que sea difundida a través de mecanismos que permitan la cercanía de la universidad con las comunidades que generan constantemente patrimonio (Sanabria, Morales y Ortiz Riaga, 2015).

Este ámbito, en algunos casos, sirve como una plataforma que amplía su oferta de vinculación, al tener en cuenta actividades de formación integral para la comunidad universitaria, con actividades orientadas al componente artístico y deportivo, ligadas a la atención a la comunidad universitaria (Molina, 2015).

Por otra parte, es común encontrar agrupadas en este ámbito las acciones propias de comunicación e información, en las que se propicia un diálogo permanente entre la comunidad científica y la sociedad, a través de la difusión de programas radiales o televisivos, publicaciones de revistas, periódicos, contenidos en página web, entre otros (Molina, 2015).

Propuesta metodológica

El trabajo se desarrolló bajo un paradigma cualitativo, puesto que permite comprender un fenómeno en su propio contexto, facilitando el abordaje del tema en estudio en la muestra de universidades seleccionadas y respetando las particularidades de cada caso. El estudio se aborda bajo

una metodología de análisis documental, basado en la sistematización y análisis de contenido (Mayring, 2000), desde un enfoque descriptivo, ya que el propósito es “describir la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio” (Salkind, 1999, p. 210), situación que se ajusta a los fines del estudio.

Muestra seleccionada

Las universidades seleccionadas como muestra debían cumplir tres criterios: 1) que fueran universidades estatales de Colombia y Chile, 2) que el domicilio de cada universidad estuviera registrado en una ciudad diferente a la capital de cada país y 3) que estuvieran ubicadas dentro de los 100 primeros lugares del ranking QS Latinoamérica de 2014. Los criterios señalados refuerzan la relevancia y pertinencia de la vinculación en el medio, tomando en consideración, respectivamente: 1) la orientación pública de la universidad, 2) el impacto de su accionar desde un enfoque territorial y 3) la calidad de la instituciones desde una perspectiva internacional comparada. La tabla 2 presenta las universidades que cumplieron los criterios.

Tabla 2.

Puesto del ranking QS Latinoamérica de 2014, asociado a universidades regionales estatales de Colombia y Chile, seleccionadas para la muestra.

Colombia		Chile	
Puesto	Universidad	Puesto	Universidad
23	Universidad de Antioquia	63	Universidad de Talca
51	Universidad del Valle	78	Universidad de La Frontera
69	Universidad Industrial de Santander	83	Universidad de Valparaíso

Fuente: elaboración propia con base en QS Top Universities (2014).

La caracterización de políticas y estrategias se hizo a partir de información obtenida de documentos oficiales, como las políticas y planes estratégicos de las instituciones, informes de autoevaluación institucional, planes de acción e informes de acreditación. En cuanto a las políticas, se tomaron los documentos seleccionados para el análisis y, al contrastar la información, se identificó qué tanto la estructura del diseño de la política se acercaba al marco de referencia constituido por nueve aspectos, identificados previamente al estudiar el conjunto de políticas de las universidades de la muestra. El procedimiento con el trato de la información sobre las estrategias fue el mismo. Se tomaron los documentos disponibles, que en su totalidad eran documentos de gestión y planificación estratégica de cada universidad. Se analizó la información contrastando

los hallazgos con un marco referencial documentado, de tres ámbitos (el económico o de transferencia, el social y el cultural) y 23 áreas o factores de vinculación con el medio.

Para el tratamiento de la información, se usaron dos instrumentos basados en el sustento teórico del trabajo: la matriz de caracterización de las políticas de vinculación con el medio y la matriz de caracterización de las estrategias de vinculación con el medio. Estas matrices permitieron la sistematización de los aspectos constitutivos en torno a la estructura y el diseño de las políticas y los aspectos preponderantes en torno a la definición de las estrategias de vinculación.

El estudio presenta como limitante que aborda el análisis solo desde el contexto universitario de seis universidades que cumplieron con los criterios, a partir de documentos oficiales que cada institución ha dispuesto de dominio público en sus páginas web institucionales.

Análisis de resultados

Caracterización de políticas de vinculación con el medio

La política de vinculación con el medio (en adelante PVM) se entiende como los lineamientos institucionales que orientan la relación de la universidad con su entorno. La política proporciona las líneas de interés para el levantamiento de estrategias tendientes a su cumplimiento. Cada universidad define su PVM de acuerdo al contexto y proceso histórico, lo que le da un sentido particular a cada una de ellas.

La tabla 3 contiene una caracterización de políticas de vinculación, compuesta por nueve factores relacionados con la estructura de la PVM de cada universidad.

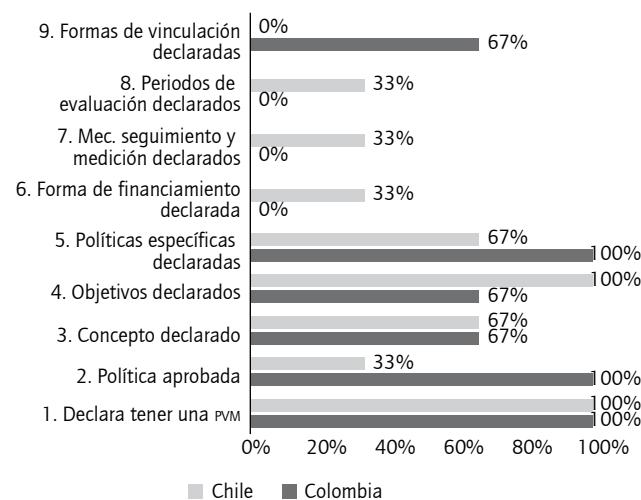
Al desagregar los factores y cuantificar la frecuencia en porcentaje de incorporación del aspecto en el diseño de la PVM por cada país, los resultados muestran un panorama más detallado, que permite formular las consideraciones expresadas en la gráfica 1.

