

La identidad institucional y su incidencia en los procesos educativos de la Universidad Mariana¹

Héctor Medardo Trejo Chamorro²

Juan Pablo Arcos Villota³

Luis Francisco Melo Rosero⁴

Como citar este artículo: Trejo-Chamorro, H. M., Arcos-Villota, J. P. y Melo-Rosero, L.F. (2022). La identidad institucional y su incidencia en los procesos educativos de la Universidad Mariana. *Revista Fedumar Pedagogía y Educación*, 9(1), 7-31. <https://doi.org/10.31948/rev.fedumar9-1.art-1>

Fecha de recepción: 05 de septiembre de 2022

Fecha de aceptación: 24 de octubre de 2022

Resumen

El artículo es el resultado de dos procesos académicos: una investigación exploratoria y un informe de consultoría. **Objetivo:** analizar las percepciones y conocimientos sobre identidad institucional de la comunidad académica de la Universidad Mariana. **Metodología:** se aplicó un muestreo probabilístico clásico. **Población:** siete mil personas y una muestra de 620. El instrumento se basó en trece preguntas cerradas y seis categorías claves. El proceso de recolección de información se realizó en formulario de Drive. **Resultado:** el estudio concluye que, la identidad institucional debe convertirse en una política o una apuesta de valor que incida con mayor pertinencia en los procesos administrativos, educativos, laborales, investigativos y de gestión; igualmente, que sea una línea de acción estratégica que dinamice proyectos enfocados a fortalecer la imagen corporativa, el sentido de pertenencia y el carácter apostólico y evangélico de la universidad, sustentado en la misión institucional.

Palabras clave: identidad; filosofía; política; responsabilidad social.

¹Artículo resultado de dos procesos: una investigación exploratoria efectuada en el Departamento de Humanidades de la Universidad Mariana y, una consultoría realizada por un profesional externo sobre el área institucional y la formación humana en el año 2018.

²Doctor en Educación, Universidad de Baja California. Magíster en Educación para adultos, Universidad de San Buenaventura. Magíster en Pedagogía. Especialista en Educación y Filosofía Colombiana, Universidad Santo Tomás. Licenciado en Filosofía y Teología, Universidad Mariana. Trabajador Social, Uniclaretiana. Docente investigador. Líder del grupo de investigación INDAGAR. Correo: htrejo@umariana.edu.co [ORCID](#)

³Magíster en Pedagogía, Universidad Mariana. Licenciado en Ciencias Religiosas y Teología. Docente del Departamento de Humanidades, Universidad Mariana, Pasto, Nariño, Colombia. Integrante del grupo de investigación 'Desarrollo Humano y Social'. Correo electrónico: jarcos@umariana.edu.co

⁴Magíster en Pedagogía, Universidad Mariana. Licenciado en Filosofía y Teología, Universidad Mariana. Docente Departamento de Humanidades de la Universidad Mariana, Pasto, Nariño, Colombia. Integrante del grupo de investigación 'Desarrollo humano y social'. Correo electrónico: lfmelo@umariana.edu.co

Introducción

La Universidad Mariana (2104), en su Plan de Desarrollo Institucional (PDI) sostiene que, es una institución de educación superior, de carácter católico, que forma profesionales humana y académicamente competentes. Ofrece sus servicios a la población ubicada en el suroccidente de Colombia y norte del Ecuador, y tiene más de 55 años de presencia institucional en la región. En el marco de los procesos de autoevaluación y acreditación, la universidad desarrolla distintas estrategias institucionales para comprender el grado de apropiación que tiene la comunidad académica sobre la identidad institucional universitaria, definida en los planes de desarrollo, como una directriz estratégica.

En este ámbito, la Universidad Mariana se enfrenta al desafío de pensar un nuevo proyecto de formación institucional, como respuesta a las tendencias del mundo global y las necesidades que demandan la región y el país. Considera como plan de mejora, fortalecer las prácticas pedagógicas de los maestros, las modalidades de enseñanza, de investigación, de extensión y de gestión del conocimiento, que configuran funciones esenciales de identidad institucional. Estas notas o características son proyectadas tanto interna como externamente a través de la oferta de servicios, que contribuye al cultivo de potencialidades, cualidades, dimensiones, valores y aptitudes humanas, como se expresa en el modelo pedagógico institucional (Marroquín et al., 2016).

Por otra parte, la iniciativa de revisar el tema de identidad institución se enmarca en los procesos y reformas que adelanta la universidad, sobre normatividad interna y de acreditación institucional, según las disposiciones del Ministerio de Educación Nacional (MEN) y sus decretos reglamentarios. Este proceso estuvo motivado por la tarea que desarrollan los docentes del Departamento de Humanidades y, por la necesidad de revisar algunos indicadores de cumplimiento y apropiación del área institucional, definida en el plan de estudios de todos los programas de la universidad.

En este sentido, una primera parte del análisis fue elaborada a partir de un proceso cualitativo centrado en una consultoría externa propuesta por la Hna. Amanda Lucero Vallejo, rectora de la universidad en el año 2017, cuyo resultado fue un diagnóstico situacional del área institucional y la formación humana. Fue desarrollada por el profesor César Barato de la Universidad Santo Tomás y los docentes del Departamento de Humanidades que participaron como líderes de las mesas de trabajo: Javier Poveda, Juan Pablo Arcos, Luis Eduardo Pinchao, River Insuasty, Alexander Quimbiamba y Héctor Trejo Chamorro, como coordinador del departamento. El análisis situacional final se terminó de sistematizar con la magíster Aura Rosa Rosero, decana de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. El resultado de este proceso dejó al departamento, un informe sobre el área institucional (Documento en Archivo del Departamento de Humanidades, 2017).

Así mismo, se hizo una lectura transversal a seis informes de trabajo de los docentes del departamento, que abordaron el tema en cinco aspectos claves de la identidad institucional. Las preguntas sobre las cuales se elaboró el diagnóstico fueron extraídas de las diferentes síntesis organizadas en mesas de trabajo y, se relacionan así:

- *¿Cómo la comunidad universitaria se apropia de los conceptos del área institucional?*
- *¿Cómo desarrollar un plan o un proyecto de formación humano-cristiana e institucional con responsabilidad de todos los estamentos universitarios?*
- *¿Cómo lograr la integración con las otras áreas que conforman el currículo y facultades?*
- *¿Cómo hacer evidente el área institucional en el aula de clases, en el currículo y en la vida universitaria?*

Los resultados de este proceso permitieron elaborar un documento denominado *Gestión de la Identidad*

Institucional, con seis categorías claves de trabajo y un informe que facilitó comprender e identificar la claridad que tiene la comunidad académica del área institucional, la formación humana y la filosofía de la Universidad Mariana. En virtud de este resultado, se consideró importante aplicar una encuesta que permita complementar y comprender el grado de apropiación de la identidad institucional. Para ello, se extrajo del diagnóstico elaborado, los conceptos para la elaboración de la encuesta. Esta categoría fue: La identidad como política, como filosofía, como espiritualidad y como responsabilidad, agregándose a esta lectura, el tema de la imagen corporativa. Se consideró importante aplicar el instrumento para realizar un análisis comparativo entre las categorías de identidad institucional y procesos educativos, que aporte elementos para identificar la incidencia en el quehacer de la universidad y en el sentido de pertenencia de la población objeto de estudio.

En efecto, con el análisis cuantitativo de la encuesta y los datos cualitativos, se logró comprender el grado de apropiación y corresponsabilidad que tienen los funcionarios de la universidad. El tamaño de la muestra probabilística, según las respectivas operaciones, fue de 620 personas, con un margen de error del 4 %. En tal sentido, y contra toda lógica sectorial y toda la perspectiva de la investigación exploratoria, se comprendió que era indispensable propiciar espacios de reflexión sobre el carácter institucional, ampliando y profundizando los contenidos sustantivos de la filosofía universitaria de modo que, en el marco institucional y curricular, se materialice un proyecto formativo que contribuya a la comprensión de la universidad, su identidad, espiritualidad y el carisma congregacional que comparte la congregación de Religiosas Franciscanas de María Inmaculada en la universidad.

Proceso Metodológico

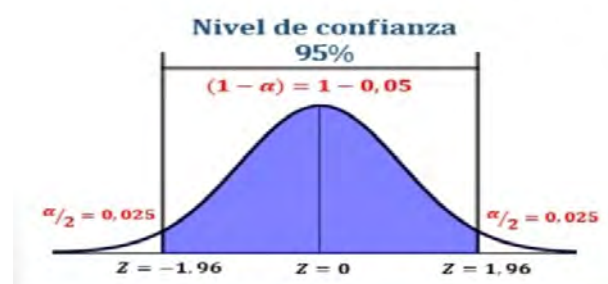
Para el estudio se tomó una muestra de 620 personas entre docentes y estudiantes a quienes se les aplicó la encuesta, para identificar las percepciones

sobre la identidad institucional de la universidad y su impacto en los procesos de aprendizaje; más específicamente, en el sentido de pertenencia y apropiación. Una vez capturada la información, se realizó el proceso de organización y clasificación mediante las herramientas estadísticas denominadas Distribución de Frecuencias, Diagramas de Frecuencias y la Moda. Finalmente, se realizó un trabajo de análisis, pregunta por pregunta, a manera de inferencia sobre los resultados encontrados, confrontando autores para dar soporte al estudio. El modelo de muestreo probabilístico se presenta en la Figura 1.

Figura 1

Modelo de Muestreo Probabilístico

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$



Fuente: Cochran (2000)

Los detalles del muestreo son descritos de la siguiente forma:

- (Z), el nivel de confianza $(1-\alpha)$ o nivel de seguridad tomado en el trabajo fue de un nivel de confianza de 95 %, lo cual indica un valor para $Z = 1,96$
- (p), una estimación de incertidumbre por respuestas adecuadas de los encuestados (p), se tomó del 50 % o, 0,5, $p = 0,5$ (obviamente $1-p = 0,5$)
- (e), el margen de error (e) que se tomó fue de 4 % o, 0,04; $e = 0,04$
- N = tamaño de la población = 7000 personas
- (n) tamaño de la muestra. Según las respectivas operaciones, se obtiene una muestra probabilística de $n = 620$ personas.

