

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**La responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de  
la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2021**

**Para optar el grado académico de maestro en:**

**Ciencias de la Comunicación**

**Mención: Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales**

**Autora:**

**Bach. Carilina ROSARIO PRADO**

**Asesor:**

**Dr. Pedro Amilcar CHARRY AYSANOA**

**Cerro de Pasco – Perú – 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**La responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de  
la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2021**

**Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:**

---

**Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO**

---

**Mg. David TACZA RAMIREZ**

---

**Mg. Rafael Anderson GONZALES URETA**  
**MIEMBRO**



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
Escuela de Posgrado  
Unidad de Investigación

**INFORME DE ORIGINALIDAD N° 0127-2022- DI-EPG-UNDAC**

La Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:  
**Carilina ROSARIO PRADO**

Escuela de Posgrado:  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN – MENCIÓN: RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES**

Tipo de trabajo:  
**Ensayo**

TÍTULO DEL TRABAJO:  
**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN – 2021”**

**ASESOR (A):** Dr. Pedro Amílcar CHARRY AYSANO

Índice de Similitud:  
**20%**

Calificativo  
**APROBADO**

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 12 de mayo del 2022



Dr. José Rovino ALVAREZ LOPEZ  
Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado  
UNDAC  
Pasco - Perú

## **DEDICATORIA**

*Con cariño a mi madre Victoria Prado Ñaupá,  
quien me sigue cuidando y vigilando los pasos  
seguros que doy, haciendo camino...*

***Carilina.***

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi Alma Mater: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión por hacerme profesional y al Maestro Fredy UNSIHUAY HILARIO, por gestar la maestría en Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.*

## RESUMEN

La investigación se realizó con el objetivo general de determinar la relación existente entre la responsabilidad social universitaria con la imagen que proyecta la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, como institución en la región Pasco. El estudio está basado en un diseño no experimental de tipo básico y nivel descriptivo - correlacional con enfoque cuantitativo, donde se aplicaron los métodos hipotético - deductivo y analítico para establecer el nivel de asociación entre las variables en estudio, en una muestra de 384 unidades, obtenida por una ecuación estadística en una población infinita de usuarios entre estudiantes, egresados y público que realiza sus gestiones, con muestreo probabilístico que responde a la técnica aleatoria simple.

Para el recojo de información se diseñó una encuesta con dos cuestionarios de 14 y 10 ítems respectivamente, con cinco niveles en la escala de Likert, los que fueron debidamente validados a través del juicio de expertos y su fiabilidad, determinada mediante el Alfa de Cronbach.

Las conclusiones reflejan de manera general que la variable responsabilidad social universitaria (RSU) en sus dimensiones investigación científica; proyección social y gestión universitaria, tienen una relación significativa con la imagen institucional que proyecta la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

*Palabras clave: Responsabilidad Social Universitaria, Imagen Institucional, Proyección Social.*

## ABSTRACT

The research was carried out with the general objective of determining the relationship between university social responsibility and the image projected by the Daniel Alcides Carrión National University, as an institution in the Pasco region. The study is based on a non-experimental design of basic type and descriptive - correlational level with a quantitative approach, where hypothetical - deductive and analytical methods were applied to establish the level of association between the variables under study, in a sample of 384 units. obtained by a statistical equation in an infinite population of users among students, graduates and the public who carry out their tasks, with probabilistic sampling that responds to the simple random technique.

To collect information, a survey was designed with two questionnaires of 14 and 10 items respectively, with five levels on the Likert scale, which were duly validated through expert judgment and their reliability, determined using Cronbach's Alpha.

The conclusions generally reflect that the variable university social responsibility (RSU) in its scientific research dimensions; social projection and university management, have a significant relationship with the institutional image projected by the Daniel Alcides Carrión National University.

***Keywords:*** *University Social Responsibility, Institutional Image, Social Projection*

## INTRODUCCIÓN

Señores miembros del Jurado:

Tengo el honor de presentar a ustedes la tesis titulada “*La responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2021*”, desarrollada en la sede universitaria de Cerro de Pasco, durante los meses de enero a junio del presente año. El trabajo está dividido en cuatro capítulos, cuyos contenidos responden estrictamente al Reglamento de Grados y Títulos vigente en la Escuela de Posgrado y son: El capítulo uno contiene la identificación, delimitación y formulación de los problemas de estudio y sus objetivos, así como la justificación y limitaciones de la investigación. En el segundo capítulo se presenta el marco teórico, con los antecedentes de estudio, bases y conceptos científicos, las hipótesis e identificación y definición operacional de las variables.

El tercer capítulo incluye la metodología empleada considerando el tipo, nivel, enfoque y diseño, como la técnica de investigación, luego, en el cuarto capítulo, se presentan los resultados, su discusión y la prueba de hipótesis.

Finalmente se presenta una conclusión por cada uno de los objetivos planteados, sugiriendo las recomendaciones que podría asumir la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, para el fortalecimiento de su imagen institucional.

*La autora.*



## ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
ÍNDICE	

### CAPÍTULO I

#### PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Identificación y determinación del problema .....	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	7
1.3. Formulación del problema .....	8
1.3.1. Problema general.....	9
1.3.2. Problemas específicos .....	9
1.4. Formulación de objetivos .....	9
1.4.1. Objetivo general .....	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Justificación de la investigación.....	10
1.6. Limitaciones de la investigación .....	11

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio .....	12
2.2. Bases teóricas – científicas.....	20
2.2.1. La responsabilidad social .....	20
2.2.2. Responsabilidad social empresarial.....	21
2.2.3. La responsabilidad social como propuesta .....	23
2.2.4. Responsabilidad Social en el Perú.....	24
2.2.5. Concepto de la responsabilidad Social Corporativa .....	27
2.2.6. Beneficios de la RSC .....	29
2.2.7. La Responsabilidad Social Universitaria .....	30
2.2.8. La Responsabilidad Social Universitaria no empresarial .....	36
2.2.9. La RSU y sus impactos .....	36
2.2.10. La RSU en la UNDAC .....	39
2.2.11. Modelo de implementación de R.S.U. en la UNDAC .....	41
2.3. Definición de términos básicos .....	49

2.4.	Formulación de hipótesis .....	54
2.7.1.	Hipótesis general .....	54
2.7.2.	Hipótesis específicas .....	54
2.5.	Identificación de variables.....	54
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores.....	56

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

3.1.	Tipo de investigación .....	57
3.2.	Nivel de investigación.....	57
3.3.	Métodos de investigación.....	57
3.4.	Diseño de investigación .....	58
3.5.	Población y muestra .....	58
3.5.1.	Población.....	59
3.5.2.	Muestra.....	59
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	59
3.6.1.	Técnicas.....	59
3.6.2.	Instrumentos .....	60
3.7.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación .	60
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	63
3.9.	Tratamiento estadístico.....	63
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica .....	63

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1.	Descripción del trabajo de campo.....	65
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados .....	66
4.3.	Prueba de hipótesis.....	90
4.3.1.	Prueba de Hipótesis General .....	90
4.3.2.	Prueba de hipótesis específica 1.....	91
4.3.3.	Prueba de hipótesis específica 2.....	93
4.3.4.	Prueba de hipótesis específica 3.....	94
4.4.	Discusión de resultados.....	95

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> ¿En qué ocasiones la UNDAC tiene resultados de investigación científica aplicada?	66
<b>Tabla 2:</b> ¿Ha tomado conocimiento si la UNDAC tiene investigaciones científicas aplicadas que ayuden a solucionar algún problema del pueblo pasqueño?	67
<b>Tabla 3:</b> ¿Conoce o escuchó acerca de transferencias tecnológicas a comunidades, promovidas por la UNDAC?	68
<b>Tabla 4:</b> ¿La investigación formativa de maestros a favor de los alumnos, tiene estándares de calidad?	69
<b>Tabla 5:</b> ¿El desarrollo de programas de proyección social, son recurrentes en la Universidad?	70
<b>Tabla 6:</b> ¿La extensión universitaria es realizada con criterios de inclusión social por la Universidad?	71
<b>Tabla 7:</b> ¿Escuchó o escucha programas de comunicación o difusión cultural que realiza la Universidad?	72
<b>Tabla 8:</b> ¿La UNDAC, soluciona necesidades sociales a través de la proyección social y extensión universitaria?	73
<b>Tabla 9:</b> ¿El gobierno universitario se gestiona a través de estándares de confianza?	74
<b>Tabla 10:</b> ¿La UNDAC ofrece confianza en sus usuarios a través de una adecuada ejecución presupuestaria anual?	75
<b>Tabla 11:</b> ¿La UNDAC, se caracteriza por tener un sistema de gobernabilidad eficiente y estable?	76
<b>Tabla 12:</b> ¿Los docentes de la UNDAC desarrollan sus clases con estándares de calidad?	77
<b>Tabla 13:</b> ¿Los trabajadores de la UNDAC, le han demostrado que están capacitados para prestar un servicio administrativo de calidad?	78
<b>Tabla 14:</b> ¿Los alumnos se han sentido satisfechos con la infraestructura física y virtual con que dispone la UNDAC para las clases?	79
<b>Tabla 15:</b> ¿Cómo percibe usted la imagen institucional que proyecta la Universidad en la región?	80
<b>Tabla 16:</b> ¿Cómo cree usted que la opinión pública, perciba la imagen institucional que proyecta la UNDAC?	81
<b>Tabla 17:</b> ¿La investigación científica que desarrolla la UNDAC, es buena para	