Al hacer una revisión general de la matriz, se observa que las estructuras de las PVM de las universidades seleccionadas son heterogéneas. Tanto en Colombia como en Chile, se le otorga importancia a esta área de gestión al declararse que el 100% de las universidades cuentan con una PVM, situación que puede estar relacionada con el impulso que esta dimensión institucional adquiere a partir de la relevancia de los procesos de acreditación. En Colombia resalta que las universidades cuentan con una PVM aprobada por algún órgano del gobierno universitario, lo que la pone en ventaja frente a los resultados referidos a Chile.

Tabla 3.
Matriz de caracterización de PVM.

N	Factores	Colombia			Chile		
		Universidad de Antioquia	Universidad del Valle	Universidad Industrial de Santander	Universidad de Talca	Universidad de La Frontera	Universidad de Valparaíso
1	La universidad declara, a través de información de dominio público, tener una política que oriente la relación con el medio.	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	La universidad cuenta con una política que oriente la vinculación con el medio, aprobada por algún órgano del gobierno universitario.	✓	✓	✓	✓	X	X
3	La política declara un concepto que la defina.	X	✓	✓	✓	X	✓
4	La política plantea objetivos.	X	✓	✓	✓	✓	✓
5	La política formula políticas de vinculación específicas para diferentes campos estratégicos de desarrollo.	✓	✓	✓	X	✓	✓
6	La política declara su forma de financiamiento.	X	X	X	✓	X	X
7	La política define mecanismos o instrumentos para el seguimiento y la medición de sus impactos.	X	X	X	✓	X	X
8	La política define períodos de evaluación de su impacto.	X	X	X	✓	X	X
9	La política define formas de vinculación con el medio.	X	✓	✓	X	X	X

Fuente: elaboración propia con base en Universidad de Antioquia (1997), Universidad del Valle (2012a), Universidad Industrial de Santander (2005), Universidad de Talca (2013), Universidad de La Frontera (2008) y Universidad de Valparaíso (s. f.).



Gráfica 1. Comparativo entre países del porcentaje de universidades que incluyen el aspecto en el diseño de la PVM. Fuente: elaboración propia, con base en la matriz de caracterización de PVM.

Las universidades comparten características en cuanto a que definen conceptualmente cómo entienden la vinculación con el medio, declaran objetivos ya sean generales o específicos en la PVM y definen políticas específicas por campos estratégicos en la PVM. Las diferencias entre una y

otra están dadas por que hay universidades que estos aspectos son explicitados en reglamentos o estatutos.

Entre los aspectos que se encuentran descritos, las universidades especifican escasamente las fuentes o formas de financiamiento de la política, no definen mecanismos e instrumentos de seguimiento y evaluación de los impactos de la PVM, no delimitan temporalmente el periodo de evaluación de la implementación de la política, ni especifican formas de vinculación declaradas explícitamente en la PVM. Ninguna de las seis universidades seleccionadas cumple cabalmente con los nueve factores establecidos en la matriz.

En resumen, se puede concluir que las PVM en general se caracterizan por:

- Otorgar importancia al área de vinculación con el medio en los procesos de gestión institucional.
- Validar la PVM a través de actos administrativos emanados por algún órgano del gobierno universitario.
- Definir conceptualmente la PVM, otorgándole atributos relacionados con el ámbito de la vinculación social.
- Establecer objetivos generales o específicos de la PVM, en función de campos estratégicos de desarrollo institucional.

- Delimitar campos estratégicos de desarrollo institucional y otorgarles sentido de proyección económica o de transferencia, social o cultural.
- Ausencia de definiciones de formas y fuentes de financiamiento de la PVM.
- Falta de definición de mecanismos e instrumentos para el seguimiento y la medición de los impactos de la PVM.
- Falta de acuerdos sobre periodos de temporalidad para la medición de los impactos de PVM.
- Relativismo en las formas de vinculación con el medio.

Caracterización de estrategias de vinculación con el medio

Las estrategias de vinculación con el medio (en adelante EVM) se entienden como el conjunto de acciones perfiladas al cumplimiento de la PVM. La caracterización de las EVM, relacionada en la tabla 4, se sistematiza a partir de orientaciones estratégicas, planes de acción e identificación de acciones específicas reportadas en los informes de autoevaluación de cada universidad. Solo en el caso de la Universidad de Valparaíso, se toma información procedente del *Informe de Evaluación Institucional* (Universidad de

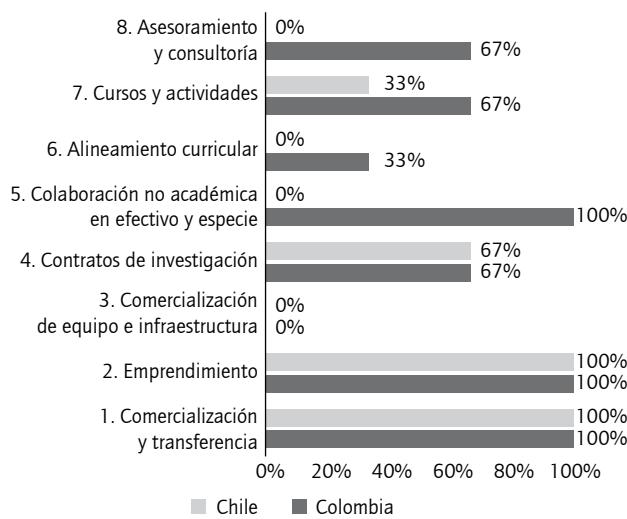
Tabla 4.
Matriz de caracterización de EVM.