Se encontró resultados muy significativos que se constituyen en insumos de reflexión y revisión de la comunidad universitaria y, pueden ser referenciados en la construcción de los documentos institucionales, planes, modelo pedagógico o proyecto educativo institucional (PEI). Es importante considerar, de acuerdo con el PDI (Universidad Mariana, 2014) que

La identidad mariana - franciscana de la universidad está visible y articulada en el 100 % de sus componentes misionales y teleológicos, con la regencia de la Congregación de Religiosas Franciscanas de María Inmaculada, que la impulsa en los diferentes órganos colegiados y personales de gobierno. Es reconocida por la aplicación efectiva de la política institucional y programas de proyección social e inclusión y fraternidad. La universidad ha sido efectiva en alcanzar estos logros respecto a sus comunidades de interés, al desarrollar iniciativas basadas en la anticipación. (p. 29)

Resultados

Es esencial considerar que, la Universidad Mariana (2014) es un escenario de posibilidades para la formación integral; un espacio para el debate responsable, la crítica constructiva y el fortalecimiento de la docencia, investigación y la proyección social. En el plano de su labor misional, declara como compromiso, la formación de profesionales integrales humana y académicamente competentes, con espíritu crítico, sentido ético y compromiso social. El carácter privado de su enseñanza, su identidad católica y la autonomía universitaria que le confiere la Ley 30 de 1992 y las normas internas en su Estatuto General (Universidad Mariana, 2021) y los distintos reglamentos, le permiten desarrollar una propuesta educativa de excelencia y calidad, hacer gestión educativa de su horizonte de sentido, proyectar su identidad y filosofía a través de sus programas y ofertas educativas de pregrado y posgrado, así como, su carácter de proyección social, que le delega la misión apostólica y congregacional.

En este sentido, le confiere una tarea particular y global, en términos de fortalecer la identidad institucional como una política clave de desarrollo y un compromiso asociado a la responsabilidad social, que comporta dos aspectos: el sentido de su misión y proyecto educativo y la imagen corporativa. Maragno et al. (2014) sostienen que, el texto de la filosofía institucional se constituye en el referente para reforzar el compromiso y la trayectoria de las organizaciones. En cambio, Ramírez (2005) define la identidad institucional, como una función que recoge tres elementos claves: el comportamiento, el simbolismo y la comunicación corporativa.

En el proceso de análisis sobre aspectos generales de la identidad institucional, se encontró la siguiente información: el 29,19 % de las personas encuestadas aprecian la formación humana competente, como el aspecto de mayor uso en la Universidad Mariana. Es decir, los participantes conocen la misión institución y su propuesta educativa declarada en los documentos teleológicos y normativos. En términos generales, estos se traducen en que, 181 personas de las 620 indagadas señalan su percepción hacia este aspecto. Le siguen en importancia, la calidad educativa con el 15,48 %, ser universidad católica, con el 11,77 % y, responsabilidad social, con el 10,86 % de aceptabilidad, siendo el carácter de, ser universidad incluyente, el aspecto menos relevante en torno a la identidad institucional. La Tabla 1 muestra estos resultados:

Tabla 1

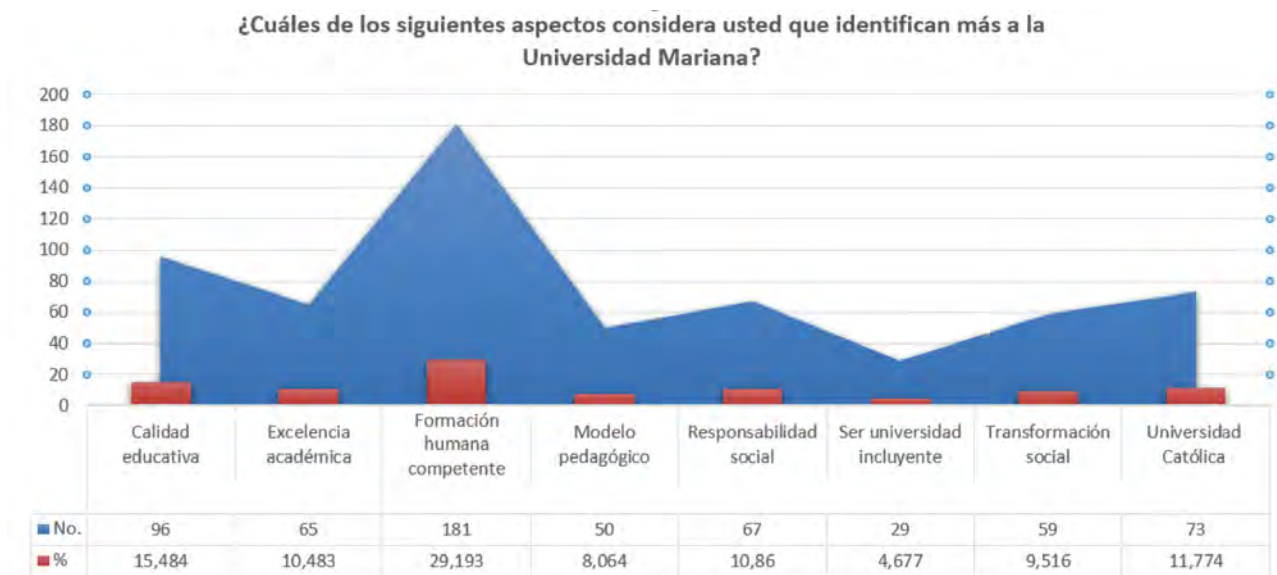
Aspectos generales de la identidad institucional

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que identifican más a la Universidad Mariana?	Calidad educativa	96	15,843
	Excelencia académica	65	10,483
	Formación humana competente	181	29,193
	Modelo pedagógico	50	8,064
	Responsabilidad social	67	10,860
	Ser universidad incluyente	29	4,677
	Transformación social	59	9,516
	Universidad católica	73	11,774
	Total muestra	620	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 2

Aspectos de identidad institucional



Fuente: elaboración propia

Respecto a la segunda pregunta, referida a considerar si la Universidad Mariana actúa y responde de manera coherente con su filosofía institucional e incide en los procesos educativos relacionados, se evidenció que hay una fuerte tendencia a considerar positivamente esta incidencia. Es decir, los participantes sostienen que la comunidad universitaria debe sentirse identificada con la filosofía institucional. Tanto estrategias como eventos y espacios de encuentro se constituyen en escenarios y estrategia de incidencia personal, grupal y comunitaria. La identidad institucional se convierte en un instrumento de orientación estratégica, un objetivo prospectivo que indica el horizonte de sentido de la institución, que da razones de su existencia en el contexto local, regional, nacional e internacional. La información encontrada se presenta en la Tabla 2 y Figura 3, con la información más relevante, resultado del análisis estadístico.

Tabla 2

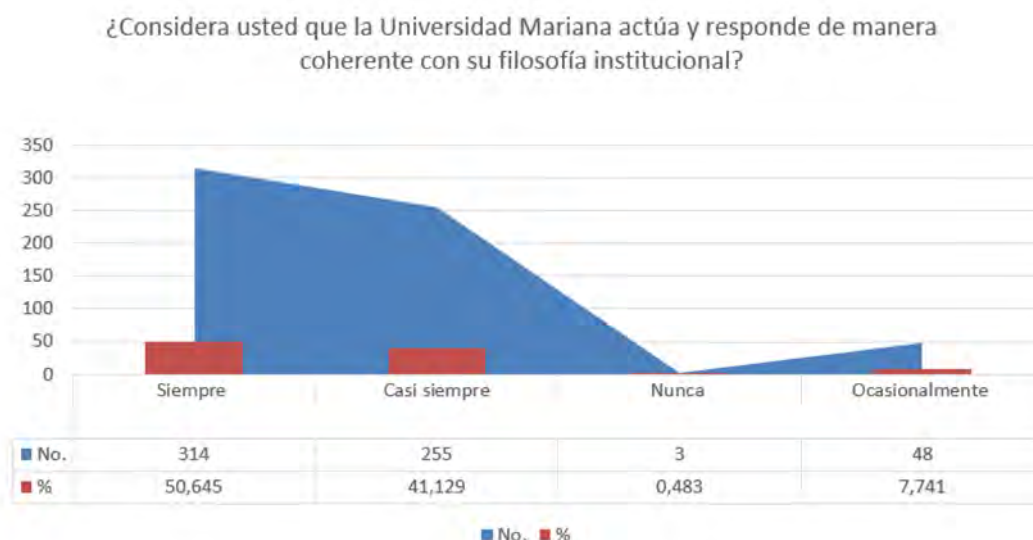
Actuación de coherencia

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Considera usted que la Universidad Mariana actúa y responde de manera coherente con su filosofía institucional e incide en los procesos educativos relacionados con la calidad educativa y la excelencia académica?	Siempre	314	60,645
	Casi siempre	255	41,129
	Nunca	3	0,483
	Ocasionalmente	48	7,741
	Total	620	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 3

La Universidad Mariana y la coherencia con la filosofía



Se puede observar que, el 91,78 %, representado por 569 de los 620 encuestados afirman que, la comunidad universitaria actúa y responde de manera coherente con su filosofía institucional, incidiendo en los procesos educativos relacionados con la calidad educativa y la excelencia académica. La desagregación de esta frecuencia se aprecia así: el 50,65 % responde que la universidad siempre actúa coherentemente frente al aspecto indagado y, el 41,13 % manifiesta que esa coherencia se presenta casi siempre. Este resultado permite verificar en la práctica, el acoplamiento entre los postulados de la filosofía institucional y el quehacer de la vida académica en la institución.