mejorar su imagen institucional?	82
<b>Tabla 18:</b> ¿La Proyección social y extensión universitaria que realiza la UNDAC, es buena para mejorar su imagen institucional?	83
<b>Tabla 19:</b> ¿Cómo percibe la gestión de la Rectora interina para la imagen institucional de la UNDAC?	84
<b>Tabla 20:</b> ¿Cómo califica la labor actual que realiza la oficina de Relaciones Públicas de la UNDAC?	85
<b>Tabla 21:</b> ¿Cómo califica la atención administrativa de los servidores en relación con la imagen institucional de la UNDAC?	86
<b>Tabla 22:</b> ¿Cómo percibe la actitud de los docentes en la contribución de la imagen institucional de la UNDAC?	87
<b>Tabla 23:</b> ¿Cómo percibe la actitud de los estudiantes frente a la imagen institucional de la UNDAC?	88
<b>Tabla 24:</b> ¿Cómo califica la implementación de labor remota en la atención de los usuarios de la UNDAC?	89
<b>Tabla 25:</b> Tabla cruzada responsabilidad social universitaria*imagen institucional	90
<b>Tabla 26:</b> Tabla cruzada investigación científica*imagen institucional	92
<b>Tabla 27:</b> Tabla cruzada proyección social*imagen institucional	93
<b>Tabla 28:</b> Tabla cruzada gestión universitaria*imagen institucional	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> ¿En qué ocasiones la UNDAC tiene resultados de investigación científica aplicada?	<b>66</b>
<b>Figura 2:</b> ¿Ha tomado conocimiento si la UNDAC tiene investigaciones científicas aplicadas que ayuden a solucionar algún problema del pueblo pasqueño?	<b>67</b>
<b>Figura 3:</b> ¿Conoce o escuchó acerca de transferencias tecnológicas a comunidades, promovidas por la UNDAC?	<b>68</b>
<b>Figura 4:</b> ¿La investigación formativa de maestros a favor de los alumnos, tiene estándares de calidad?	<b>69</b>
<b>Figura 5:</b> ¿El desarrollo de programas de proyección social, son recurrentes en la Universidad?	<b>70</b>
<b>Figura 6:</b> ¿La extensión universitaria es realizada con criterios de inclusión social por la Universidad?	<b>71</b>
<b>Figura 7:</b> ¿Escuchó o escucha programas de comunicación o difusión cultural que realiza la Universidad?	<b>72</b>
<b>Figura 8:</b> ¿La UNDAC, soluciona necesidades sociales a través de la proyección social y extensión universitaria?	<b>73</b>
<b>Figura 9:</b> ¿El gobierno universitario se gestiona a través de estándares de confianza?	<b>74</b>
<b>Figura 10:</b> ¿La UNDAC ofrece confianza en sus usuarios a través de una adecuada ejecución presupuestaria anual?	<b>75</b>
<b>Figura 11:</b> ¿La UNDAC, se caracteriza por tener un sistema de gobernabilidad eficiente y estable?	<b>76</b>
<b>Figura 12:</b> ¿Los docentes de la UNDAC desarrollan sus clases con estándares de calidad?	<b>77</b>
<b>Figura 13:</b> ¿Los trabajadores de la UNDAC, le han demostrado que están capacitados para prestar un servicio administrativo de calidad?	<b>78</b>
<b>Figura 14:</b> ¿Los alumnos se han sentido satisfechos con la infraestructura física y virtual con que dispone la UNDAC para las clases?	<b>79</b>
<b>Figura 15:</b> ¿Cómo percibe usted la imagen institucional que proyecta la Universidad en la región?	<b>80</b>
<b>Figura 16:</b> ¿Cómo cree usted que la opinión pública, perciba la imagen institucional que proyecta la UNDAC?	<b>81</b>

<b>Figura 17:</b> ¿La Investigación Científica que desarrolla la UNDAC, es buena para mejorar su imagen institucional?	<b>82</b>
<b>Figura 18:</b> ¿La Proyección Social y Extensión Universitaria que realiza la UNDAC, es buena para mejorar su imagen institucional?	<b>83</b>
<b>Figura 19:</b> ¿Cómo percibe la gestión de la Rectora interina para la imagen institucional de la UNDAC?	<b>84</b>
<b>Figura 20:</b> ¿Cómo califica la labor actual que realiza la oficina de Relaciones Públicas de la UNDAC?	<b>85</b>
<b>Figura 21:</b> ¿Cómo califica la atención administrativa de los servidores en relación con la imagen institucional de la UNDAC?	<b>86</b>
<b>Figura 22:</b> ¿Cómo percibe la actitud de los docentes en la contribución de la imagen institucional de la UNDAC?	<b>87</b>
<b>Figura 23:</b> ¿Cómo percibe la actitud de los estudiantes frente a la imagen institucional de la UNDAC?	<b>88</b>
<b>Figura 24:</b> ¿Cómo califica la implementación de labor remota en la atención de los usuarios de la UNDAC?	<b>89</b>

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACION**

#### **1.1. Identificación y determinación del problema**

Partiendo del concepto natural de la responsabilidad, definida como el valor ligado a la persona en el cumplimiento de sus obligaciones o al cuidado de hacer o decidir algo, que implica a su vez su desarrollo cualitativo; tiene fines sociales preestablecidos ligados a la ética y a la moral, cuyo compromiso es su actuación y comportamiento no reñidos por la misma sociedad; se podrá entender que el mundo se mueve en función a sus necesidades y transformaciones donde la responsabilidad individual, pasa a formar parte de un “grupo heterogéneo de personas responsables”, lo que implica la generación de conciencia responsable a lo que comúnmente se la llama como responsabilidad social. De ahí que esas transformaciones que se van generando en la sociedad, fueron acuñando nuevos paradigmas para que esa responsabilidad social tenga características específicas, teniéndose como resultado el tratado de la responsabilidad social ligada al empresariado, a la minería, a las corporaciones y la responsabilidad social universitaria, tema que focaliza el presente estudio.

La responsabilidad social, como obligación del mundo en su conjunto, no puede dejar de lado el tratamiento por ejemplo del calentamiento global, problema que se debe afrontar en conjunto para detener esa marcha peligrosa hacia la destrucción del planeta. El caso de las empresas que tienen en sus principios la defensa del consumidor o tener una conducta responsable en la atención de sus usuarios es común, generándose en muchos casos reuniones festivas o solazando a sus clientes, por el solo hecho de ser asiduos concurrentes de dichas empresas, es entendida como el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial o, como cuando en el caso de las empresas mineras, éstas a través de sus dependencias relacionadas con las comunidades del entorno, propician la asistencia material o dineraria a personas vulnerables a cambio de mantener un ambiente de armonía, tratando de evitar los conflictos sociales con el entorno, es entendido como el cumplimiento de su responsabilidad social minera, cuando en realidad, esa palabra implica mucho más que una atención al poblador o a la comunidad, debiendo establecerse un real significado de lo que es la “responsabilidad social”.

Como lo plantea Morey, (s.f.) respecto a la responsabilidad social como una “carga, compromiso u obligación, de los miembros de una sociedad sea como individuos o como miembros de algún grupo, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto”, es fácil entender que ese valor fundamental que tienen los individuos entre sí, al hacerse en conjunto devendría a ser un compromiso social de cumplimiento en sus obligaciones de manera responsable, pero esta vez en sociedad, porque como señala la misma autora, “vivir en sociedad implica tener en consideración muchos factores conducentes a la realización personal, al bienestar individual y social, a la seguridad que le garantice una vida digna y



la autoestima para su desarrollo integral”, implicando que la responsabilidad social tiene su influencia en todos los espacios y grupos sociales, involucrando a los gobiernos nacionales y los tratados de compromiso que suscriben sus diversos organismos, las empresas de su ámbito, las organizaciones sociales, las universidades, en suma, la sociedad en su conjunto.