Ámbito	Área o dimensión implicada en la estrategia u objetivos estratégicos	Colombia			Chile		
		Universidad de Antioquia	Universidad del Valle	Universidad Industrial de Santander	Universidad de Talca	Universidad de La Frontera	Universidad de Valparaíso
Económico o de transferencia	Comercialización y transferencia del conocimiento derivada de la acumulación de saberes de la docencia e investigación	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Actividades de fomento al emprendimiento	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Comercialización de equipamientos e infraestructura física universitaria	X	X	X	X	X	X
	Contratos de investigación	✓	X	✓	✓	✓	X
	Colaboración no académica en efectivo y especie en investigación académica	✓	✓	✓	X	X	X
	Alineamiento curricular a las necesidades económicas	✓	X	X	X	X	X
	Cursos y actividades de aprendizaje	✓	✓	X	X	✓	X
	Asesoramiento y consultoría	✓	✓	X	X	X	X
Social	Uso de equipamientos universitarios	X	X	X	X	X	X
	Colaboración no académica en investigación académica	X	X	X	X	X	X
	Movilidad de personal académico, científico y técnico	✓	✓	✓	X	✓	X
	Prácticas para estudiantes en entidades no académicas	✓	✓	✓	X	X	X
	Adecuación activa de la docencia a las necesidades sociales	✓	✓	✓	✓	X	X
	Actividades de aprendizaje	X	X	X	X	X	X
	Participación en programas o redes sociales	✓	✓	✓	✓	✓	X
	Actividades de asesoría	X	X	X	X	X	X
	Contribución a la solución de problemas específicos de la sociedad	✓	✓	✓	✓	X	X
	Impacto externo	X	✓	✓	X	X	X
Cultural	Apropiación del conocimiento para la investigación, la docencia y la gestión	X	X	X	X	X	X
	Transferencia del conocimiento derivada de la formación de estudiantes	✓	✓	✓	✓	X	X
	Difusión/ Divulgación no académica	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Difusión/ Divulgación académica	✓	✓	✓	✓	✓	X
	Comunicación y transferencia de cultura y valores	✓	X	✓	✓	✓	X

Fuente: elaboración propia con base en Universidad de Antioquia (2006, 2012, 2013), Universidad del Valle (2005, 2012b), Universidad Industrial de Santander (2007), Universidad de Talca (2011, 2014), Universidad de La Frontera (2008, 2013a-b) y Universidad de Valparaíso (2009, 2014).

Valparaíso, 2009), pues la información referente al plan estratégico no es de dominio público.

Al analizar el ámbito económico o de transferencia en detalle, se pueden observar características propias por país que permiten tener una perspectiva mucho más puntual en relación con cada área de vinculación (gráfica 2).



Gráfica 2. Comparativo del ámbito económico o de transferencia entre países por porcentaje de preponderancia, de acuerdo con el área de la estrategia. Fuente: elaboración propia, con base en la matriz de caracterización de EVM.

Se observa que las universidades centran su accionar en las áreas de comercialización y transferencia del conocimiento, derivadas de la acumulación de saberes de la docencia e investigación y actividades de fomento al emprendimiento. Esta situación puede ser un indicativo de la forma en que las universidades interpretan preferentemente la vinculación con el medio en este ámbito.

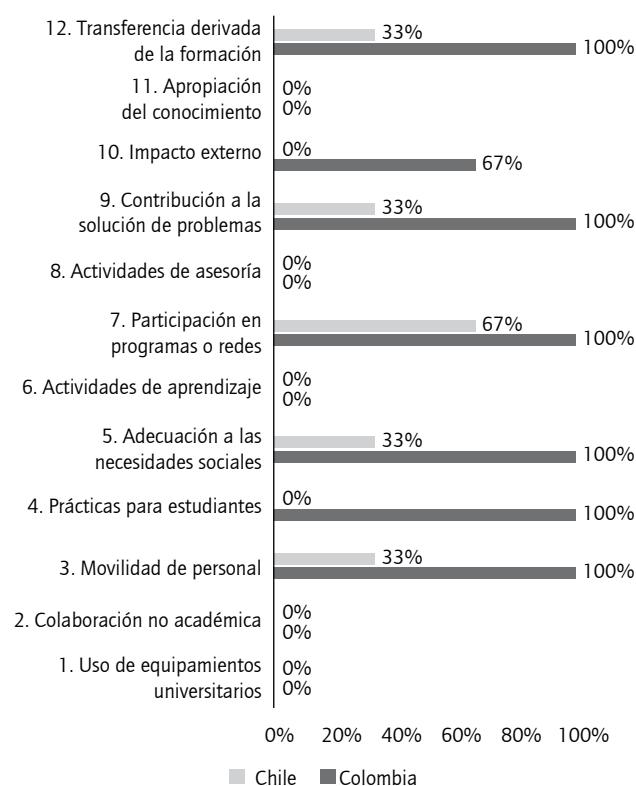
Por otra parte, en ambos países las universidades vienen incluyendo, como una tercera área de relevancia, los diseños de estrategias que incluyan la consecución de contratos de investigación, siendo un eje vector que propicia el apalancamiento de recursos para el financiamiento de la investigación. En el ámbito económico o de transferencia, se hace evidente que la búsqueda de otras fuentes de financiación para la investigación es una condición fundamental para el desarrollo institucional, coincidentemente con el enfoque de universidad emprendedora que establece Clark (2000).