Al respecto, sobre la unidad de análisis referida a la identidad institucional, se estableció once opciones de respuesta, tendientes a identificar los aspectos más próximos que definan la identidad institucional en la Universidad Mariana. Frente a las varias posibilidades de respuesta, los datos tienden a dispersarse; no obstante, los resultados obtenidos a partir de las frecuencias acumuladas dan cuenta que la moda se concentra en asociar la identidad institucional como *rasgos, características corporativas*; así respondieron 140 de los 620 encuestados, es decir, el 22,58 %. Por su parte, un 14,35 % (89 personas de la población) la define como *Sentido de pertenencia* y,

un 13,06 % (81), como *Filosofía*. Las respuestas de menor frecuencia están orientadas a definir la identidad institucional como *Carisma – espiritualidad* y *Cursos del área institucional*, con 3,06 % y 0,81 %, respectivamente.

En la Tabla 3 se identifica los porcentajes de respuesta:

Tabla 3

Definición de identidad institucional

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
La identidad institucional es	Cursos de área institucional	5	0,806
	Política institucional	71	11,451
	Filosofía	81	13,064
	Carisma - espiritualidad	19	3,064
	Sentido de pertenencia	89	14,354
	Horizonte de sentido	24	3,87
	Rasgos, características corporativas	140	22,580
	Valores - dimensiones	37	5,967
	Factor diferenciador	57	9,193
	Cumplimiento de la misión	72	11,612
	Compromiso social	25	4,032
		Total	620

Figura 4

Identidad institucional



En tal sentido, se considera que el rasgo característico corporativo de la universidad es la línea institucional que se enmarca en la misión, visión, objetivos y principios del Reglamento General (Universidad Mariana, 2006); esto es, que la población

encuestada valora el carácter católico de la universidad, la espiritualidad mariana-franciscana y, su sentido de formación humana y académicamente competente, así como la simbología y su himno institucional (Trejo et al., 2019).

La identidad institucional como espiritualidad

La identidad institucional, como espiritualidad, se concibe esencialmente como horizonte de sentido, desde el carácter y razón apostólica y misional de la universidad, como entidad educativa católica y privada, sustentada en los valores de la espiritualidad cristiana, explícitos en el Evangelio de Jesucristo, los valores espirituales marianos, franciscanos y, el legado de la beata Caridad Brader, asumidos desde la integración y el encuentro consigo mismo, con los demás, con la naturaleza y con la trascendencia, en diálogo permanente entre fe, ciencia y cultura. Villalobos et al. (2011) sostienen que, la espiritualidad es como una dimensión fundamental para comprender su comportamiento estratégico, en el sentido de permitir la revisión y los ajustes necesarios para que las instituciones cada día sean más exitosas, más transparentes en su ser y

quehacer, en especial en el desarrollo de su carisma espiritual (Aguilar, 1992).

En efecto, frente a estas posturas, se trabajó tres preguntas, para identificar si la espiritualidad franciscana y mariana está presente en las políticas, filosofía, normatividad y lineamientos que propone la Universidad Mariana, si existe un clima institucional donde se vivencia esa espiritualidad y, si esta se ubica en las relaciones interpersonales, pedagógicas y en los procesos de formación que se ofrece a la comunidad universitaria. Los resultados encontrados son muy pertinentes.

Frente a la primera pregunta, se tiene que el 64,03 % de los encuestados, en términos absolutos equivale a 397 personas de una muestra de 620, está totalmente de acuerdo en que la espiritualidad mariana y franciscana está presente en las políticas, filosofía, normatividad y lineamientos que propone la universidad objeto de estudio. El 32,26 % afirma estar parcialmente de acuerdo y, en el otro extremo, quienes declaran estar parcial y totalmente en desacuerdo, representan el 3,71 % en respuesta dada por 23 personas. La Tabla 4 muestra los porcentajes de frecuencia sobre la identidad institucional como espiritualidad.

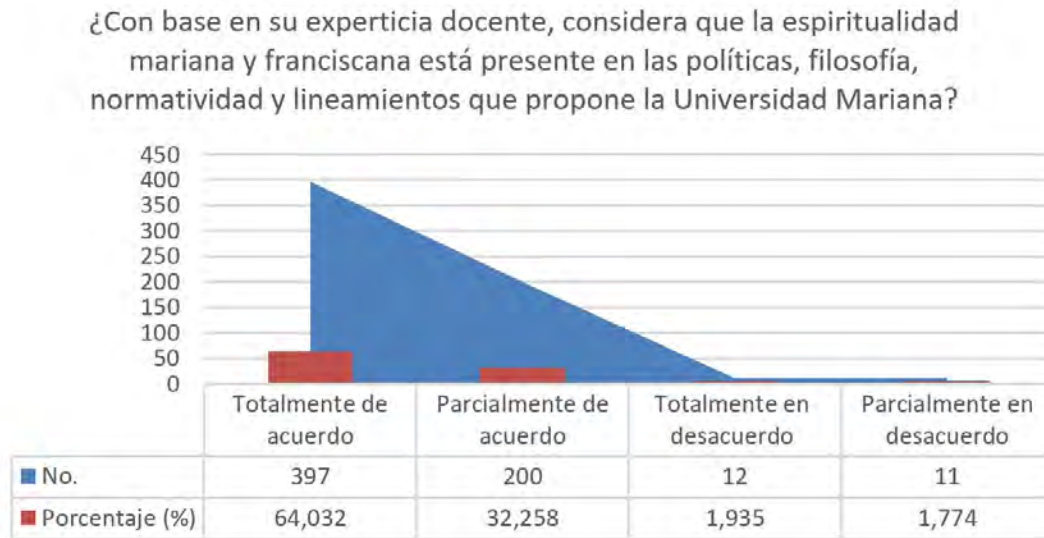
Tabla 4

Identidad institucional como espiritualidad

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Con base en su experticia docente, considera que la espiritualidad mariana - franciscana está presente en las políticas, filosofía, normatividad y lineamientos que propone la Universidad Mariana?	Totalmente de acuerdo	397	64,032
	Parcialmente de acuerdo	200	32,258
	Totalmente en desacuerdo	12	1,935
	Parcialmente en desacuerdo	11	1,774
	Total	620	100%

Figura 5

Espiritualidad mariana



Estas cifras reafirman el carácter confesional católico que orienta la universidad y, su filosofía institucional; sin embargo, contrastan los resultados de preguntas anteriores, donde la espiritualidad y el carácter de ser universidad católica tuvieron menor relevancia.

Frente a la segunda pregunta relacionada con la existencia del clima institucional donde se vivencia la espiritualidad franciscana y mariana, más de la mitad de los encuestados (50,16 %) declaran que sí; este puntaje se ve favorecido cuando un 42,90 % adicional de quienes respondieron a la encuesta, manifiestan estar parcialmente de acuerdo con esta visión. Corroboran estos datos la orientación y la filosofía institucional de la Universidad Mariana, más aún cuando las respuestas se obtienen independientemente de la fe o creencia religiosa de quienes responden. La Tabla 5 permite observar los porcentajes de frecuencia sobre el clima institucional.

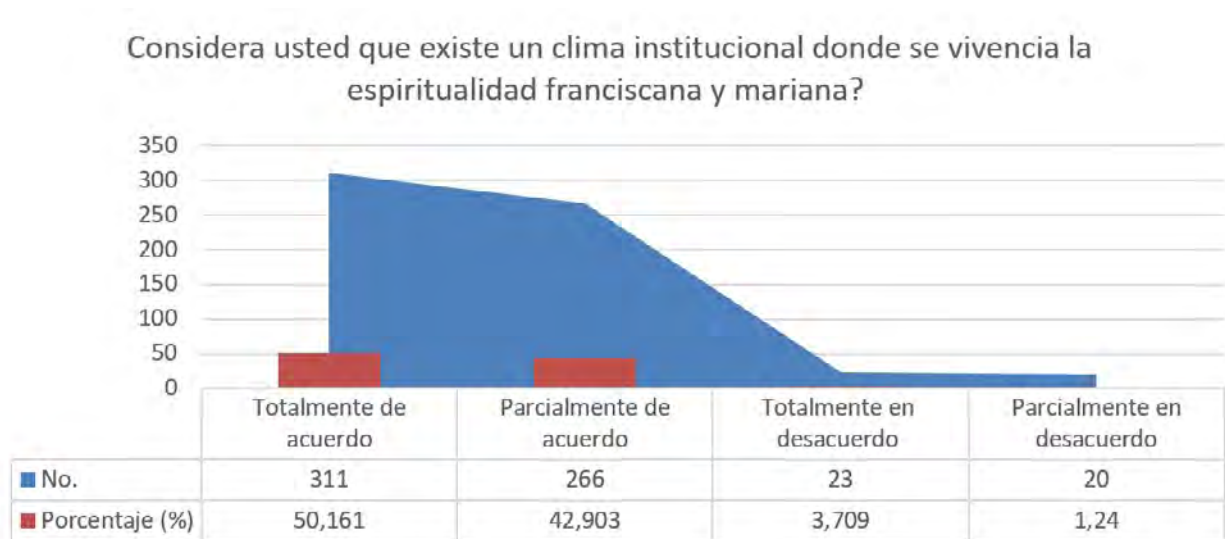
Tabla 5

Clima institucional

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Considera usted que existe un clima institucional donde se vivencia la espiritualidad franciscana y mariana ?	Totalmente de acuerdo	311	50,161
	Parcialmente de acuerdo	266	42,903
	Totalmente en desacuerdo	23	3,709
	Parcialmente en desacuerdo	20	1,240
	Total	620	100%

Figura 6

Clima institucional



La tercera pregunta correspondió a la espiritualidad mariana y franciscana y, su presencia en las relaciones interpersonales, pedagógicas y procesos de formación que se ofrece a la comunidad universitaria; para el 93,55 % de los encuestados, esta espiritualidad está impregnada en las relaciones e interacciones que se suscitan en la comunidad universitaria. Dos visiones conforman este resultado: quienes están totalmente de acuerdo, que representan el 49,84 % (309 encuestados) y, quienes lo están parcialmente, 43,71 % (271 docentes). En contraposición se agrupan 23 personas que manifiestan estar totalmente en desacuerdo (3,71 %) y, 17 que dicen estar parcialmente en desacuerdo (2,74 %).