Es así que la búsqueda de mejoras en la sociedad se hace imprescindible por las naciones, pero de por medio están los individuos que forman las grandes mayorías, generalmente vulnerables al crecimiento de otros pequeños grupos empresariales, generándose la desigualdad económica, social y cultural. Aun así, pese al crecimiento cuantitativo y logros empresariales, éstas no desarrollan planes estratégicos que brinden seguridad y confianza en la ejecución de su ‘responsabilidad social’, atinando ellas o muchas de ellas, a cumplir con una suerte de ‘asistencia social’ a sus empleados y familiares, en la creencia que cumplen con ese principio que tienen como obligación: la responsabilidad social empresarial. La ansiada búsqueda de progreso en una sociedad, es desigual en cuanto a la generación de riqueza, sobre todo en el rol que desempeñan las empresas que lejos de buscar un punto de equilibrio en el que deben ‘ganar todos’, fortalecen sus estrategias empresariales para ser ellas, las que se enriquezcan a costa de los desposeídos que se ven obligados a demandar sus bienes o servicios, por ciertas ‘facilidades’ que creen ser beneficiarios, cuando en realidad, son parte del engranaje que los mantiene atados a las empresas.

La responsabilidad social empresarial, no precisamente estriba en que este grupo deba otorgar ciertas facilidades a sus clientes o usuarios, sino que pasa por el cumplimiento de una serie de normas orientadas a identificarse con los problemas sociales contribuyendo al desarrollo de esa sociedad que forma

parte de su grupo objetivo (clientes o usuarios) aparte de los intereses que conciernen a los *stakeholders*<sup>1</sup>, internos y externos, empresas o socios, involucrando además a instituciones de la misma línea de interés. Sin dudas, deben propiciarse espacios comunes para un crecimiento equilibrado de la sociedad, donde los aliados estratégicos con la comunidad, propugnen el respeto hacia sus formas de vida, su idiosincrasia, sus tradiciones, fomentando la preservación del medio ambiente, con un crecimiento económico que incluya las mejoras salariales y beneficios de sus trabajadores, además de promover la inversión en proyectos públicos, investigaciones sociales, ejecución de programas de proyección comunitaria y capacitaciones en todo nivel.

En el país se han perdido los principios de la responsabilidad social empresarial, lo que permite analizar sobre la pérdida de los valores y la ética institucional. Es cierto que en la actualidad, el Perú, afronta una fuerte crisis social que se manifiesta en la ausencia de valores en funcionarios y autoridades de la esfera pública principalmente, es obvio que la corrupción enquistada en todos los niveles estatales, corroe la economía destinada al pueblo, donde los ‘jerarcas del estado’ imponen lo material a lo ético, la economía se sobredimensiona y muchos de los altos funcionarios consideran que los fines justifican los medios, sin un ápice de responsabilidad social empresarial y donde el país pierde trece mil millones de soles al año, por actos de corrupción. A esta cifra se suma que el 52% de los alcaldes del país, ha sido denunciado por actos ilícitos y que existen no menos tres mil denuncias relacionadas a hechos de

---

<sup>1</sup> Son grupos de interés, grupos de personas dentro de una empresa que tienen objetivos propios (accionistas, empleados, directivos, etc.), de manera que la consecución de estos, está vinculada con la actuación de la empresa. En inglés se conocen como “*stakeholders*”. Tomado de: <https://economipedia.com/definiciones/grupos-de-interes.html>

corrupción en el aparato estatal (Shack, N., Pérez, J., & Portugal, L., 2020).

La responsabilidad social que es mera nominación en las instituciones, adolece además de criterios teóricos – técnicos, donde lo burdo se impone a la realidad o donde el burócrata genera sus propios beneficios en nombre de ese valor social o donde la poca calificación del personal que trabaja sin horizontes meritocráticos no está interesado por la sociedad que la rodea, además que, son los intereses políticos grupales los que ponen en marcha ese mecanismo, mediante el cual se incorpora personal no idóneo al sector público (Rey Navarro, 2007 p.61).

La responsabilidad social entendida como una obligación de grupos de personas en común, atañe además a los entes educativos. Es así que desde algunas décadas atrás, se impulsó la responsabilidad social universitaria en países de Europa, principalmente. En nuestro país, recién se manifestó desde cuando se promulgó la ley universitaria N° 30220 el año 2014, la que pese a la reticencia de su implementación en algunas universidades privadas del país o por algunos vacíos en su estructura normativa, está demostrando que sí es una propuesta viable si se considera a la universidad, el lugar propicio donde se practique la responsabilidad social universitaria, como fundamento de su existencia y como modelo que oriente a los grupos mineros, comunicacionales, públicos y privados, pero empresas, al fin.

Los principios teóricos en los que se sustentan las universidades en el país, están fundamentados en la responsabilidad social universitaria. Tan es así que la ley citada, cuando trata de este concepto, la define como:

(...) la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en

la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye la gestión del impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria, sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas (Ministerio de Educación, 2014).

Sin embargo, a la fecha, aún es incipiente lo que se hace por la responsabilidad social universitaria, pese a que el fundamento explícito involucra las principales acciones de la universidad, no se ha entendido en su real dimensión, las columnas en las que se sustenta este concepto. Es preciso incidir en que la responsabilidad social universitaria de acuerdo a la misma norma, es el “fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Compromete a toda la comunidad universitaria”, de lo que se colige que no puede soslayarse el compromiso de servicio a la comunidad, aparte de fortalecer en sus docentes, las capacidades en la formación académica, la investigación, la proyección social y extensión universitaria o tutoría, así como la defensa del medio ambiente, entre otros compromisos.

Entonces, afirmando que la responsabilidad social individual hace a las personas justas e íntegras despojadas de cualquier tipo de ambiciones egocentristas, ésta debe ser muy exigente y de profunda reflexión de lo que significa y lo que realmente involucra. Así como refiere Chuaqui (2012), “la universidad es un lugar de reflexión por excelencia y, mientras se cumpla con ese rol que es indispensable, se contribuye con la sociedad”. Pero no queda en

el anhelo, sino en la ejecución fáctica de la responsabilidad social universitaria, con fines de lograr la transformación de la sociedad a través del trabajo sin aulas, cumpliendo tareas que son indispensables concibiendo que “en la universidad existe un conjunto de actividades que deben funcionar enlazadas”, como se explicó líneas atrás, complementándose, además, que:

No es posible realizar funciones sociales sin lograr cosas más específicas como la enseñanza, la investigación y la reflexión, que son propias de la identidad que se debe cumplir en las aulas universitarias. Se trata de un equilibrio entre las responsabilidades dentro del aula; pero también fuera del aula; de enseñar nociones y de practicar acciones; de aprender en una carrera universitaria, pero de orientar como egresado del aula. Ciertamente, cumplir con este rol no es fácil por limitaciones como el laborismo, la urgencia de la universidad por convertirse en una institución certificada, todo ello tiene que ver con el ‘presentismo’, es decir que nada puede esperar” (Chuaqui, 2012).

## **1.2. Delimitación de la investigación**

### **1.2.1. Delimitación espacial**

El desarrollo del presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la sede de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, ciudad de Cerro de Pasco, provincia y departamento de Pasco.

### **1.2.2. Delimitación social**

El grupo objetivo del presente estudio ha sido el público usuario interno y externo de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

### **1.2.3. Delimitación temporal**

El estudio se ha desarrollado en el período de enero a junio de 2021.

### **1.2.4. Delimitación conceptual**

La responsabilidad social universitaria (RSU), dentro del concepto

científico está relacionada con un mayor compromiso de las universidades con la sociedad del entorno, partiendo de la constitución de nuevos paradigmas para el cumplimiento de las funciones propias de la docencia, la investigación científica, así como la vinculación con el medio ambiente y la gestión universitaria. Un conjunto de conceptos resumidos por Gaete, (2015) citando a destacados autores que tratan sobre el tema, refiere que la parte relevante de este concepto está relacionada con la permanente preocupación por los impactos del quehacer universitario en la sociedad, además que ha identificado tres grandes enfoques en la literatura, que permiten analizar el significado y aplicación práctica de esta responsabilidad en: 1) la RSU Gerencial o directiva: orientada a analizar el impacto del quehacer universitario en las partes interesadas o *stakeholders* de las universidades; 2) Transformacional: orientada a la mayor contribución de la universidad en el debate para alcanzar una mejor sociedad; y 3) Normativa: intercambio con la sociedad de un conjunto de valores y principios universitarios y sociales.

El autor cita a Ojeda (2013), quien hizo un análisis del concepto que tienen los profesores universitarios sobre la RSU, en contraste con lo que propone la ISO 26000, y es donde los entrevistados identificaron como elementos importantes del concepto de la responsabilidad social universitaria a las dimensiones de medio ambiente, derechos humanos e involucramiento con la comunidad, aparte de otras investigaciones que han estudiado el aporte de la RSU para promover una mejor relación de la universidad con la comunidad local o el impacto de las acciones de RSU en la identidad corporativa de la universidad (Scielo, 2015).