También se puede interpretar que las estrategias diseñadas en este ámbito consideran el área de colaboración no académica en efectivo y especie para las investigaciones académicas, como otras fuentes de financiamiento, evidenciando el tránsito que están teniendo las universidades estatales entre la dependencia financiera del Estado

y la inclusión de capitales privados al financiamiento de un porcentaje de la investigación, situación que es más evidente en el caso de Colombia.

Para Salmi (2009), las universidades con una orientación marcada hacia la ciencia y la tecnología, que aspiran a posicionarse en primer nivel mundial, han desarrollado "la capacidad para atraer contratos de investigación de empresas extranjeras y de empresas multinacionales" (p. 48), siendo este un buen mecanismo para valorar el nivel científico de estas instituciones.

En los procesos de transferencia tecnológica, según Barro y Fernández (2015), resulta fundamental que las universidades cuenten con unidades especializadas con experiencia acumulada en este ámbito, ya que esto permea las capacidades para gestionar aspectos clave como la comercialización, la gestión del conocimiento y el desarrollo tecnológico, lo que facilita generar redes de transferencia.

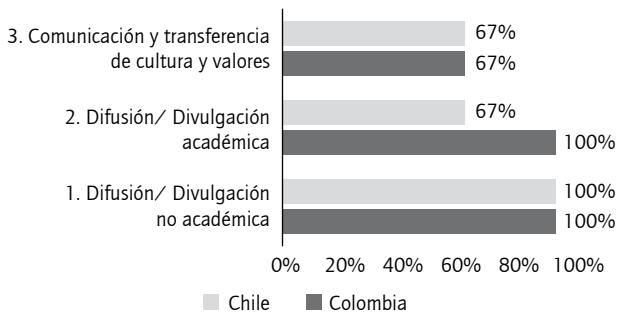


Gráfica 3. Comparativo del ámbito social entre países por porcentaje de preponderancia, de acuerdo al área de la estrategia. Fuente: elaboración propia, con base en la matriz de caracterización de EVM.

En el ámbito social, como se observa en la gráfica 3, las universidades diseñan sus estrategias inspiradas en la comprensión de su papel como instituciones creadoras de conocimiento, al servicio de la sociedad, siendo de su interés la contribución a la solución de problemas específicos de la sociedad. Como característica latente, se evidencia que

el componente de participación en redes se convierte en el eje vector del ámbito. Las universidades han venido entendiendo que el valor del conocimiento se multiplica, en la medida en que se generan formas colaborativas para su desarrollo.

Otra característica de este ámbito se encuentra en el reconocimiento por parte de las universidades del papel que cumplen los egresados de sus instituciones, y la oportunidad que tienen estas al mantener una oferta de servicios orientada a la formación continua y cualificación especializada para ellos. Las estrategias en relación con este ámbito también se caracterizan por encaminar procesos de movilidad académica y estudiantil. Este factor es consonante con el interés de las universidades por establecer procesos de intercambio de experiencias y desarrollo de redes de investigación. Estas características asociadas a la movilidad académica y estudiantil, así como a los procesos de intercambio de experiencias y desarrollo de redes de investigación, son componentes relevantes de una tendencia hacia la internacionalización de las universidades.



Gráfica 4. Comparativo del ámbito cultural entre países por porcentaje de preponderancia, de acuerdo con el área de la estrategia. Fuente: elaboración propia con base en la matriz de caracterización de EVM.

Las características de las estrategias en torno al ámbito cultural son quizás las mejor evidenciables (gráfica 4), puesto que la tradición latinoamericana entiende en principio que la vinculación se asocia prioritariamente a la extensión social y cultural, como parte constitutiva de la identidad universitaria en este ámbito.

Las estrategias comparten características de difusión y divulgación, tanto de su quehacer institucional en cuanto a formación, como en cuanto a su quehacer en investigación. Las estrategias se caracterizan por tener una fuerte inclinación a la transferencia cultural y de valores, asumiendo su papel de salvaguardar la identidad cultural de la sociedad.

En resumen, las EVM se caracterizan en general por:

- Incluir un fuerte componente de comercialización y transferencia de conocimiento, derivadas de la acumulación de saberes de la docencia e investigación.