Tabla 6

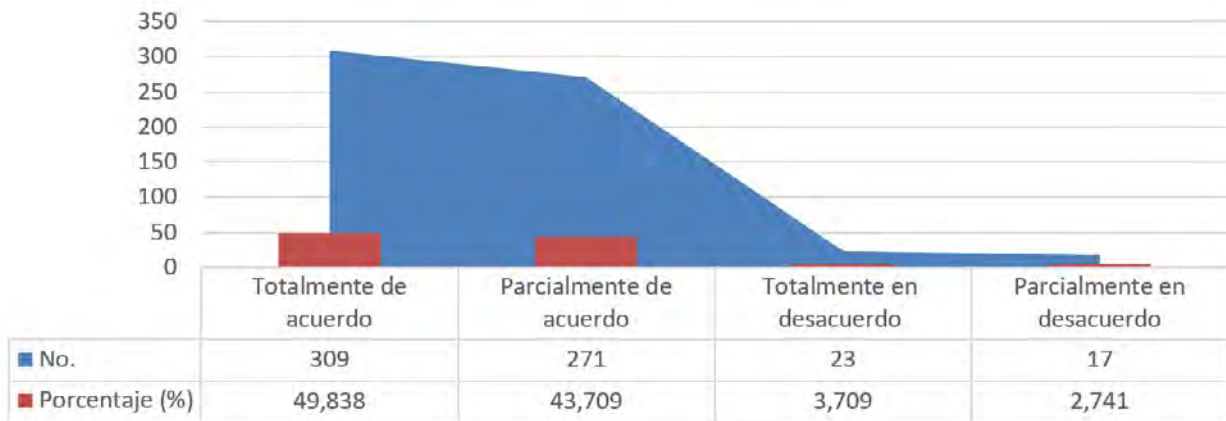
Espiritualidad y relaciones interpersonales

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿La espiritualidad mariana franciscana está presente en las relaciones interpersonales, pedagógicas y procesos de formación que se ofrece a la comunidad universitaria?	Totalmente de acuerdo	309	49,838
	Parcialmente de acuerdo	271	43,709
	Totalmente en desacuerdo	23	3,709
	Parcialmente en desacuerdo	17	2,741
	Total	620	100%

Figura 7

Espiritualidad y relaciones interpersonales

¿La espiritualidad mariana y franciscana está presente en las relaciones interpersonales, pedagógicas y procesos de formación que se ofrece a la comunidad universitaria?



Es de resaltar que, la Universidad Mariana, en sus 55 años de vida institucional y de opción de un proyecto de vida, propende al fomento y vivencias de espiritualidad que tiene una identidad propia que genera una serie de relaciones humanas, encuentros, construcciones de sentido y trascendencia en el quehacer de las personas. El carácter de su espiritualidad está enfocado a vivir la experiencia franciscana, en el sentido de practicar valores que generan afecto, afinidad, cercanía y vínculos de confianza, colegialidad, fraternidad, respeto de las diferencias e inclusión de todas las personas.

La identidad como filosofía

El componente sobre la identidad institucional como filosofía, se refiere al conjunto de valores, prácticas y creencias, que se constituyen en la razón ontológica de una empresa o institución, sustentado en el compromiso ético de lo que es y lo que se quiere lograr en la sociedad, con plena identidad corporativa de sus actores sujetos profesionales, a través de un sistema propio de una cultura laboral organizacional, explícita en la misión, visión, principios, valores y objetivos institucionales. Viñarás et al. (2015) sustentan que, la filosofía institucional está unida a las creencias, valores corporativos y la responsabilidad de la empresa. De igual forma, comprenden

que toda filosofía comunica y establece normas y parámetros de comportamiento para quienes la integran. En este ámbito, la filosofía se constituye en un valor diferenciador que se debe comunicar como una marca del sentido humano de la organización. La filosofía institucional le da protagonismo social a la institución, la empodera como referente de diálogo con las distintas filosofías que se tejen en la *universitas* a partir de la comunidad de maestros y estudiantes y de políticas que fundamentan esta labor.

Desde esta perspectiva, en este componente se aplicó tres preguntas sobre las cuales se tuvo la siguiente información y análisis; la primera se refiere a, si la formación como persona es un reflejo de la filosofía, los valores y los principios institucionales. El personal consideró que, esencialmente, la pregunta encierra aspectos directamente relacionados con la pertenencia y el compromiso de cada uno con la comunidad universitaria, en un 72,74 %; el 24,52 % manifiesta estar parcialmente de acuerdo en considerarse o ser reflejo de los lineamientos institucionales, filosóficos y, en menor proporción, 17 personas, el 2,74 % expresan estar en desacuerdo: totalmente en desacuerdo, ocho personas (1,29 %) y, parcialmente en desacuerdo, nueve personas (1,45 %).

En su conjunto, los resultados en torno al ítem 7 revelan que, mayoritariamente, la comunidad académica se apropia del marco filosófico, los lineamientos institucionales y, se convierte en reflejo de ello, frente al conjunto de los miembros. La Tabla 7 evidencia los siguientes resultados:

Tabla 7

El reflejo de ser miembro de la filosofía institucional

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Se considera usted, como persona y miembro de la comunidad universitaria, un reflejo de la formación, filosofía, valores y principios institucionales?	Totalmente de acuerdo	451	72,741
	Parcialmente de acuerdo	152	24,516
	Totalmente en desacuerdo	8	1,290
	Parcialmente en desacuerdo	9	1,451
	Total	620	100%

Figura 8

El reflejo de ser miembro de la filosofía institucional



Respeto a la segunda pregunta del componente sobre la filosofía y las metas institucionales que orientan el PEI y el Modelo Pedagógico y si estas son el resultado de acuerdos entre los miembros de la comunidad universitaria, se debe acotar lo siguiente: en este punto, el análisis de frecuencias reporta que, en el ambiente profesoral de la Universidad Mariana se percibe mayoritariamente que estas orientan el PEI y el Modelo Pedagógico; que son el resultado de acuerdos entre los miembros de la comunidad universitaria, porque el 48,39 % de la muestra expresa acuerdo total y el 45 % acuerdo parcial. Las 41 personas

que denotan algún grado de desacuerdo representan el 6,62 %.

Los resultados en la sistematización de la pregunta 8 reflejan, además, la idoneidad y la calidad de los encuestados, porque la respuesta implica conocer la filosofía y las metas institucionales que orientan el PEI y el Modelo Pedagógico, adicional a los procesos que se aplica para su ejecución. Finalmente, ello denota concertación y coordinación en acciones que la universidad trabaja desde hace más de 15 años en esta línea, con el objeto de que haya el 100 % de aceptación. La Tabla 8 da cuenta de estos procesos:

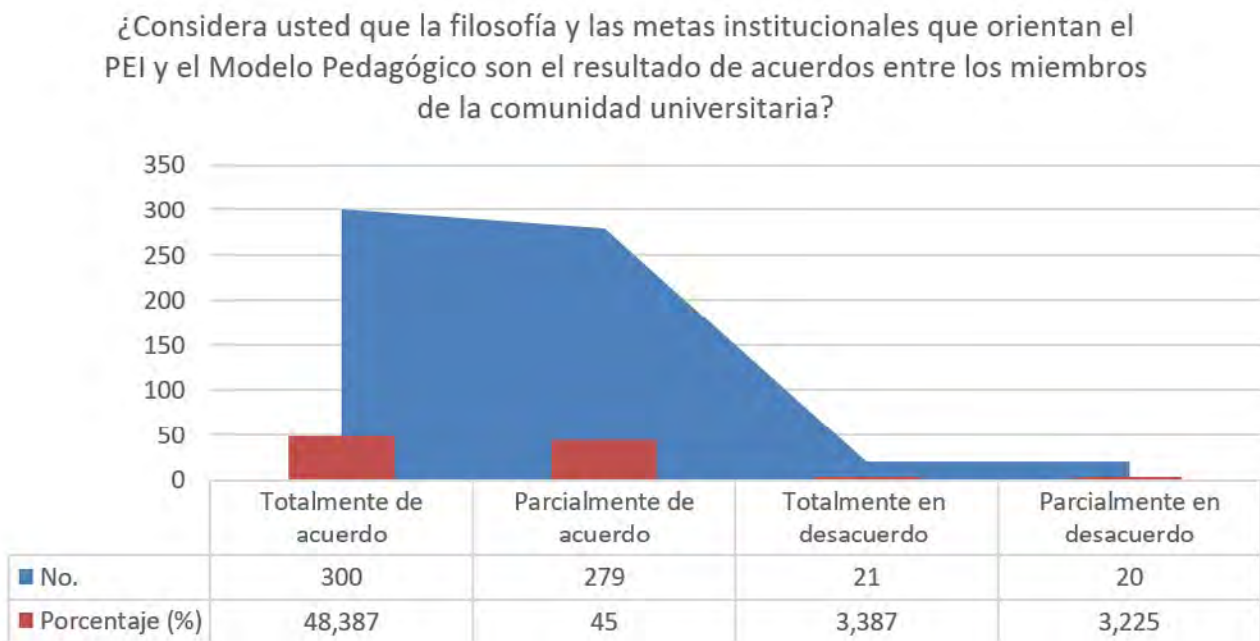
Tabla 8

Filosofía y metas institucionales

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Considera usted que la filosofía y las metas institucionales que orientan el PEI y el Modelo Pedagógico son el resultado de acuerdos entre los miembros de comunidad universitaria?	Totalmente de acuerdo	451	72,741
	Parcialmente de acuerdo	152	24,516
	Totalmente en desacuerdo	8	1,290
	Parcialmente en desacuerdo	9	1,451
	Total	620	100%

Figura 9

Resultados de acuerdos



En cuanto a la tercera pregunta del componente sobre la existencia del sentido de pertenencia hacia la institución, su filosofía, valores y principios institucionales por parte de los miembros de la comunidad universitaria, los resultados derivados de la respuesta al cuestionamiento ameritan un análisis particular. Nótese que, en este caso, las percepciones están divididas: el 50,48 % de los encuestados (313 personas) declaran total acuerdo al considerar que existe sentido de pertenencia hacia la institución, su filosofía valores y principios institucionales por parte de los miembros de la comunidad universitaria y, el 47,74 % (296 personas) manifiestan, en alguna medida, su desacuerdo.