### **1.3. Formulación del problema**

### **1.3.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?

### **1.3.2. Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es la relación entre la investigación científica y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?
- b) ¿Cuál es la relación entre la proyección social y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?
- c) ¿Cuál es la relación entre la gestión universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?

## **1.4. Formulación de objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Identificar la relación entre la investigación científica y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.
- b) Inferir la relación entre la proyección social y la imagen institucional

de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

- c) Determinar la relación entre la gestión universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

## **1.5. Justificación de la investigación**

### **1.5.1. Aspecto social**

Con esta investigación se busca conocer la relación existente entre las variables de estudio, las que nos permitirán inferir los niveles de percepción que tiene la población, sobre la imagen institucional dependiente de las acciones propias de su responsabilidad social universitaria, en sus dimensiones de investigación, proyección social y gestión universitaria, cuyos actores son los servidores docentes, administrativos, estudiantes y usuarios en general.

### **1.5.2. Aspecto metodológico:**

La inferencia de resultados acerca de las variables responsabilidad social universitaria e imagen institucional, se alcanzará con la aplicación de un cuestionario de preguntas con escalamiento Likert dirigido a los colaboradores que participan en este estudio. La investigación servirá como antecedente de estudio y texto de consulta para investigaciones similares a fin de seguir identificando la implementación de la responsabilidad social universitaria.

### **1.5.3. Importancia del estudio**

La responsabilidad social universitaria relacionada con la imagen institucional debe determinar además de los objetivos de estudio, el estado situacional en que el estamento docente; principalmente; tome conciencia sobre sus acciones. En condición de universidad licenciada por la SUNEDU y estando implementando sus condiciones básicas de calidad, debe asimilar que tiene una



alta responsabilidad social, para ofrecer un buen servicio académico, de investigación científica, en la proyección social y en la gestión institucional con el apoyo de sus estamentos y servidores administrativos.

## **1.6. Limitaciones de la investigación**

### **1.6.1. Limitaciones bibliográficas**

La escasez de textos impresos debido a la pandemia Covid-19 es latente. La no atención en bibliotecas y librerías es común, así como la adquisición on-line de textos relacionados con el estudio que se complica por sus altos costos y deben pasar por el ‘pedido especial’, ha significado cierta dificultad para la formulación del marco teórico. Tal situación se ha superado con ayuda de las fuentes científicas de acceso abierto, como con la contribución de universidades que ofrecen sus bibliotecas virtuales.

### **1.6.2. Limitación cronológica**

El cronograma proyectado tuvo dificultades en su estricto cumplimiento, motivado por cuestiones laborales de los colaboradores del estudio que no respondieron a tiempo las encuestas. Asimismo, la situación política que atravesó la Universidad al tener un período sin autoridades, aplazó sobremanera el trámite administrativo relacionado con el estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

##### **Estudios internacionales**

Alférez, Azul (2014), en su trabajo de investigación “*Responsabilidad Social Universitaria en la formación curricular y la participación social*” desarrollado en la Universidad Internacional de Catalunya, se trazó como objetivo, analizar la adquisición de competencias genéricas en el alumnado de Educación de dicha universidad, mediante la participación social curricular como uno de los ejes de la responsabilidad social universitaria. Metodológicamente la investigación tuvo un diseño cuasi experimental estudiando un ‘caso’ donde se emplearon los enfoques cualitativo y cuantitativo (mixto). Para efectos de la experimentación, se seleccionaron dos grupos de estudiantes de la Facultad de Educación de la universidad, siendo uno de control y el otro experimental. A ambos grupos se les aplicó un pre y post test sobre la responsabilidad social universitaria, implementando en el grupo experimental las actividades formativas en diferentes asignaturas implicadas en el proyecto.

De otro lado, el método de triangulación realizado en diferentes momentos a los estudiantes, ha confirmado que la participación social curricular, como eje de la RSU, promueve la adquisición de competencias y mejora el grado de responsabilidad social de los universitarios (Alfárez, 2014).

Alvarado, Elías (2016) sustentó su tesis en la Universidad Autónoma de Nuevo León, México con el título “Un análisis sobre la percepción que los directivos y docentes tienen de la responsabilidad social universitaria en las facultades de contaduría y administración en México”, la que tuvo el objetivo de observar la percepción que tienen los directivos y docentes en torno a la RSU en sus facultades, identificadas en sus dimensiones de educación; generación del conocimiento; organizacional, social y ambiental. El método de estudio fue el hipotético deductivo, empleando la técnica de encuesta con un cuestionario aplicado a una muestra de 72 directivos y 408 docentes de las instituciones afiliadas a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) que se constituyó en la población investigada. Realizado el análisis de percepción sobre la importancia o conocimiento de la responsabilidad social universitaria en sus facultades de Contaduría y Administración ha permitido probar y estimar relaciones presumiblemente causales que usan una combinación de datos estadísticos y suposiciones causales. El resultado del estudio ha demostrado que sí existe una relación muy alta entre las variables latentes (constructos o factores) y los indicadores manifiestos (variables observadas). Asimismo, refleja la existencia de una relación entre las variables latentes, concluyendo que el análisis realizado a la información relevante sobre la percepción que tienen los directivos y docentes con respecto a la RSU que ofertan sus facultades, coincide con la

mayoría de encuestados cuya percepción es favorable acerca del trabajo realizado por las respectivas facultades en cumplimiento a su responsabilidad social universitaria, por lo que, las instituciones afiliadas tienen mejor reputación, como resultado de la acreditación de sus programas académicos, las certificaciones de calidad, empleo de fondos públicos y mayor matrícula (Alvarado E. , 2016).

Gaete, (2015) a través de un estudio analítico denominado “*El concepto de responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de la alta dirección*” realizado en la Universidad de Valladolid, tuvo como resultados que el concepto de la RSU, es un cúmulo de esfuerzos importantes que deben cumplir las universidades para que sus fines institucionales respondan con mayor eficacia a las necesidades y a la problemática social, entendida como que la universidad no debe estar desligada de su comunidad del entorno, considerando por lo tanto a la responsabilidad social como un eje central de la institución. Con el estudio, el autor logró establecer su principal objetivo, trazado para entender este concepto partiendo de una mirada dialógica y simbólica, que le otorgaron los entendidos de su significado. El diseño de estudio respondió al enfoque cualitativo, utilizando como técnica de acopio de datos la entrevista con un cuestionario semi-estructurado individual con un solo tema para ser respondido en un único encuentro por los sujetos entrevistados que previamente fueron seleccionados de manera intencional incluyendo a los actores sociales de interés, para luego analizar el discurso registrado permitiendo al autor, determinar mediante la técnica de la ‘saturación’, de información más relevante, construir el concepto o teoría requerida, concluyendo que la responsabilidad social de la universidad, está enmarcada en el cumplimiento

eficaz del servicio académico, conectado permanentemente con la realidad social de cada localidad, permitiendo que los estudiantes, paralelamente, se inmiscuyan en el logro de soluciones para atender la problemática social, contribuyendo al final, en un mayor compromiso cívico-ciudadano en ellos.

### **Estudios nacionales**

Con la tesis “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”, Flores, (2019) que tuvo el propósito de diseñar un modelo de responsabilidad social universitaria para mejorar la imagen organizacional en la misma universidad, optó el grado de doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad en la Universidad César Vallejo, habiendo definido cuatro componentes de estudio enmarcados en la gestión universitaria, la docencia, investigación y proyección y extensión universitaria. El método de estudio fue el hipotético deductivo aplicado en la población universitaria de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, siendo las técnicas de recojo de datos la encuesta y entrevistas en la muestra conformada por su público interno de 67 personas entre, estudiantes, administrativos y docentes, mientras que una sub muestra la conformó el público externo de 189 personas usuarias de la universidad. El tipo de investigación fue el descriptivo propositivo. La investigación dio cuenta que un modelo de responsabilidad social enmarcada en las dimensiones: Liderazgo, docencia, investigación, proyección social y comunicación, representada con la imagen de un árbol al que el autor llamó “árbol de la buena vida”, concluyó que esta universidad “tiene un bajo índice de actividad y ejecución en lo que a responsabilidad social universitaria se refiere” por lo que asegura que “por ello no goza de una buena imagen ante sus públicos objetivos”. Como contribución

teórica del estudio, ha presentado un modelo de responsabilidad social universitaria que debe implantarse como política y modelo de gestión en todas las facultades, lo que permitiría “acercarse a la población de acuerdo a sus verdaderas necesidades ya que es una de las formas de mejorar la imagen organizacional o imagen institucional frente a la sociedad por el cual fuimos creados.” (sic).