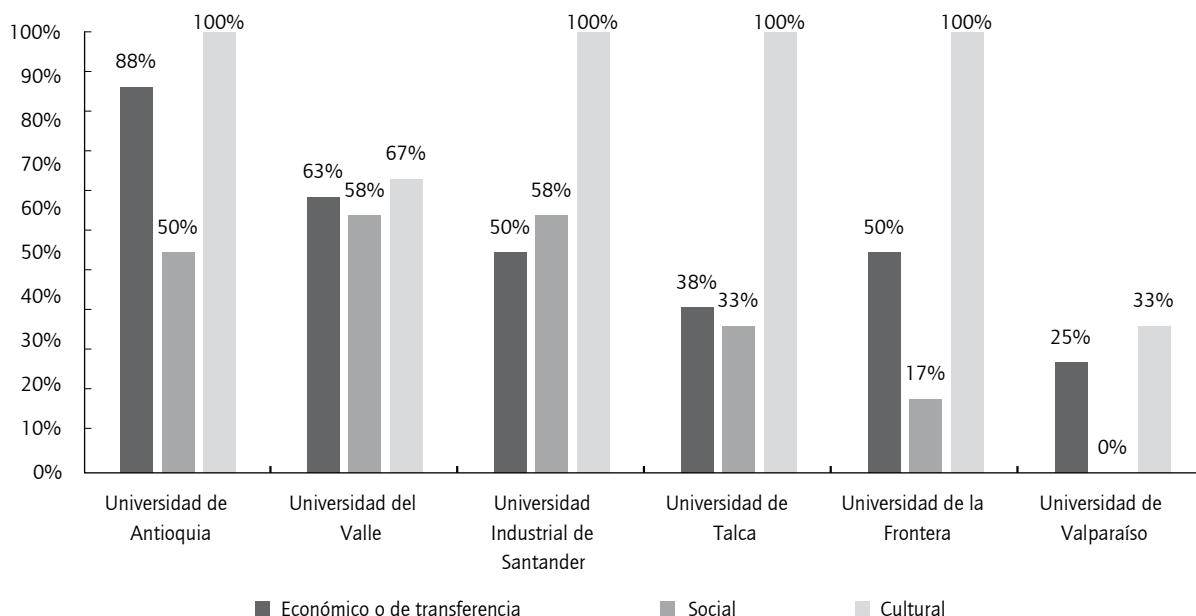
- Fomentar el emprendimiento en todos los niveles.
- Buscar la diversificación de sus servicios especializados como fuentes de financiamiento de la gestión institucional y la investigación.
- Acercar a estudiantes y académicos a los sectores productivos de la sociedad, en función de establecer relaciones de cooperación.
- Promover la movilidad del personal con formación avanzada y con proyección académica, así como incluir movilidad en pregrado y posgrado, como forma de posicionar la internacionalización.
- Motivar entre los académicos la reflexión y aplicación de investigación a la solución de problemas específicos de la sociedad.
- Establecer redes y participar en procesos de intercambio de saberes.
- Asumir que los egresados siguen siendo parte de la institución y se potencian como una oportunidad para el establecimiento de alianzas estratégicas.
- Funcionar como salvaguardas de la identidad cultural de la sociedad.
- Comunicar el quehacer institucional en gestión, formación e investigación, en función de establecer puentes de relación cercana con la sociedad.

Dentro de la caracterización de las EVM en las universidades en estudio, queda en deuda la visualización de características en torno al vínculo entre el nivel de educación superior y el sistema de educación escolar, como oportunidad de articulación y fortalecimiento del sistema educativo en todos los niveles.

Identificación de ámbitos de vinculación preponderante por cada universidad seleccionada

Los resultados del análisis de la matriz de caracterización de las PVM y las EVM permiten tener una noción global de estos dos aspectos. A su vez, la matriz de caracterización de EVM posibilita analizar, de acuerdo con las frecuencias de las áreas reflejadas en el diseño de las estrategias, cuál es el ámbito de vinculación preponderante en cada universidad. La gráfica 5 representa esta situación.

La Universidad de Antioquia tiene una preponderancia orientada al ámbito cultural, con alta influencia del ámbito económico o de transferencia. Este resultado no está fuera del contexto de una universidad con más de 200 años desde su apertura, y con proyección de posicionarse en el contexto nacional y latinoamericano como una universidad de



Gráfica 5. Comparativo entre universidades según preponderancia de las estrategias utilizadas en los ámbitos de vinculación. Fuente: elaboración propia con base en la matriz de caracterización de EVM.

investigación. Tanto el componente cultural como investigativo están claramente incorporados en la visión de la institución. El ámbito social se ubica como un sector factible de potenciar.

La Universidad del Valle tiene una preponderancia equilibrada entre el ámbito cultural y económico o de transferencia; sin embargo, los porcentajes en ambos ámbitos apenas se ubican por encima de la media, dejando a la universidad camino al desarrollo. Este resultado está dentro del contexto de una universidad que alcanza los 70 años de trayectoria y que busca la consolidación de su estrategia de regionalización. Si bien la visión expresa es proyectar una universidad internacional e investigadora, el porcentaje de preponderancia en el ámbito económico o de transferencia es un avance, sin que esté notablemente consolidado.

Por otra parte, la Universidad Industrial de Santander tiene una preponderancia relevante hacia el ámbito cultural, seguido equilibradamente del ámbito social y luego el económico o de transferencia; sin embargo, los porcentajes en estos dos últimos ámbitos apenas pasan por incluir el 50% de las áreas reflejadas en el diseño de las estrategias, dejando a esta universidad como una institución con predominio del ámbito cultural. Esta universidad, además, tiene una trayectoria de 67 años y, a pesar de declarar en la visión un compromiso con el desarrollo social y económico del país, esto no se ve marcadamente en el diseño de sus estrategias. El ámbito económico o de transferencia, pese

a que se proyecta como una fuerte idea en la visión, se ve relegado a un tercer lugar por debajo del ámbito cultural y social.