En este orden de ideas, no es pertinente asumir de manera absoluta la existencia de sentido de pertenencia; por el contrario, debe tenerse en cuenta el alto porcentaje de insatisfacción o desacuerdo y, redoblar esfuerzos por parte de la universidad, a fin de que haya integración general y apropiación de los lineamientos institucionales. A su vez, debe reflexionarse frente a los resultados obtenidos en la pregunta 7, donde, en su mayoría, expresaron que, la comunidad universitaria se constituye en reflejo de los

lineamientos institucionales. Vale la pena desplegar acciones para superar esta aparente contradicción e incorporar armonía y coherencia entre los aspectos que integren acciones e intereses individuales e institucionales.

Los datos se sustentan en la Tabla 9 y Figura 10, así:

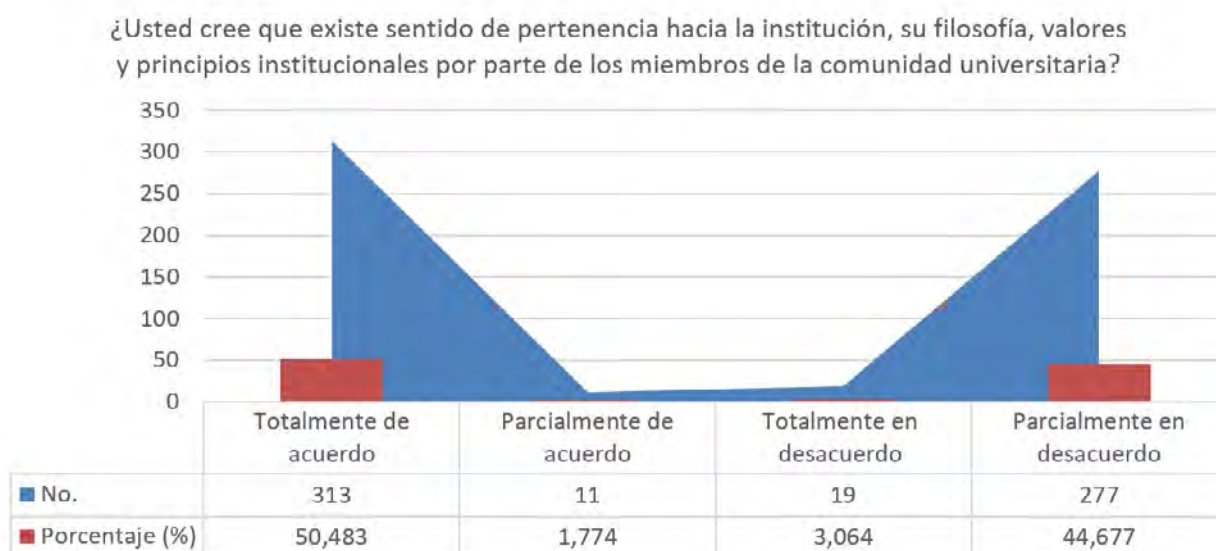
Tabla 9

Sentido de pertenencia

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Usted cree que existe sentido de pertenencia hacia la institución, su filosofía, valores y principios institucionales por parte de los miembros de la comunidad universitaria?	Totalmente de acuerdo	313	50,483
	Parcialmente de acuerdo	11	1,774
	Totalmente en desacuerdo	19	3,064
	Parcialmente en desacuerdo	277	44,677
	Total	620	100%

Figura 10

Sentido de pertenencia, filosofía, valores y principios



Identidad institucional como política

La identidad institucional como política, se refiere al conjunto de características o atributos que configuran el ser institucional, su origen y naturaleza; a la manera como la institución se define a sí misma y actúa en un contexto determinado, según la misión y el PEI (Universidad Mariana, 2011); a sus marcos valorativos, repertorios culturales y, sus formas de organización, sus antecedentes históricos, así como los elementos que son parte integrante y dan sentido a su definición, como el proyecto de Estado, el reconocimiento de su autonomía o los proyectos de internacionalización que sirven de guía a sus tareas y, por supuesto, su responsabilidad social corporativa (Cortés, 2011).

En el marco de esta categoría se planteó dos preguntas: la primera, asociada al diálogo que mantienen las autoridades de la universidad con la comunidad universitaria, para difundir el tema de la identidad institucional como política y, dar a conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación.

Al respeto, se encuentra que, si bien estos resultan relevantes en un ambiente de servicio y de formación con las particularidades que identifican a la Universidad Mariana, los resultados frente al interrogante planteado no reflejan el deber ser. Es cierto que, el Proyecto Institucional Universitario tiene un alto componente de impacto social, lo cual implica interacción permanente entre estamentos, pero ello no se refleja en los resultados del aspecto que se indaga que, como se sabe, es la percepción que tienen los miembros frente al asunto en estudio.

La tendencia es contraria a lo que debiera esperarse: el 64,84 % de los encuestados reconoce como frecuencia de reuniones, entre una y dos veces. El 12,42 % informa una frecuencia de entre cuatro y más veces, en tanto que 58 personas (9,35 %) informaron que ninguna vez se reunieron. Tratándose de un proyecto con alto contenido e impacto social, debe programarse con mayor frecuencia reuniones entre las autoridades y la comunidad universitaria; ello denota cohesión y presencia institucional, lo cual se constituye en un aspecto a mejorar por parte de la universidad.

Tabla 10

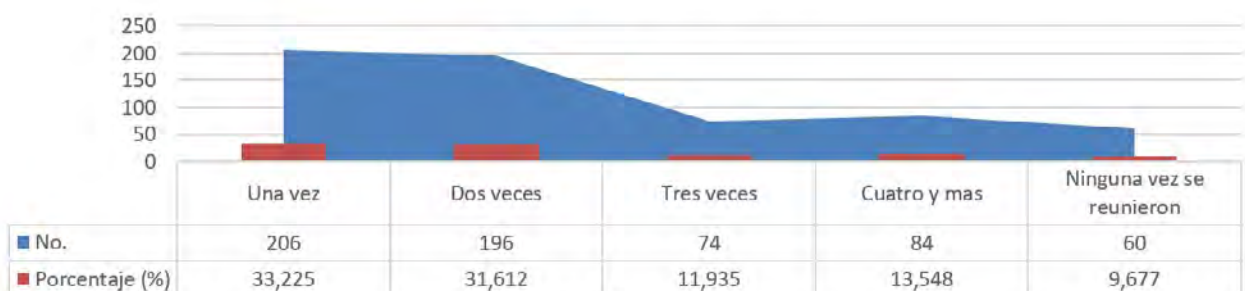
Promoción de los diálogos con la comunidad universitaria

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Con qué frecuencia las autoridades universitarias promueven diálogos con la comunidad universitaria para difundir el tema de la identidad institucional como una política y, dar a conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación?	Una vez	207	33,387
	Dos veces	200	32,258
	Tres veces	78	12,580
	Cuatro y más	77	14,419
	Ninguna vez se unieron	58	9,354
Total		620	100%

Figura 11

Promoción de los diálogos con la comunidad universitaria

¿Con qué frecuencia las autoridades universitarias promueven diálogos con la comunidad universitaria para difundir el tema de la identidad institucional como política y, dar conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación?



En la segunda pregunta se sugiere identificar la frecuencia de diálogo que establecen las autoridades universitarias con los miembros para difundir el tema de la identidad institucional como una política y, dar conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación.

En este aspecto se expresa que la Universidad Mariana promueve diálogos entre las autoridades universitarias y su personal; sin embargo, la percepción que tienen es hacia una baja frecuencia de reuniones. A esta afirmación se llega cuando en la distribución de frecuencias se observa que 407 personas de las 620 que conforman la muestra (65,65 %) reportan entre una y dos reuniones; de otra parte, 155 personas (25 %) reportan que, entre tres y cuatro reuniones y, el 9,35 % (58 docentes) refieren que ninguna reunión.

Bajo estas consideraciones, los encuentros o diálogos entre autoridades universitarias y docentes, más aún cuando se trata de difundir el tema de la identidad institucional como una política y, dar a conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación de la misma, es otro aspecto a mejorar, buscando espacios para programar los encuentros con mayor frecuencia y profundizar en el tema de la identidad institucional. La Tabla 11 y la Figura 12 describen estos aspectos:

Tabla 11

Diálogo con los docentes

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Con qué frecuencia las autoridades universitarias promueven diálogos con los docentes para difundir el tema de la identidad institucional como una política y, dar a conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación?	Una vez	207	33,387
	Dos veces	200	32,258
	Tres veces	78	12,580
	Cuatro y más	77	14,419
	Ninguna vez se unieron	58	9,354
Total		620	100%

Figura 12

Diálogo con los docentes

¿Con qué frecuencia las autoridades universitarias promueven diálogos con los docentes para difundir el tema de la identidad institucional como una política y, dar conocer sus inquietudes, demandas y necesidades de apropiación de la misma?



Identidad institucional, compromiso y responsabilidad

La identidad institucional, como responsabilidad y compromiso social, se refiere a la integración de la universidad con el entorno y la sociedad global, que comprende la pertinencia y calidad del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, académicos, investigadores y administrativos) a través de una gestión responsable del impacto educativo, investigativo, social y organizacional generado por la universidad, mediante una interacción adecuada con la sociedad, en búsqueda de la promoción de la dignidad humana y el desarrollo sostenible. Así mismo, comprende el impacto generado por la universidad, en el ejercicio de sus tareas fundamentales, en sus entornos humano, social y ambiental, aportando así al desarrollo humano sostenible de la nación y la humanidad.