Navarro, (2020) sustentó el grado académico de Maestro en Comunicación en la mención Comunicación estratégica y responsabilidad social corporativa, con la investigación “*Responsabilidad social e imagen institucional de la Universidad Continental de Huancayo en estudiantes de ciencias de la comunicación*”, que tuvo el objetivo de establecer la relación entre la imagen institucional de esta universidad percibida por acciones de responsabilidad social universitaria, focalizando el estudio en los estudiantes de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación, como población del estudio de tipo básico, donde aplicó el diseño correlacional, seleccionando para el trabajo, una muestra de 275 unidades de análisis a quienes se les administró el cuestionario de encuesta para determinar su percepción acerca de la responsabilidad social universitaria, como medir la segunda variable señalada sobre la imagen institucional. Los instrumentos fueron validados y confiabilizados para el recojo de información, teniéndose luego que contrastar las hipótesis de estudio a través de fórmulas estadísticas. Dentro de las conclusiones del estudio señala el autor que existe una relación directa y significativa de nivel 0.481 medido con el Rho Spearman, entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Continental de Huancayo, percibida por los estudiantes de la carrera de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación.

León, (2015) es autor de la tesis *“La responsabilidad social universitaria y la calidad educativa en el país”*, sustentada en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, cuyo objetivo principal fue determinar si la calidad académica estaba ligada al cumplimiento de sus funciones institucionales. La investigación de método científico tuvo como técnica la encuesta y como instrumento de medición, un cuestionario de 14 preguntas que fueron respondidas por funcionarios de las diferentes universidades públicas y privadas a nivel de Lima Metropolitana, consiguiéndose información relevante que luego fueron representados por gráficos estadísticos. El estudio determinó que las acciones ligadas a la responsabilidad social universitaria, incide en la calidad educativa de las universidades de Lima Metropolitana, estableciéndose además que. “la tenencia de una estructura específica para la labor social, permite el logro de satisfacción absoluta en las necesidades académicas del estudiante universitario”; además que la formación de estudiantes con principios y valores motiva el desarrollo de sus capacidades y, similar al estudio anterior, se pudo inferir que “la frecuente vinculación de la universidad con la comunidad en proyectos de desarrollo humano y sostenible, permite lograr la participación plena de los estudiantes universitarios en la sociedad”.

Bruno, (2014) en su trabajo de investigación *“Institucionalización de la sostenibilidad ambiental del campus universitario desde el enfoque de responsabilidad social universitaria en la Pontificia Universidad Católica del Perú entre los años 2007 y 2013”* con la que optó el grado de Magíster en Desarrollo Ambiental, enfocó su objetivo para conocer cómo la universidad aborda su compromiso de responsabilidad social, desde la dimensión de la sostenibilidad ambiental del campus, promovida por la Dirección Académica de

Responsabilidad Social. El método tuvo un enfoque cualitativo donde la autora empleó la técnica de la entrevista individual y grupal, con un instrumento semi-estructurado, teniéndose como muestra a veintidós docentes y ocho servidores administrativos además de tres grupos de entrevistados entre servidores, estudiantes y personal de la DARS, de seis, nueve y seis integrantes cada uno, respectivamente. Como una de las conclusiones de la investigación, la relacionada con la RSU, refiere que la universidad, “debe gestionar los impactos que como institución genera en el entorno, es decir, los impactos ambientales, contribuyendo con la sostenibilidad ambiental del campus y fomentando su articulación con las funciones universitarias esenciales”, sin descuidar la generación de aprendizajes significativos “anclados en la experiencia cotidiana y concreta del entorno más inmediato”. El texto refiere de otro lado, que el desarrollo de la investigación científica con la participación de docentes y alumnos de diferentes disciplinas, debe contribuir a la sostenibilidad ambiental del campus para la incorporación de discusiones y trabajos prácticos en las asignaturas, orientándose así, a la solución de los problemas ambientales de la universidad e impulsando la generación de vínculos con todos actores de la sociedad.

Con el título *“La responsabilidad social universitaria y su relación con la interculturalidad en estudiantes universitarios 2016”*, Arispe, (2016) sustentó su grado académico de maestra en Educación con Mención en Docencia e Investigación Universitaria en Universidad San Martín de Porres. El objetivo del estudio fue identificar y conocer la relación que existe entre ambas variables, entendiendo que la responsabilidad social y la misma universidad han empezado a concebir conceptos para diseñar estrategias y orientar su servicio educativo;



sin embargo, el propósito del estudio fue incorporar mediante un análisis reflexivo, el porqué de esta nueva dinámica en la universidad con el empleo de la RSU ligada a la interculturalidad. La autora indica que el estudio cuantitativo fue de tipo correlacional, utilizando la técnica de encuesta para recolectar datos y luego ser procesadas estadísticamente, con cuyos resultados pudo evidenciarse que existe una relación positiva y alta en las variables de estudio: responsabilidad social universitaria con la interculturalidad de los estudiantes de la universidad, logrando sus objetivos planteados.

Escobar (2015), en su tesis *“La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad”*, para optar el grado de Magíster en Derecho con especialidad en Gestión Empresarial en la Pontificia Universidad Católica del Perú, orientó su objetivo a la demostración que la responsabilidad social es prioritaria para el logro de los objetivos de toda organización, en una investigación explicativa con enfoque cualitativo mediante un ‘estudio de caso’ focalizado en la empresa Tecnología de Alimentos (TASA), donde la autora recogió información importante sobre el cumplimiento de su responsabilidad social, habiéndose conocido con los resultados de la investigación que la competitividad empresarial, ligada a estrategias internas relacionadas a los proyectos o actividades de la RS, permiten un crecimiento económico a través de sus ventas, concluyendo que existe una correlación positiva entre sus variables de estudio. En tal sentido, la inversión en actividades de responsabilidad social empresarial genera; aparte de sus ventajas económicas; un impacto positivo, “altamente ventajoso y competitivo, aportando valores tangibles e intangibles, por lo que es necesario realizar un control y medición del rendimiento económico las iniciativas

relacionadas al medio ambiente, con el fin de obtener reales beneficios que generen valor a la empresa, involucrándose en políticas de compromiso social y en la valoración de sus proyectos de responsabilidad social a largo plazo.

## **2.2. Bases teóricas – científicas**

### **2.2.1. La responsabilidad social**

En el mundo actual es imperativo asumir responsabilidades individuales o colectivas que permitan el desarrollo sostenido de las sociedades y en todos sus componentes. Es preciso señalar que el cabal conocimiento de esas responsabilidades, no se logrará si no entendemos la real situación en que vivimos en el planeta, donde cada quien observa de distinta forma, las ventajas bondadosas y los riesgos a los que estamos acostumbrados a vivir. Es por lo tanto, necesario presentar conceptos básicos relacionados con la responsabilidad, para más adelante definir la RSU específica para las universidades, del que trata el estudio. Para acercarnos a una definición acerca de la responsabilidad, partamos del significado de *responsabilidad* desde la óptica etimológica publicada en un ensayo sustentado por Preziosa, (2005) citando a Paola Scarinci (2004: 63), refiere que el término “responsabilidad” deriva del verbo latino “respondeo”, que significa “responder” con la adición del sufijo “abilis” indica la condición de ser “capaz”. Por lo tanto, “ser responsable significa que se tiene la capacidad de respuesta. Responsabilidad, es entonces, la capacidad de respuesta como hábito”, refiriéndose a la actitud individual de las personas.

La autora señala que el concepto de responsabilidad tiene tres elementos que lo caracterizan y se distinguen en: 1) la responsabilidad es una cualidad del vínculo entre sujetos racionales 2) es de naturaleza social, y 3) va en busca de

un fin realizable en común. Estos elementos, son el resultado de los análisis encontrados en textos relacionados al tratamiento de la responsabilidad social empresarial, por lo que cree que “explicitan la comprensión del concepto “responsabilidad”.

La responsabilidad que fluye del sujeto, es una cualidad propia sólo de sujetos racionales, asegura, ya que la responsabilidad es habilitada por dicha cualidad al reconocerse autores de sus actos y, por lo tanto, pueden dar respuesta de dichos actos.

Las actitudes individuales, se manifiestan en esas respuestas de acuerdo a su racionalidad y voluntariedad diligente y de la posibilidad de considerar los medios por utilizar para cumplir ciertos fines. Esta racionalidad hace posible la distinción del bien y permite que estos sujetos puedan vincularse haciendo el bien y evitando el mal, considerando al “otro” como fin o destinatario de su acción y no como mero medio o instrumento (Preziosa, 2005).

La responsabilidad, desde la concepción etimológica, se ha enriquecido a través de connotaciones morales, pues representa una característica estable de la disposición a actuar de los individuos, la persona responsable “habitualmente responde” frente a los requerimientos de la realidad, pero entendemos que además debe responder bien, ya que su característica primordial es que existe responsabilidad sólo cuando las respuestas tienden a ser las mejores.