En el contexto chileno, la Universidad de Talca tiene una preponderancia relevante hacia el ámbito cultural, seguido por debajo de un 40% en primer lugar por el ámbito económico o de transferencia y, luego, por el ámbito social. Los porcentajes en estos dos últimos son bajos, dejándola como una institución con oportunidades de mejora en el diseño de las estrategias, sin abandonar el predominio del ámbito cultural. Esta universidad tiene una trayectoria de 34 años y, a pesar de declarar en la misión y visión un compromiso con el desarrollo social y económico de la región, esto no se ve marcadamente en el diseño de sus estrategias. El ámbito cultural se proyecta como una fortaleza de la institución al compararlo con el ámbito económico o de transferencia y el social.

Por su parte, la Universidad de La Frontera tiene una preponderancia hacia el ámbito cultural, seguido por el ámbito económico o de transferencia. Destaca el bajo porcentaje de preponderancia del ámbito social, dejando a esta universidad como una institución con oportunidades de mejora en este caso. La universidad tiene una trayectoria de 34 años y, a pesar de declarar una misión amplia, el ámbito social se queda en deuda con el alcance de la declaración misional. El ámbito cultural se proyecta como una fortaleza de la institución al compararlo con el bajo porcentaje del ámbito social.

Finalmente, la Universidad de Valparaíso, más allá de no reflejar ámbitos preponderantes, no dispone de suficiente información de dominio público en su página web. Esta situación se replica al no hallarse información relevante como el Plan Estratégico Institucional, lo que impidió recabar información suficiente para evidenciar la preponderancia de los ámbitos en el diseño de las estrategias. La falta de información no permite más que decir que el área con mayor porcentaje es el ámbito cultural, seguido del ámbito económico o de transferencia; sin embargo las áreas implicadas son tan pocas que prácticamente no es posible hablar de ámbitos preponderantes. Esta universidad tiene una trayectoria de 34 años y, a pesar de declarar una misión y visión amplia, los ámbitos quedan en deuda ante el análisis. Ante este caso, es prudente no emitir juicio de valor sobre la preponderancia de algún ámbito.

Conclusiones

Los resultados permiten evidenciar que el área de vinculación con el medio en el contexto universitario en estudio es un área aún en construcción, considerando las evidencias encontradas en la literatura y en el análisis desarrollado, en el que se logró determinar que cada universidad seleccionada en la muestra tiene una forma particular de definición de políticas y estrategias para la vinculación con el medio, lo que se configura como una característica común entre las universidades estudiadas. Por lo limitado de la muestra, no sería prudente hablar de los hallazgos como una tendencia en los países en estudio; sin embargo, es posible tener la hipótesis que, al ampliar la muestra de universidades públicas de calidad y regionales, la característica común se mantendría.

En relación con las características de las políticas definidas por las universidades analizadas, se puede concluir que en el contexto institucional se le otorga un reconocimiento relevante al área de vinculación con el medio, siendo esto concordante con las dinámicas instaladas por los sistemas de acreditación nacional de cada país. Pero no en todos los casos la política se encuentra reconocida por los órganos de gobierno universitario, dando cuenta de que las universidades desarrollan acciones emergentes tensionadas por la necesidad de ajustarse a los requerimientos de los procesos de autoevaluación y de acreditación institucional.

Por otra parte, las políticas definen su concepto, objetivos y áreas relevantes de vinculación; asimismo, no es habitual que definan fuentes de financiamiento o que establezcan mecanismos y períodos de evaluación, existiendo también una diversidad en cuanto a los mecanismos de vinculación. Lo anterior evidencia heterogeneidad en el diseño de la política de vinculación con el medio y un riesgo sobre la

viabilidad de la implementación de las acciones propias del área.

En cuanto a las características de las estrategias de vinculación, se puede concluir que su diseño evidencia una tendencia mayor hacia estrategias dirigidas a la comercialización y transferencia del conocimiento, derivadas de la acumulación de saberes de la docencia e investigación. Este rasgo responde a las tendencias de políticas gubernamentales que incitan a las universidades a diversificar sus servicios y sus fuentes de financiamiento. Un riesgo potencial de esta dinámica radica en los alcances que puedan tener sobre la autonomía universitaria, específicamente sobre sus políticas y prácticas de investigación.

En definitiva, esta tendencia hacia la diversificación y autofinanciamiento de la investigación y los servicios profesionales es una característica propia de la tipología de universidad emprendedora, sin que en estricto rigor cumplan cabalmente con este perfil. No obstante, es destacable que existan acciones dirigidas a fomentar y fortalecer una cultura del emprendimiento, siendo un factor que reforza esta lógica de tránsito desde una universidad clásica hacia una universidad emprendedora.

Respecto a los ámbitos preponderantes de las políticas y estrategias de vinculación en las universidades analizadas, se logró establecer que el ámbito cultural es el de mayor preponderancia, existiendo siempre la presencia de uno de los otros ámbitos, con una tendencia en segundo plano hacia el ámbito económico o de transferencia. El ámbito social parece diluirse en el diseño de las estrategias, perdiendo relevancia en la priorización por fortalecer las relaciones entre la universidad y el sector productivo.