En efecto, el tema de la responsabilidad social ha tomado auge en las organizaciones tanto públicas como privadas. Según Vallaeys et al. (2009), la responsabilidad social universitaria tiene como punto de partida, la autorreflexión de la universidad respecto a su actuación intrínseca y extrínseca, con miras a observar y dimensionar el impacto socioambiental proveniente de su actividad educativa y demás servicios que presta; igualmente, a considerar su grado de participación

en los problemas crónicos de la sociedad y del planeta, pues los profesionales y gran parte de los líderes que dirigen y gobiernan las organizaciones, tanto públicas como privadas, se han formado en las universidades.

En este sentido, la responsabilidad social procura, por una parte, reconsiderar el sentido social de la producción de conocimiento que se da al interior del alma mater y la formación de profesionales socialmente responsables. Por otra parte, desde una visión holística y compleja, busca articular la universidad con un proyecto de desarrollo social equitativo y sostenible. Para tal efecto, se requiere hacer de la universidad una comunidad socialmente ejemplar, capacitar al personal docente en el enfoque de la responsabilidad y en didácticas basadas en aprendizaje apoyado en proyectos de solución de problemas reales y concretos, así como, en promover la investigación para el desarrollo social en todas sus formas, integrando la proyección social con la misión y la visión institucional.

Frente a estos planteamientos, se trabajó con dos preguntas claves: la primera, enfocada en comprender cómo la Universidad Mariana realiza iniciativas de compromiso social y responsabilidad a partir de su identidad institucional y el grado de compromiso que existe entre sus miembros. La Tabla 12 muestra los resultados de este aspecto:

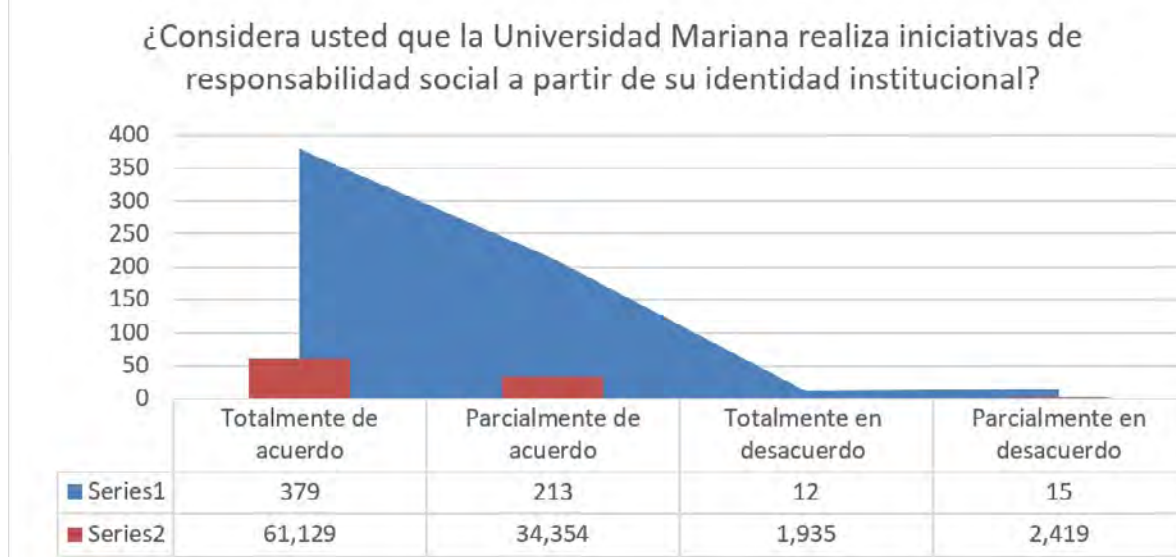
Tabla 12

Iniciativas de responsabilidad social

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
¿Considera usted que la Universidad Mariana realiza iniciativas de responsabilidad social a partir de su identidad institucional?	Totalmente de acuerdo	379	61,129
	Parcialmente de acuerdo	213	34,354
	Totalmente en desacuerdo	12	1,935
	Parcialmente en desacuerdo	15	2,419
	Total	620	100%

Figura 13

Iniciativas de responsabilidad



De la Figura 13 se puede deducir que, el 61,13 %, representado por 379 personas, dan cuenta, reconocen y valoran el esfuerzo de la Universidad Mariana en acciones de compromiso y responsabilidad social, al confirmar total acuerdo frente al cuestionamiento efectuado. La cifra se refuerza cuando 213 personas (34,35 %) dicen estar parcialmente de acuerdo. De los 620 encuestados, 27 personas (4,36 %) expresan algún tipo de desacuerdo. La mayoría sostiene que reconoce y confirma que la universidad sí realiza iniciativas de compromiso social y responsabilidad a partir de su identidad institucional; dan a entender que lo hacen porque forman parte del área misional de la institución, como reza en el Estatuto General (Universidad Mariana, 2021) y como tal, son actores de primera línea en los resultados y la proyección de la universidad. En este caso, representa la fuerza de su quehacer, esta labor de hacer posible la declaración de la misión y el PEI.

Entre otras cosas, el compromiso social y la responsabilidad exigen a la universidad, poner en sintonía su misión, visión, principios y valores con el proyecto de formación profesional, el cual debe sustentarse en criterios integrales que den lugar a líderes del cambio social, capaces de proyectar y hacer posibles los nobles ideales procurados por los grupos humanos y la humanidad en general. En consecuencia, el compromiso

social hunde sus raíces en los currículos y la praxis formativa de quienes serán los futuros egresados y, por ende, los agentes primordiales que concretizan estas acciones estratégicas.

Imagen corporativa de la Universidad Mariana

Finalmente, el cuestionario planteó una pregunta clave referida a la imagen corporativa de la universidad. Se les solicitó que indiquen cómo evaluarían la imagen corporativa e institucional de la Universidad Mariana. Los datos que arroja la Tabla 13 son los siguientes:

Tabla 13

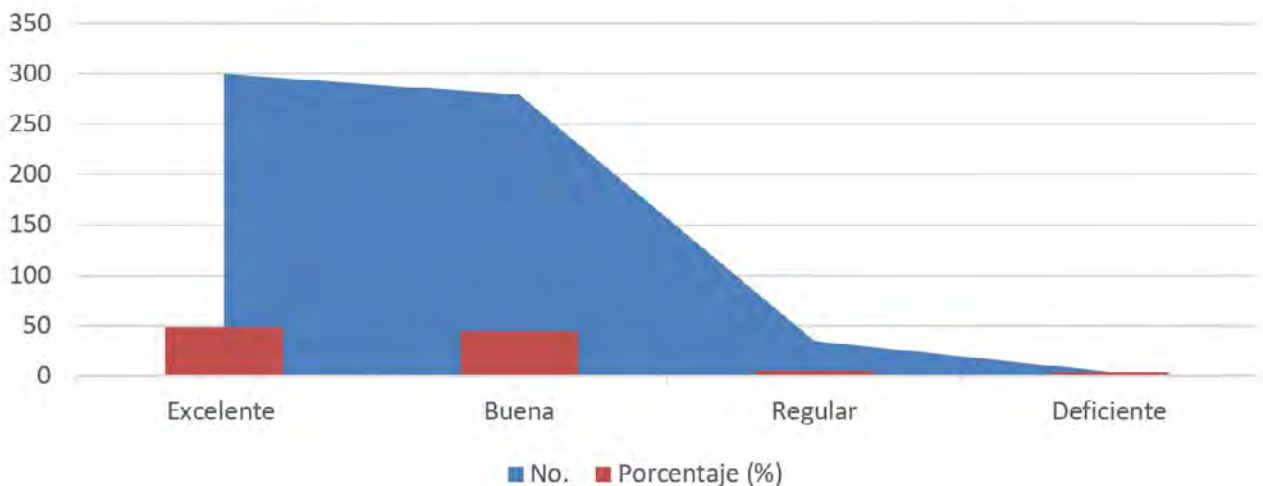
Imagen corporativa

Pregunta de selección	Respuesta	No.	Porcentaje (%)
De las siguientes opciones indique cómo evaluaría la imagen corporativa e institucional de la Universidad Mariana	Excelente	300	48,387
	Buena	279	45
	Regular	35	5,645
	Deficiente	5	0,806
	Total	620	100%

Figura 14

Imagen corporativa

De las siguientes opciones, indique cómo evaluaría la imagen corporativa e institucional de la Universidad Mariana



En la Figura 14, de entrada, se aprecia que, el 48,39 % de los docentes encuestados califican como excelente la imagen corporativa e institucional de la universidad; en un segundo rango, el 45 % la califica como buena y el 5,65 % considera que es regular. Al margen, se registra un porcentaje del 0,81 %, correspondiente a cinco personas, que la consideran deficiente.

Lo importante del asunto es que el 93,39 % del personal incluido en la muestra, agrupa su percepción de la imagen corporativa e institucional de la universidad, entre buena y excelente, situación que obliga a los estamentos universitarios y, con mayor razón a las

autoridades universitarias, a mantener y consolidar esa posición. Perozo (2004) considera que la imagen corporativa es un valor agregado de las organizaciones. Al respecto, explica que

La imagen corporativa de las organizaciones es uno de los elementos de relevancia estratégica para garantizar el crecimiento de las organizaciones. Ante la presencia del siglo XXI, cada día resulta una preocupación generalizada por parte de las empresas y sus gerentes el establecer, cómo son percibidas sus actividades institucionales y sus mensajes en los medios de comunicación social, así como las expectativas que, frente a las organizaciones, tienen los

públicos objetivo internos y externos, con el fin de garantizar una imagen positiva. (p. 2)

En términos generales, el estudio estadístico, así como los componentes definidos desde el diagnóstico cualitativo, permitieron comprender que existe un nivel de apropiación de la identidad institucional en la comunidad universitaria y este se refleja en el conocimiento que los miembros tienen de los aspectos claves. Cabe decir que, el campus universitario, la colegialidad, las cercanías en las infraestructuras y los procesos comunicacionales han permitido fortalecer cada una de las categorías o variables identificadas en el diagnóstico situacional. Sin embargo, la universidad debe reforzar el sentido de pertenencia, el conocimiento de ciertos procesos misionales respecto de la identidad católica, de la obra en pastoral de la provincia y de la espiritualidad mariana y franciscana.