### **2.2.2. Responsabilidad social empresarial**

Así como se diferencia la responsabilidad individual, tenemos que las organizaciones del mundo, van asumiendo de manera relativa su responsabilidad social empresarial, términos que se han homogenizado en

referencia de los buenos actos que cumplen las organizaciones empresariales o comerciales. En realidad, no pasa de ser un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa cuyos fines van en la mejora de su imagen o identidad, para “evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.), siguiendo fines racionales y que deben redondear en un beneficio tanto para la organización como para la sociedad”.

La responsabilidad social empresarial se debe entender, por lo tanto, como “la acción conjunta de toda la empresa concientizada (trabajadores, directivos y dueños) del papel que tiene ésta como unidad de negocio que crea valor y que pervive en un espacio del que se lucra”. Esa concientización deriva al plano social con cierta ayuda a los desfavorecidos y de respeto a los consumidores; como del mantenimiento, sostenibilidad o trato responsable al medio ambiente, además de las prácticas leales y transparentes en el manejo de sus finanzas y de inversiones socialmente responsables, es decir, una Empresa Buena” (Vallaey, 2018).

Además de Vallaey, que es un connotado tratadista de la responsabilidad social, al abordar la RSE, se deben considerar de otro lado, cuatro aspectos indiscutibles que giran en el concepto y se identifican en los siguientes planos:

**Aspecto laboral:** referido a que la RSE, debe cumplir con las normas de trabajo, el respeto al trabajador en todos los niveles jerárquicos y la puesta en marcha de códigos de conducta y principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). **Aspecto económico:** relacionado a la

rendición de cuentas transparentes y públicas, inversiones socialmente responsables que empleen criterios éticos y de exclusión, a la hora de invertir. **Aspecto ambiental:** se debe propender al cuidado del medio ambiente usando sellos de calidad ecológica o alusión directa al consumidor de cómo se obtuvo el producto, o se prestó el servicio. **Aspecto social:** orientado a invertir un porcentaje de las ganancias en proyectos que ayuden a mejorar el nivel de vida de personas sin recursos o tener proyectos de vinculación a colectivos desfavorecidos (Ospina, 2018).

La responsabilidad social empresarial fue establecida ya hace miles de años; sin embargo, sólo desde hace unos pocos años comenzó a tener gran importancia, habiendo surgido básicamente como un apoyo adicional de los derechos humanos, por ello es que la responsabilidad social, se considera como una obligación que los miembros de una comunidad deben cumplir para preservar las buenas condiciones de su ámbito. Considerando que este concepto se relaciona estrechamente con la ética y la moral, es preciso señalar que las decisiones que asumen tanto los individuos como las sociedades o grupos de personas de una organización o de una universidad, como se verá más adelante, tienen consecuencias sobre el resto por lo que se debe desarrollar una conciencia en conjunto. Los aspectos legales de la responsabilidad social, están reguladas en mayor o menor escala a través de decretos, normas internas, códigos empresariales entre otras regulaciones en cuanto a la hora de obrar, pero que son cuestionados por su incumplimiento o relativa atención (Debitoor, 2019).

### **2.2.3. La responsabilidad social como propuesta**

Aunque no se puede señalar una fecha precisa sobre el inicio de la

responsabilidad social, debido a que este depende totalmente del origen de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y del surgimiento de los Derechos Humanos, se puede inferir que en el siglo XIX ya había registros de empresas que se preocupaban por sus colaboradores y no solo por la utilidad de su empresa. En la actualidad, la responsabilidad social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000; y hoy también los buenos ejemplos de responsabilidad social se multiplican por el mundo (Expoknews, 2009).

No se debe entender que esa responsabilidad social debe obligarse a ser cumplida, al contrario, su entendimiento y cumplimiento, dependerá de esa responsabilidad como actitud de cambio y de respeto, cuya propuesta de cambio debe introducirse voluntariamente en la sociedad. Por ello es necesario asumir que no se puede obligar a un individuo a ser respetuoso en el cumplimiento de sus deberes ciudadanos. Es cuestión de civismo y de conciencia. Ante tal situación, se debe tener presente que la responsabilidad social debe ser promovida y concientizada en todos los espacios para que siga en progreso. Desde esa concepción voluntaria y consciente, es seguro que presentará cambios que hará comprender mejor sobre el tema y aún mejor, tendrá un efecto creciente sobre las empresas que son básicamente el medio directo para poder obtener beneficios para nuestra sociedad y para la preservación del medio ambiente.

#### **2.2.4. Responsabilidad Social en el Perú**

En Perú, a propósito de la responsabilidad social se hicieron ciertas

innovaciones a nivel del gobierno central; aunque no en los otros niveles de gobierno, ya que se implementaron varios ministerios destinados a una mejor conservación del medio ambiente y de la sociedad, con evidentes signos de cada vez mayor importancia para redefinir la responsabilidad del estado peruano ante la comunidad. Entre los ministerios que se crearon se tienen al Ministerio del Ambiente, el de Inclusión y Desarrollo Social; el Ministerio de Cultura y el de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

Por su lado, el sector privado también está interesado en incorporar la responsabilidad social como actividad inherente a su grupo de interés, y como siempre, apuntando al incremento de sus utilidades, porque la responsabilidad social ha demostrado lograr ventajas competitivas sostenibles en los mercados al utilizar parte de sus estrategias empresariales o corporativas. En consecuencia, se invierte en acciones de responsabilidad social, pero la generación de ventajas mediante su imagen corporativa fortalece a la empresa.

Barbachan (2017), en su artículo *“La responsabilidad social empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades”*, realiza un balance acerca de la importancia de la misma luego de realizar la descripción y comparación en distintas organizaciones, por lo que la expone como sigue:

A lo largo de los últimos años, en el Perú han surgido un mayor número de empresas interesadas en el tema de RSE. Este cambio ha sido producto de una ardua y larga labor de sensibilización, difusión y viralización del concepto. Es así como la RSE en el Perú se viene canalizando a través de un conjunto de iniciativas que buscan abordar de forma práctica y efectiva este nuevo valor de conciencia empresarial. Inicialmente, las organizaciones que empezaron a aplicar estrategias de

RSE fueron las transnacionales. El resultado fue positivo no solo porque lo integraron y comunicaron sino también porque empezaron a implementarlo dentro de su cadena de valor” (Barbachan, 2017).

En ese sentido, los cambios señalados en el Perú son aspectos que deben ser tomados en cuenta por las empresas para replantear sus estrategias, analizar el actual escenario y tener una visión global como agente de cambio en la sociedad peruana, de esa manera, las acciones de responsabilidad social estarán más alineadas con las necesidades de la comunidad. Con respecto al consumo, las empresas deben comprender que no solo venden productos o servicios, ya que los consumidores actuales tienen mayor conciencia socioambiental. Por tanto, se puede señalar que en la actualidad varias empresas ya emplean políticas de RSE; sin embargo, éstas aún no se incorporan a las medianas y pequeñas empresas.

Es de resaltar las alianzas estratégicas que realizan algunas empresas con el Estado, para lograr impactos positivos mutuos. Un ejemplo de ello se traduce en el programa “Perú responsable”, promovido por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, acción que forma parte de sus iniciativas para la promoción de la cultura de responsabilidad social empresarial en los sectores públicos y privados. Como puede observarse, la responsabilidad social es un “eje de acción” que involucra a diversos sectores públicos y privados para obtener sinergias favorables con logros significativos.

Puede observarse que a mayor noción y conciencia en las organizaciones del país acerca de la sostenibilidad como gran eje de acción y la responsabilidad social empresarial, menor es el riesgo conflictivo, aunque todavía falta plasmar todo ese concepto en proyectos concretos que generen mayor impacto en los



grupos de interés de acuerdo con el *core business*<sup>2</sup> de cada empresa.

De acuerdo a un estudio realizado por Global Research Marketing, se conoció que la percepción de gerentes de empresas grandes y medianas, es que “se ha incrementado el nivel de preocupación a cargo de los ejecutivos, por desarrollar su responsabilidad social empresarial y que todavía existe un 34% de empresas que le dedica menos del 1% de su presupuesto a la RSE” (Barbachan, 2017).

### **2.2.5. Concepto de la responsabilidad Social Corporativa**

Acerca de la responsabilidad social corporativa, se tienen conceptos similares, los que se concatenan en la forma de conducir los negocios de las empresas, caracterizadas por considerar los impactos que todas sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Algo similar a la concepción de la responsabilidad social empresarial.

En este caso, implica además el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto (Observatorio RSC, 2014) (p. 5).