Que el ámbito cultural sea preponderante no es del todo casual y refleja al menos una alineación hacia una condición heredada de la Reforma Universitaria de Córdoba, en cuanto a que la universidad debe funcionar como salvaguarda de la identidad cultural de la sociedad, papel indiscutible en el medio académico latinoamericano.

Todo esto no hace más que reflejar la tensión existente entre el desafío por hacer que el conocimiento sea considerado exclusivamente como un bien social y aquel que lo vincula prioritariamente con el sector productivo. Si bien los principios fundantes de la Reforma Universitaria de Córdoba han impregnado la implementación de los procesos de vinculación en América Latina, estos debieran convivir en armonía con los desafíos de pertinencia y eficacia en el desarrollo de la misión de una universidad moderna y compleja, resguardando la responsabilidad que esta tiene, desde sus procesos de investigación y de servicios, con los sectores más vulnerables y excluidos.

Referencias

- Asociación Colombiana de Universidades [ASCUN] (2008). *Documento de trabajo sobre políticas de extensión*. Bogotá: Red Nacional de Extensión Universitaria.
- Badillo, R., Buendía, A., & Krücken, G. (2015). Liderazgo de los rectores frente a la "tercera misión" de la universidad: visiones globales, miradas locales. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20(65), 393-417. Recuperado el 8 de febrero de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662015000200004&lng=es&tlang=es.
- Barro, S., & Fernández, S. (2015). De la I+D al tejido productivo: luces y sombras. En Barro (coord.), *La transferencia de I+D, la innovación y el emprendimiento en las universidades. Educación superior en Iberoamérica - Informe 2015* (pp. 471-511). Santiago de Chile: Centro Interuniversitario de Desarrollo.
- Brescia, F., Colombo, G., & Landoni, P. (2016). Organizational structures of knowledge transfer offices: An analysis of the world's top-ranked universities. *Journal of Technology Transfer*, 41(1), 132-151. doi:10.1007/s10961-014-9384-5
- Brunner, J. J. (2014). La idea de la *universidad pública* en América Latina: Narraciones en escenarios divergentes. *Educación xxi*, 17(2), 17-34. doi:10.5944/educxxi.17.2.11477.
- Bueno, E., & Casani, F. (2007). La tercera misión de la Universidad. Enfoques e indicadores básicos para su evaluación. *Revista Economía Industrial*, 366, 43-59.
- Campos, G., & Sánchez, G. (2006). La vinculación universitaria y sus interpretaciones. *Revista Ingenierías*, 9(30), 18-25.
- Cancino, V., & Schmal, R. (2014). Sistema de acreditación universitaria en Chile: ¿Cuánto hemos avanzado? *Revista Estudios Pedagógicos*, 40(1), 41-60.
- Calcagnini, G., Favaretto, I., Giombini, G., Perugini, F., & Rombaldoni, R. (2016). The role of universities in the location of innovative startups. *Journal of Technology Transfer*, 41(4), 670-693. doi:10.1007/s10961-015-9396-9
- Chang, H. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la Universidad y Empresa. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 85-94.
- Clark, B. (2000). Collegial Entrepreneurialism in Proactive Universities: Lessons from Europe. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 32(1), 10-19.
- Consejo Nacional de Acreditación [CNA] (2015). *Lineamientos para la Acreditación Institucional*. Colombia: CNA.
- Comisión Nacional de Acreditación [CNA] (2013). *Reglamento sobre áreas de acreditación acorde al artículo 17 de la Ley 20.129*. Chile: CNA.
- Gaete, R. A. (2010). Discursos de responsabilidad social universitaria: el caso de las universidades de la macro zona norte de Chile pertenecientes al Consejo de Rectores. *Perfiles educativos*, 32(128), 27-54.
- González, M., & González, G. (2013). ¿Extensión universitaria, proyección social o tercera misión? Una reflexión necesaria. *Revista Congreso Universidad*, 2(2), 1-11.
- Hernández, R. D., & Saldarriaga, A. (2009). Gestión de la responsabilidad social universitaria. Caso: Escuela de Ingeniería de Antioquia —EIA—. *Dyna*, 76(159), 237-248.
- Congreso de Colombia. (1992). *Ley 30. Título Sexto. Capítulo I, Artículo 120*. Colombia.
- Martínez, C., Mavarez, R., Rojas, L., Rodríguez, J., & Carvallo, B. (2006). La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación universidad-entorno social. *I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología Sociedad e Innovación cts+i*. México. OEI, AECI, UNAM, IPN, UAM, Academia Mexicana de Ciencias y la Academia de Ingenieros.
- Mayring, P. (2000) Qualitative content analysis. *Forum qualitative social research*, 1(2). doi:10.17169/fqs-1.2.1089
- Medina, M., Gutiérrez, L., Molina, V. M., & Barquero, J. D. (2016). Sistema de vinculación universidad empresa: validación de su impacto económico y social. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(1) p. 81-93.
- Misas, G. (2004). *La educación superior en Colombia: análisis y estrategias para su desarrollo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Molina-Roldán, A. (2015). La Extensión universitaria: un espacio fundamental para el desarrollo de la gestión cultural. *PragMATIZES, Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, 9, 106-118. doi:10.22409/pragmatizes.v0i9.96
- Núñez, M. Alonso, I., & Pontones, C. (2015). Responsabilidad Social Universitaria: estudio empírico sobre la fiabilidad de un conjunto de indicadores de Gobierno Corporativo. *Innovar*, 25(58), 91-104. doi:10.15446/innovar.v25n58.52428.
- Ortiz-Riaga, M. C., & Morales-Rubiano, M. E. (2011). La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. *Revista Educación y Educadores*, 14(2), 349-366.
- QS Top Universities. (2014). *QS University Rankings: Latin America 2014*. Recuperado el 27 de julio del 2014, de <http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2014#sorting=rank+region+=country=+faculty=+stars=false+search=>
- Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. México: Prentice Hall.
- Salmi, J. (2009). *El Desafío de Crear Universidades de Rango Mundial*. Colombia: Banco Mundial y Mayol.
- Sanabria, P. E., Morales, M. E., & Ortiz-Riaga C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), 111-134. doi:10.5294/edu.2015.18.1.7
- Schoen, A., Van Pottelsberghe de la Potterie, B., & Henkel, J. (2014). Governance typology of universities' technology transfer processes. *Journal of Technology Transfer*, 39(3), 435-453. doi:10.1007/s10961-012-9289-0
- Tünnermann, C. (2000). El Nuevo Concepto de la Extensión Universitaria. Memorias V Congreso Iberoamericano de Extensión (págs. 1-18). Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo Morelia, México.
- Universidad de Antioquia. (1997). Acuerdo superior 125. Recuperado el 2 de septiembre de 2014, de <http://secretariageneral.udea.edu.co/doc/a012597.html>
- Universidad de Antioquia. (2006). *Plan de Desarrollo 2006-2016*. Recuperado el 2 de abril del 2015, de http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/BibliotecaPortal/ElementosDiseno/Documentos/General/plan_dilo.pdf
- Universidad de Antioquia. (2012). *Plan de Acción Institucional 2012-2015*. Recuperado el 2 de abril del 2015, de <http://secretariageneral.udea.edu.co/doc/PlandeAccion2012-2015.pdf>
- Universidad de Antioquia. (2013). *Informe de Gestión y Resultados Sociales*. Recuperado el 19 de noviembre del 2014, de <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/portal/a.InformacionInstitucional/E.ResultadosGestion/A.gestion2013>