Es importante que la universidad, con el tema de la identidad institucional, se enfoque en la caracterización de indicadores, competencias y herramientas que le den valor agregado a las acciones de apropiación que realiza. La universidad debe ser más estratégica y contundente en materia comunicacional, corporativa y de política organizacional; debe fomentar la participación en proyectos y actividades de carácter institucional, como sentido de pertenencia, valores institucionales, principios, clima organizacional y sentido de su espiritualidad con enfoque diferencial, especialmente con los docentes y estudiantes. A la vez, debe impulsar el desarrollo de actividades conjuntas en torno a núcleos comunes y campos específicos de la formación integral del estudiante y de los docentes según la normatividad vigente, los documentos institucionales y las políticas.

El objetivo final que deja este análisis exploratorio será potenciar y promover trabajos institucionales que contribuyan a mejorar la imagen corporativa de la universidad, interiorizar la misión y el proyecto educativo universitario y, propiciar espacios para la reflexión crítica, el aprendizaje autónomo, la participación,

el pleno desarrollo de habilidades y destrezas y, la búsqueda del bien común, como aspectos fundamentales que promueven la misión, el PEI y el modelo pedagógico.

Discusión

Percepciones sobre el significado de la identidad institucional

Vargas (1994) sostiene que

Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y, en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción, como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. (p. 48)

En este contexto los actores involucrados, tanto en la encuesta como en la consultoría, comprenden que la identidad es un principio y una política institucional de gran impacto, núcleo fundamental que integra distintas expresiones institucionales tanto internas como externas. La identidad institucional no son los cursos de humanidades ni las humanidades como saberes; la identidad institucional es el fundamento, soporte del carácter diferenciador de la Universidad Mariana. La identidad institucional trasciende lo curricular, según lo establecido por la Ley 30 de 1992; es en el pleno sentido de la palabra, la responsabilidad social de la universidad respecto a su imagen corporativa, académica, científica, cultural, filosófica y espiritual.

En la Universidad Mariana, la identidad institucional tiene dos connotaciones: a) La identidad limitada a unos cursos de humanidades que, con el tiempo, fueron simplificados a tres créditos según la malla curricular. b) Acciones esporádicas de formación y reconocimiento de lo institucional, cuya responsabilidad es

encomendada al Departamento de Humanidades y Pastoral Universitaria. En este aspecto, conviene repensar estos aspectos en función de su integralidad, complementariedad e interdisciplinariedad. Siendo un asunto institucional, la identidad debe ser un compromiso misional, una política de gran impacto. Los actores del proceso de la consultoría expresan que se debe tener una visión global de la identidad institucional para asumir el compromiso de todos los agentes de la universidad. En este caso, se refieren al empoderamiento de los directivos y la corresponsabilidad de toda la comunidad universitaria en la apropiación y comprensión de la identidad institucional, evitando la mirada reduccionista de la formación institucional a unos cursos, áreas o dependencias. Analizando la importancia de la identidad institucional, se requiere ajustes de orden administrativo, financiero y académico para fortalecer su servicio e impacto.

Verdaderamente, la reflexión acerca de la identidad institucional permite el encuentro fraterno, dialógico, cercano con la espiritualidad franciscana, asumiendo una actitud crítica de lo que somos y lo que podemos ser en la construcción de una universidad católica en un contexto de región y de país. La reflexión sobre identidad se debe efectuar en torno a lo institucional, desde el compromiso de corresponsabilidad de toda la comunidad y no solo con la visión de sentido particular de los cursos que componen el área institucional.

Otras expresiones de lo que significa la identidad institucional se refieren a que esta debe ser un eje fundamental de la formación, que requiere más apropiación e impulso de toda la comunidad universitaria, liderada por directivos y docentes. La identidad institucional no solamente corresponde a los cursos de humanidades, sino que involucra a todo el estamento universitario; es un aporte clave que permite el conocimiento y aplicación de la pedagogía franciscana, a la vez que, la formación personal, profesional, practicidad en las vivencias como universidad.

Por otra parte, los actores manifiestan que la formación humana es un componente de lo institucional y lo humano; debe articularse o integrarse con los contenidos de la formación disciplinar y profesional y lo institucional, con las políticas de desarrollo y proyección social. En este sentido, se requiere integrar la formación teórica de las humanidades con la vida cotidiana de los distintos actores de la comunidad universitaria; es decir, con la filosofía, la espiritualidad, lo institucional, que son la clave del ser y el quehacer, el sello propio de la Universidad Mariana. Al mismo tiempo, se requiere liderar el proceso del eje de desarrollo referido a la identidad institucional, para que las dos perspectivas caminen al unísono.

Asimismo, sobre la categoría 'Identidad como política', expresan que no existe doliente sobre el liderazgo de este proceso institucional y que no debe ser tarea exclusiva del Departamento de Humanidades y pastoral o Bienestar universitario, apoyar las iniciativas, sino que deben estar implicados los directores de programas, porque la identidad llega a los estudiantes por la vía de ellos.

En este caso, se debe considerar que cada programa académico está respondiendo a formar un profesional con una clave común, con elementos propios de identidad y de filosofía y un proyecto de vida en particular. Por lo tanto, se debe fortalecer la identidad institucional, la filosofía y la espiritualidad franciscana y mariana desde diferentes estrategias dirigidas a los miembros de la comunidad universitaria, incluidos los cursos del componente de humanidades que son de resorte de una malla curricular y que configuran un *ethos* institucional de corte histórico y de sello diferenciador (Marroquín et al., 2016).

Bajo este entendimiento, se comparte el criterio de hacer más vivenciales los procesos de desarrollo institucional, así como los contenidos de formación del área institucional y su componente de humanidades, pero, ante todo, se requiere la integración con los diferentes programas y, en general, con las iniciativas que define el Plan de Desarrollo. En esta perspectiva se concluye que, se debe

generar escenarios que permitan vivenciar la identidad institucional con los diferentes actores que conforman la universidad. La identidad institucional es un aporte de toda la comunidad universitaria y no solo de un colectivo en particular. Para ello es importante unificar las claves del proceso formativo entre programas académicos, Bienestar, Pastoral y el Departamento de humanidades, que permitan favorecer la vivencia de la identidad institucional. Existe una declaración de la identidad institucional; sin embargo, se necesita mecanismos para hacerla efectiva y vivida por toda la comunidad universitaria. Lo importante de este proceso es la coherencia con la formación institucional, las disciplinas y el contexto.

Sugerencias para la construcción de la identidad institucional

De acuerdo con la revisión lograda en la encuesta y la consultoría, se identifica las siguientes sugerencias, las cuales tienen elementos de fortaleza y oportunidad para la universidad. Los actores sugieren: articulación del componente de la identidad institucional con las disciplinas, formando profesionales desde su saber específico, para no perder la esencia del futuro profesional integral. Se demanda más apropiación e impulso de toda la comunidad universitaria, liderada por directivos, docentes y departamentos). La identidad institucional debe implicarse con la proyección social de la universidad. Desde el área se debe promover acciones que involucren a los estamentos universitarios en programas de extensión, cursos, diplomados, cátedras; generar escenarios que permitan vivenciar la identidad institucional con los diferentes actores que conforman la universidad; procurar estrategias pedagógicas que hagan factible la interiorización y la vivencia práctica de los contenidos humanísticos y de los institucionales. El curso 'Pensamiento filosófico' debe dirigirse hacia el conocimiento y ampliación de la filosofía institucional, para fortalecer el sentido de pertenencia de toda la comunidad académica. Este curso deben recibirlo los docentes, el personal administrativo y el de apoyo.

Líneas transversales institucionales

En este sentido, se propone emprender acciones que favorezcan una mejor comprensión y articulación sobre los ejes que constituyen el área institucional y, trascender la visión reduccionista actual, hacia una auténtica transversalización de los objetivos, estrategias y acciones del área institucional, así como también, la creación de escenarios distintos a los cursos de humanidades, como foros, encuentros, convivencias, espacios de debate, concursos, etc. Se debe trabajar en forma conjunta para fortalecer el quehacer del área institucional, respecto de la dimensión política, filosófica, espiritual y de compromiso social que tiene la universidad. Estos conceptos deben marcar la pauta para articular las iniciativas del Plan de Desarrollo 2021-2028 (Universidad Mariana, 2020), fortalecer la articulación y los equipos de trabajo de la Vicerrectoría de Desarrollo Humano Integral y Pastoral, para extender a toda la comunidad universitaria en las convivencias, los ejercicios espirituales y los proyectos del plan de desarrollo referidos a la identidad institucional.

El plan de desarrollo define distintos proyectos que no se está llevando a cabo; para ello se requiere identificar las acciones o iniciativas y, realizar evaluación del impacto y seguimiento. La labor de Planeación debe ser transversal en el desarrollo de estas iniciativas; en este caso, una búsqueda continua de la calidad en el servicio educativo que tiene la universidad desde sus diferentes áreas y componentes. Es esencial propiciar espacios de democracia participativa a nivel institucional, como encuentros fraternos de la familia franciscana, vivenciar el principio de solidaridad para compartir con los otros, dinamizar proyectos que fomenten los valores marianos y franciscanos, visibilizar la cultura de la paz en las actuaciones del diario vivir, asumir espacios de sentido crítico en torno al medio y a una situación real, organizar y, desarrollar encuentros de reflexión de toda la comunidad universitaria.