Así mismo, Observatorio RSC, (2014), denota los principios, ámbitos e importancia de la responsabilidad social corporativa, la que nos beneficia al

---

<sup>2</sup> Negocio principal, se puede definir como el corazón de una organización, tomado de: <https://www.google.com/search?q=core+business&oq=core+business&aqs=chrome..69i57j0l9.6024j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

utilizarla como herramientas que nos sirva para aminorar el impacto negativo de las empresas en general y de las multinacionales en particular, sea en los derechos sociales, laborales, el medioambiente o sobre los derechos humanos. Existe un acuerdo sobre las grandes áreas temáticas que abarca esta responsabilidad, y está referida a la económica, social y medioambiental. De todos modos, si algo caracteriza a la RSC es su carácter pluridimensional que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa, cuyas categorías se subsumen en:

- ✓ Derechos Humanos
- ✓ Prácticas de trabajo y empleo
- ✓ Protección de la salud
- ✓ Cuestiones medioambientales
- ✓ Lucha contra el fraude y la corrupción
- ✓ Intereses de los consumidores.

Considerando las dimensiones señaladas, los principios que rigen la responsabilidad social corporativa se resumen en los siguientes cinco aspectos:

- ✓ La RSC implica el cumplimiento obligatorio de la legislación vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor.
- ✓ Es de carácter global porque afecta a todas las áreas del negocio y áreas geográficas donde se desarrolle sus actividades, afecta, por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
- ✓ Debe existir coherencia entre los compromisos públicos adquiridos con las estrategias y decisiones de negocio.
- ✓ Es imprescindible identificar, prevenir y atenuar las posibles

consecuencias adversas que se pudieran producir.

- ✓ Se debe generar procesos que integren las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas de estos en las operaciones empresariales y en la estrategia, de manera que se genere valor no solo para los accionistas sino para todos los grupos de interés y la sociedad (Observatorio RSC, 2014, p. 6).

#### **2.2.6. Beneficios de la RSC**

Los beneficios de las actividades en torno a la responsabilidad social corporativa o RSC son reales y tangibles para la empresa que la emplea. Según el autor Cajiga,(2008), los beneficios son:

- ✓ Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (*stakeholders*).
- ✓ Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- ✓ Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- ✓ Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- ✓ Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- ✓ Decisiones de negocio mejor informadas.
- ✓ Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- ✓ Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- ✓ Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- ✓ Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor
- ✓ Incremento en la productividad y en la calidad.

- ✓ Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- ✓ Reducción de la supervisión regulatoria.
- ✓ Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo. (Cajiga, 2008)

Las empresas y organizaciones que practican un comportamiento socialmente responsable diseñan sus estrategias y establecen procedimientos internos y externos de gestión, teniendo en cuenta no sólo la dimensión económica de sus acciones sino también la social y la medioambiental, lo que implica que las organizaciones de todos los sectores que tienen actividad en el país, tienen responsabilidades, cuando no obligaciones que cumplir. Es decir, la responsabilidad social corporativa (RSC), engloba todas las decisiones empresariales que son adoptadas por razones que a primera vista se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la institución (Nieto Antolín & Fernández Gago, 2004 p.24).

### **2.2.7. La Responsabilidad Social Universitaria**

Se define la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social y natural, que se orienta hacia el mejoramiento de las actividades de servicio de la universidad latinoamericana del siglo XXI, nacida para afrontar las nuevas realidades y amenazas de la región. En ese sentido, la responsabilidad social universitaria, concebida como un nuevo paradigma que debe implementarse para logros cualitativos en la vida institucional, aún no ha alcanzado su plenitud de concepción por las divergencias de entendimiento existentes, lo que implica que falta definirla y comprenderla en su real significado. Desde hace años se habló e investigó sobre la responsabilidad social

empresarial, (RSE), sin embargo, muy poco se hizo en el campo de las actividades universitarias (Ayala, 2011).

Desde una visión holística, la responsabilidad social universitaria exige articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de conocimientos responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables, sin embargo, esta concepción no ha sido ampliamente percibida por las instituciones educativas las que aún tienen brechas en sus docentes y estudiantes, confundiendo la responsabilidad social con actividades de proyección social o de extensión universitaria.

La profundidad de la implementación y la radicalidad de la reforma con la que se aplica, puede provocar un cierto temor, pero debe tenerse presente que el proceso de cambios en la universidad debe ser gradual y empezar por cambios organizacionales sencillos, precisando que muchos de los elementos de la reforma de responsabilidad social están incrementándose gradualmente en la mayoría de las universidades, concatenadas en la generación de investigación interdisciplinaria, la articulación en ciertos cursos de la docencia con la proyección social o la extensión universitaria, donde el desarrollo de métodos pedagógicos del Aprendizaje Basado en Problemas y el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), ya forma parte de la RSU, así como de otras actividades tendientes a optimizar la calidad académica, investigativa y de proyección comunitaria, salvo que de modo desarticulado y sin perspectiva institucional integrada, la aplican de manera aislada cada quien por su lado.

De los conceptos basados en la RSU, se pueden apreciar cuatro enfoques

de líneas de acción universitaria, que deben ser considerados si se quiere implementar un proyecto basado en sus actividades internas. La generación de conciencia en el interior de las universidades, es fundamental para su involucramiento con la comunidad del entorno. En consecuencia, se deben precisar algunas orientaciones estratégicas generales que fundamentan la responsabilidad social universitaria.

**Actividad académica:** considerada como la actividad prioritaria en la universidad. Sin embargo, las nuevas políticas de gestión educativa, conllevan a que es la acción que requiere ser fortalecida a través de la capacitación del estamento docente, como parte del enfoque de la responsabilidad social universitaria. Esta dimensión a su vez, replantea que las especialidades para el aprendizaje, deben estar sustentadas en proyectos de carácter comunal, concatenando lo académico con las otras dimensiones de la RSU y abriendo las puertas del salón de clases hacia la comunidad, como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución de problemas reales.

Lo académico incluye la creatividad e inventiva no sólo a través de las prácticas profesionales, sino en los contenidos teóricos de los programas de estudio, consecuentemente el estudiante aprende haciendo cosas socialmente útiles y formándose como ciudadano informado y responsable. La implementación de los talleres de aprendizaje en las facultades, articulados con las disciplinas por la necesidad de un enfoque multi e interdisciplinario para tratar los problemas sociales. La actividad académica de la universidad componente de la RSU, involucra necesariamente a la capacidad de atención del docente universitario, entendiendo que la “calidad de un sistema educativo tiene como techo la calidad de sus docentes”, premisa que se sustentó en la primera

conferencia de Javier Pericacho en la Universidad de Nebrija donde se destacó el estancamiento metodológico en el que se encuentra la escuela, mientras que otros ámbitos han ido evolucionando, por lo que según el expositor, “tenemos una escuela del siglo XIX, con docentes del siglo XX y alumnos del siglo XXI” (Universidad de Nebrija, 2017). Esta apreciación es latente aún en las universidades de Latinoamérica, donde la calidad de enseñanza universitaria, debe ser fortalecida por sus limitaciones de orden infraestructural, pedagógico y tecnológico en la educación virtual. La especialización, capacitación y actualización, son elementos contributivos a esa calidad que garantice un proceso de enseñanza de calidad.

**Investigación científica:** Como rol principal de la universidad, es indiscutible la promoción de la investigación para el desarrollo social bajo todas las formas posibles: formativa, básica o aplicada con la participación activa de docentes y estudiantes. Como estrategia posible para su mejor desarrollo se puede citar en que la universidad está comprometida en la suscripción de alianzas y convenios de cooperación con distritos urbano marginales o rurales, incluso con las de su entorno, asumiendo la responsabilidad de atender la necesidad de solucionar problemas urgentes de la sociedad, donde el concurso profesional de especialistas de diversas materias, promuevan espacios de discusión científica con la finalidad de realizar investigaciones interdisciplinarias aplicadas con dichas localidades.

Así, investigadores, docentes y estudiantes, deben sentirse en compromiso con la comunidad trabajando sobre la misma problemática, en el mismo lugar de acción, desde sus respectivas especialidades, creando una sinergia de saberes, alejando esa percepción común de ser el ‘elefante blanco’ o

de la ‘isla’ en que se convirtió la universidad en el pueblo, que genera insatisfacciones sobre la efectiva labor científica que proyectan, pero que nunca nadie ha podido remontar en la generación de confianza, identidad e imagen institucional.