- Universidad de La Frontera. (2008). *Política de Investigación, Desarrollo e Innovación*. Recuperado el 4 de abril del 2015, de http://www.fagro.ufro.cl/doc/Politica_Investigacion_Desarrollo_e_Innovacion_pdf.pdf
- Universidad de La Frontera – Temuco. (2013a). *Plan Estratégico de Desarrollo 2013–2023*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de http://analisis.ufro.cl/index.php?option=com_k2&view=item&id=475:plan-estrategico-de-desarrollo-2013-2023&Itemid=29
- Universidad de La Frontera. (2013b). *Informe de Autoevaluación Institucional*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de <http://www.bib.ufro.cl/portalv3/files/institucional-informe-autoevaluacion-institucional-2013.pdf>
- Universidad de Talca. (2011). *Plan estratégico 2015*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de http://www.utalca.cl/medios/utalca2010/plan2015_.pdf
- Universidad de Talca. (2013). *Política de Vinculación con el Medio*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de http://transparencia.utalca.cl/pdf/resoluciones_2013/RU-1732-2013.pdf
- Universidad de Talca. (2014). *Resumen ejecutivo, informe de evaluación interna*. Recuperado el 19 de noviembre del 2014, de http://acreditacioninstitucional.utalca.cl/portal/docs/resumen_ejecutivo.pdf
- Universidad de Valparaíso (s/f). *Política general de vinculación con el medio*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de <http://vinculos.uv.cl/attachments/article/14/1.politica.pdf>
- Universidad de Valparaíso. (2009). *Informe Institucional de Evaluación*. Recuperado el 5 de abril del 2015, de <https://feuvsantiago.files.wordpress.com/2009/06/universidad-de-valparaiso-informe-institucional-de-evaluacion-mayo-2009.pdf>
- Universidad de Valparaíso (2014). *Anuario 2013*. Recuperado el 8 de abril del 2015, de http://www.uv.cl/archivos/anuario_UV_2013.pdf
- Universidad del Valle (2005). *Plan de Desarrollo 2005–2015*. Recuperado el 20 de octubre del 2014, de http://bancoproyectosinversion.univalle.edu.co/documentos/planes/plandesarrolloUV-2005_2015.pdf
- Universidad del Valle. (2012a). *Política de Proyección Social y Extensión*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de <http://secretaria-general.univalle.edu.co/consejo-superior/resoluciones/2012/RCS-028.pdf>
- Universidad del Valle. (2012b). *Plan de Acción 2012-2015*. Recuperado el 7 de abril del 2015, de <http://www.univalle.edu.co/direccion-de-regionalizacion/9-contenido-univalle/200-elaboracion-plan-de-accion-2012-2015>
- Universidad Industrial de Santander. (2005). *Políticas de Extensión*. Recuperado el 2 de setiembre del 2014, de: <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/documentos/politicasExtension.pdf>
- Universidad Industrial de Santander (2007). *Plan de desarrollo institucional 2008-2018*. Recuperado el 12 de setiembre del 2014, de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/administracion/rectoria/documentos/planDesarrollo.pdf>
- Vizarreta, R., & Tinoco, O. (2014). Extensión universitaria, proyección social y su relación con la investigación y formación profesional en el marco del proceso de acreditación universitaria en la FII. *Industrial Data*, 17(1) 39-45. Recuperado el 4 de octubre del 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.ox?id=81640855006>.