Por último, un aspecto clave es construir un plan de formación integral de la

espiritualidad mariana y franciscana, que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Interesar a la comunidad en la espiritualidad franciscana visible interna y externa.
 - Posibilitar la unificación de criterios o lineamientos de articulación entre toda la universidad.
 - Asumir una metodología más práctica basándose en el hacer más que en la teoría.
 - Entablar un diálogo con los programas para, conjuntamente, definir lo que se quiere aportar a las macro competencias.
 - Generar espacios de encuentro y reflexión entre dependencias, áreas y programas en torno a la filosofía institucional, creando proyectos institucionales que integren los programas, para visibilizar la interdisciplinariedad y transdisciplinariedad.
- En este aspecto, se debe reconfigurar las propuestas urgidas en la historia sobre la *Cátedra de Filosofía Institucional*, o la *Cátedra Universidad Mariana* creada por un equipo interdisciplinario, para revisar todos los pilares de la institución.
- Revisar la conformación del plan de estudios fundamentado en valores, humanismo y responsabilidad ética y social.

Líneas de articulación curricular y pedagógica

En este sentido se propone -articular las humanidades con actividades de extensión y proyección, promover contenidos que apunten a fortalecer la cultura institucional, el ser y el quehacer de la universidad, etc. Es importante, aprovechar experiencias significativas que existen al interior de algunas unidades académicas para articular módulos, cursos y proyectos pedagógicos. La formación humana e institucional debe ser un componente clave para la formación de los docentes que se implican laboralmente, de suerte que les permita articular la formación específica y disciplinar. Se debe socializar en cada uno de los programas

académicos, las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos formativos que pretenda alcanzar el área de humanidades (Institucional), con el objeto de contribuir al logro de los propósitos de formación definidos en la Misión y el Proyecto Educativo.

Es fundamental formular proyectos en los cuales se evidencie con claridad y coherencia la identidad institucional, para hacer visible la articulación e interacción entre la espiritualidad de la universidad, su filosofía y el entorno. En el contexto de la diversidad, de la universalidad y de los enfoques diferenciales, se debe crear espacios o escenarios diferentes a la eucaristía, que permitan la experiencia de la espiritualidad, yendo más allá del culto y de la religión, permitiendo el diálogo de las espiritualidades y haciendo visible la declaración de la misión institucional que reza:

Mediante la interacción con el entorno y el diálogo entre fe, ciencia y cultura, contribuye a la transformación sociocultural y al desarrollo con justicia social y respeto por el ambiente, desde el Evangelio de Jesucristo y la espiritualidad mariana y franciscana (Universidad Mariana, 2020, p. 32)

Conclusiones

La Universidad Mariana, como comunidad académica, entiende que el carácter institucional es una impronta de su ser y quehacer, que contribuye a la realización de los ejes misionales en el sentido de propender a una educación que promueve el espíritu crítico, el sentido ético y el compromiso social y, a revisar su marco axiológico que se enfoca hacia una educación centrada en la formación humana, cristiana y franciscana, cuyo propósito institucional es formar profesionales humana y académicamente competentes.

La identidad institucional debe ser corresponsabilidad de todos los miembros de la comunidad universitaria y, para ello, es necesario apropiarse y vivenciar los contenidos que subyacen a su esencia y finalidad. Se hace necesario repensar la forma de proyectar y hacer vida los

principios y valores de la identidad mariana en todas y cada una de las prácticas pedagógicas, investigativas, administrativas, directivas y de proyección social, para contribuir al desarrollo de la ciudad, el departamento y la nación, en armonía con la riqueza de la 'casa común' y la espiritualidad mariana y franciscana.

La identidad institucional se debe fortalecer y para ello, son necesarios el compromiso y el trabajo mancomunado e integrado de todos sus miembros, desde unas directrices y una historia conjunta, nutriéndose desde las diferentes perspectivas disciplinares, interdisciplinares e institucionales. El área institucional como saber y la identidad como sentido y directriz institucional, son un proceso de construcción permanente que no se reduce a un currículo o listado de asignaturas, sino a un proyecto de vida institucional con prácticas concretas, coherentes y pertinentes con la cultura local y el contexto regional. En este caso, la identidad institucional influye en los procesos educativos, otorgando fidelidad, corresponsabilidad, coherencia, pertinencia y responsabilidad con lo que declara la universidad en la misión y el proyecto educativo.

La identidad institucional es una política que incide con mayor pertinencia en los procesos educativos de la universidad y en todos los campos, los ambientes y los escenarios donde concluye la comunidad universitaria, pero a la vez, es una línea de acción que refuerza el sentido ético de una universidad con fuerte testimonio en el evangelio y los valores marianos y franciscanos. En este contexto, es relevante la revisión de la misión y visión institucional, en virtud de hacer posible la mejora de condiciones de pertenencia, clima, bienestar y desarrollo humano para los miembros que laboran en la universidad. En este sentido, se debe revisar el sentido de lo incluyente, lo transversal, la formación humana competente y el sentido corporativo de su filosofía. Es importante que, desde cada una de las propuestas curriculares se revise el sentido filosófico de la formación, la espiritualidad que subyace en las prácticas pedagógicas de los docentes y la responsabilidad social que cobra fuerza

en las dinámicas de investigación y de extensión.

Fortalecer la identidad institucional requiere procesos de articulación efectivos y expeditos que permitan agilizar el trabajo para la búsqueda de resultados en sus funciones sustantivas y en las propuestas educativas que surgen del conjunto de los saberes que generan los docentes. La identidad institucional debe ser una práctica descentralizada y, una responsabilidad de todos; no una labor generada en un departamento de humanidades, pastoral o vicerrectoría de bienestar. Se debe tener claro que, la base fundamental para la promoción de la identidad, en este caso de la misión y visión y la filosofía educativa, se forma desde los proyectos de vida de los miembros de la comunidad universitaria, desde una identidad curricular pertinente, en la práctica del modelo pedagógico y con articulación de todos los sectores estratégicos definidos en la política, el mapa de procesos y el plan de desarrollo institucional.

La identidad, como política, filosofía, espiritualidad y compromiso social en los ejes articulares de la gestión institucional, de los planes de mejora y de la proyección articulada entre la universidad y el contexto, debe asumirse como constitutiva del nuevo plan de desarrollo y de la urgente tarea de pensarla como manera particular de construir y aportar a la formación de los sujetos universitarios, de los maestros y sus proyectos educativos, de la labor y gestión transformacional de la gerencia institucional y de la vida específica que nace de la vivencia de la espiritualidad mariana-franciscana, de forma que se lleve a cabo el diálogo interdisciplinar e interdisciplinario que requiere la universidad en sus diferentes escenarios, que se incluya la política de diversidad y se trabaje bajo un enfoque diferencial, para asegurar mejor la apropiación de la identidad institucional y su filosofía.

La historia de la universidad en sus 55 años nos enseña lo que somos, tenemos y hacia dónde llegar, pero aún hace falta reflexionar más el cómo llegar a los ideales que nos proponemos con el contenido institucional. El fortalecimiento

de la identidad institucional es esfuerzo y responsabilidad de todos; esto debe ser una política institucional, una filosofía que fortalezca la cultura, lo corporativo, lo organizacional y lo espiritual de la universidad; por ende, la Universidad Mariana participa de una identidad católica que tiene unas notas y unas características esenciales definidas en la encíclica Excorde Ecclesia del Papa Juan Pablo II.

Referencias

- Aguilar, L. F. (1992). *La hechura de las políticas públicas*. Miguel Ángel Porrúa.
- Cochran, W. (2000). *Técnicas de Muestreo* (15.ª ed.). Compañía Editorial Continental.
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria: El caso de la UNAM. *Perfiles Educativos*, 33(spe), 78-90.
- Ley 30 de 1992. (1992, 28 de diciembre). Congreso de la República de Colombia. https://www.redjurista.com/Documents/ley_30_de_1992_congreso_de_la_republica.aspx#/.
- Maragno, S., De Souza, P. y Lunkes, R. J. (2014). Misión institucional. Análisis de los principales elementos propuestos por Pearce II (1982) presentes en las misiones de los hoteles de Santa Catarina, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(3), 467-483.
- Marroquín, M., Trejo, H., Guerrero, L. A. y Valverde, O. (2016). *Modelo pedagógico de la Universidad Mariana*. Editorial UNIMAR.
- Perozo, G. (2004). Gestión comunicacional e imagen corporativa en la Universidad Nacional Abierta (UNA). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 10(2), 295-307.
- Ramírez, F. (2005). El desarrollo de la identidad corporativa: función inherente de la gestión comunicacional. *Orbis, Revista Científica de Ciencias Humanas*, 1(1), 13-22.
- Trejo, H. M., Arce, D. L., Bonilla, C. E., Lucero, A. P. y García, J. R. (2019). *Historia de la Universidad Mariana en San Juan de Pasto y en el sur de Colombia. Aproximación 1967-2017*. Editorial UNIMAR.
- Universidad Mariana. (2006). Reglamento General. http://www.umariana.edu.co/docinstitucionales/Reglamento_general.pdf
- Universidad Mariana. (2011). Proyecto Educativo Institucional (PEI). <http://www.umariana.edu.co/docinstitucionales/pei.pdf>
- Universidad Mariana. (2014). *Plan de Desarrollo Institucional. Carta de Navegación 2014-2020*. Editorial Universidad Mariana.
- Universidad Mariana. (2020). Plan de Desarrollo Institucional 2021-2028. <https://www.umariana.edu.co/docinstitucionales/plan-desarrollo2021-2028.pdf>
- Universidad Mariana. (2021). Estatuto General. <https://www.umariana.edu.co/docinstitucionales/Estatuto-General-Universidad-Mariana-2021.pdf>
- Viñarás, M., Cabezuelo, F. y Herranz, J. M. (2015). Filosofía corporativa y valores de marca como ejes del nuevo paradigma comunicativo. *Prisma Social*, (14), 379-410.
- Villalobos, J. G., Álvarez, A. L. y Ruesga, J. P. (2011). Espiritualidad organizacional y pensamiento estratégico en la gestión de las universidades del siglo XXI. *Omnia*, 17(2), 113-127.
- Vallaeyes, F., De la Cruz, C. y Sasia, P. M. (2009). *Responsabilidad social universitaria. Manual de primeros pasos*. McGraw-Hill Interamericana.
- Vargas, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.