**Proyección social:** Considerando que la proyección hacia la comunidad es inherente a la universidad, se debe reducir la brecha de relación existente entre ‘universidad – pueblo’. Las acciones en este campo son múltiples considerando las necesidades en el ámbito social: educación, salud, comunicaciones y preservación del medio ambiente; sólo para citar las más delicadas. El trabajo de los institutos especializados de investigación, interrelacionadas con las unidades de investigación descentralizadas por cada facultad, bajo el compromiso social de los docentes que dictan las cátedras relacionadas con la investigación científica de todas las carreras, deben orientarse a la formulación y administración de proyectos aplicados al desarrollo, como fuente de investigación aplicada y recursos didácticos no sólo para la comunidad universitaria, sino para la comunidad del entorno en su conjunto. Se debe dejar atrás la auto-marginación institucional aprobando una emergente política de investigación bajo las necesidades e iniciativas voluntarias humanitarias que por mucho tiempo se dejaron de lado por la debilidad de su vínculo con la formación profesional y la didáctica universitaria.

La idea en la proyección social, es lograr su integración institucional con las necesidades de la comunidad ejerciendo programas que coadyuven al fortalecimiento de capacidades comunes en docentes, estudiantes y pobladores del entorno, bajo una dependencia que como el caso de una universidad lleva el nombre de ‘Dirección Académica de Responsabilidad Social Universitaria que



gestione las iniciativas estudiantiles y docentes, y pueda controlar su calidad. Inútil de precisar que tal unión estrecha entre proyección social, docencia e investigación aumentará significativamente el voluntariado estudiantil, puesto que el alumnado habrá podido aprovechar de un aprendizaje basado en proyectos durante su formación.

**Gestión universitaria:** Lo que debe cuidarse en la institución es el cumplimiento de las normas internas o externas relacionadas con sus funciones. El respeto al estado de derecho partiendo de la comunidad académica es fundamental para lograr la transformación de la universidad en una comunidad democrática y equitativa ejemplar en la sociedad. Dependerá de este modelo, para que la sociedad entera tome como paradigma que oriente la estructura social del entorno. Es preciso señalar que deben suprimirse los actos discriminatorios o segregacionales, corrigiéndose ciertos privilegios de los que hacen gala sus autoridades, además de ser respetuosos de la ley de transparencia, propiciando espacios de rendición de cuentas e información pública en los campos de la política y economía.

La universidad en sí, debe ser un modelo de desarrollo sostenible, no solo de sí misma, sino del entorno social, propendiendo al mejoramiento de su política de protección del medio ambiente, recuperación de residuos sólidos o al tratamiento de los desechos. La universidad, como ente autónomo tiene la libertad de asumir de manera responsable, el diseño y aplicación pertinente de herramientas metodológicas que permitan el logro de estándares de estandarización internacional (International Organization for Standardization ISO), en todos los campos de acción, sea en gestión del medio ambiente, gestión de la calidad, seguridad de la información, gestión de riesgos o datos de los

maestros incluyendo la seguridad alimentaria, porque es la universidad, donde se inician los procesos de gestión que deben replicarse en la comunidad.

En suma, la gestión institucional es hacer de la universidad una comunidad socialmente ejemplar, es beneficiarse de una doble fuente de aprendizaje: el estudiante aprende en la universidad su carrera, pero también aprende de la universidad los hábitos y valores ciudadanos. Más que los cursos de ética, cuyo impacto actitudinal es discutible, es la práctica cotidiana de principios y buenos hábitos comunes que forma a las personas en valores.

#### **2.2.8. La Responsabilidad Social Universitaria no empresarial**

Desde la contribución que se realiza en el debate sobre la responsabilidad social universitaria, definiendo este concepto no de modo reduccionista, sino de apertura fáctica y sin “plagiar” la definición de la responsabilidad social empresarial del que se trató antes; entendiendo que la *“universidad no es, ni debe ser una empresa”* se debe fijar el “horizonte de radicalidad” en el que inevitablemente debe enfocarse la universidad, con todo su esfuerzo académico científico e institucional, si es que realmente se pretende practicar la responsabilidad social universitaria “de modo responsable, y no como mera receta cosmética” (Vallaeys, 2018).

#### **2.2.9. La RSU y sus impactos**

Si preguntásemos qué distingue e identifica a la responsabilidad social universitaria, se tendría que recurrir al Consejo Social de la Universidad de Huelva, donde tienen una idea clara acerca de esta acción que debe propiciar la universidad. De acuerdo los conceptos reunidos en un texto, “los impactos específicos que las actividades propias de la Universidad producen en su entorno

son el criterio que permite identificar la Responsabilidad Social Universitaria como un modelo de gestión particular”.

Entiéndase por impacto al efecto que la acción normal que produce la universidad en determinadas personas y elementos del entorno interno y externo, próximo y lejano de la misma. Estos impactos suelen ser positivos o negativos dependiendo de los intereses particulares de cada universidad, generalmente buscando establecer la imagen favorable o revirtiendo los impactos negativos en el entorno.

Coincidiendo con Vallaey, (2018) que relaciona a la RSU con las actividades académica, de investigación, proyección social y gestión interna, en el presente caso, el análisis refiere que los impactos producidos por la universidad, derivan de sus principales actividades y funciones tradicionales y que son: “la académica (formación humana y profesional), la de investigación (creación de nuevos conocimientos y transferencia social de los mismos) y la de extensión (relación de la Universidad con el resto de actores sociales)”. Los conceptos relacionados con esta responsabilidad, se extienden además a cuatro clasificaciones que fueron diferenciadas en los siguientes impactos que debe lograr la universidad:

**Impactos de funcionamiento organizacional.** Como toda organización, la Universidad genera impactos en la vida de las personas que en ella trabajan (personal de administración y servicios y personal docente e investigador); así como efectos contaminantes del medioambiente, de forma que su actividad produce una huella tanto humana como ecológica a gestionar conforme a criterios socialmente responsables.

**Impactos educativos.** Es evidente que la Universidad produce un impacto

directo sobre la formación de los jóvenes y profesionales, les aporta una determinada manera de mirar y entender el mundo, y transmite una serie de valores de ciudadanía. Igualmente, la Universidad presenta a sus estudiantes la deontología profesional de cada disciplina, orientando y contribuyendo a definir en cada caso la ética de la profesión correspondiente y su rol social.

**Impactos cognitivos y epistemológicos.** La Universidad es ante todo un centro de investigación, difusión y creación de conocimientos, de forma que tiene la facultad de orientar o dirigir la producción del saber, el desarrollo de las tecnologías, la selección de los temas de estudio, etc. En definitiva, tiene un poder cierto en la determinación de la agenda científica de la Sociedad y, en ese sentido, juega el papel de puente entre los mundos de la Ciencia y la Sociedad, circunstancia que la hace responsable de promover una comunicación fluida entre ambas, así como un acceso universal a la ciencia y el conocimiento.

**Impactos sociales.** El impacto que produce la Universidad sobre la Sociedad y su desarrollo económico, político, social y cultural es claro. Por un parte, el futuro del entorno depende directamente de los profesionales y actores que ésta forma en sus aulas; por otra parte, la Universidad está llamada a ser un referente para la Sociedad, un actor social llamado a promover el crecimiento y el desarrollo de su entorno, a crear Capital Social, a vincular sus estudios y la formación de sus estudiantes con la realidad social y profesional del exterior, y a hacer el conocimiento accesible a todos (Consejo Social - Universidad de Huelva, 2009).

Indudablemente coincide con que el nuevo paradigma de la responsabilidad social exige a la universidad dilucidar el enfoque de la ‘proyección social y extensión universitaria’ como acciones bien intencionadas

a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la RSU. La verdad es que todos los líderes que hoy gobiernan las instituciones públicas y privadas que dirigen estas instituciones educativas, generalmente dejan de lado esa responsabilidad propia de sus instituciones, motivadas por intereses distintos a la que compete a la universidad, perdiéndose el sentido de responsabilidad. Compete en esta parte, resaltar que “esa crisis del saber tecnocientífico hiper especializado (fragmentado) y su ceguera crónica concerniente a los efectos globales que engendra por un lado, y la crisis social y ecológica mundial por otro lado” que resalta Valleys, tiene que comprometer a la universidad hacia una necesaria reforma y revolución de responsabilidad social, para que esta actividad no sea una acción momentánea para “la fotografía”, sino que debe implicar una profunda reflexión acerca de la real producción del conocimiento “a través de la investigación científica y la formación profesional de líderes en la era de la ciencia” (Vallaes, 2018).

#### **2.2.10. La RSU en la UNDAC**

Si es la universidad la que debe proporcionar las herramientas necesarias para afrontar temas morales y de injusticia social, las universidades tienen ciertos prejuicios propios del statu quo en que se detuvieron. El desinterés del mundo que está más allá de sí misma por la desconfianza generada en los años en que no contribuyó con la sociedad, hace que la imagen y los impactos sean negativos, como también que a la inversa, hay quienes quieren hacer todo al mismo tiempo y cambiar el mundo en un solo intento, no reconociendo que la universidad debe invitar a la reflexión y planificación para la ejecución de actividades muy bien coordinadas. En ese sentido, se descuida en la atención del

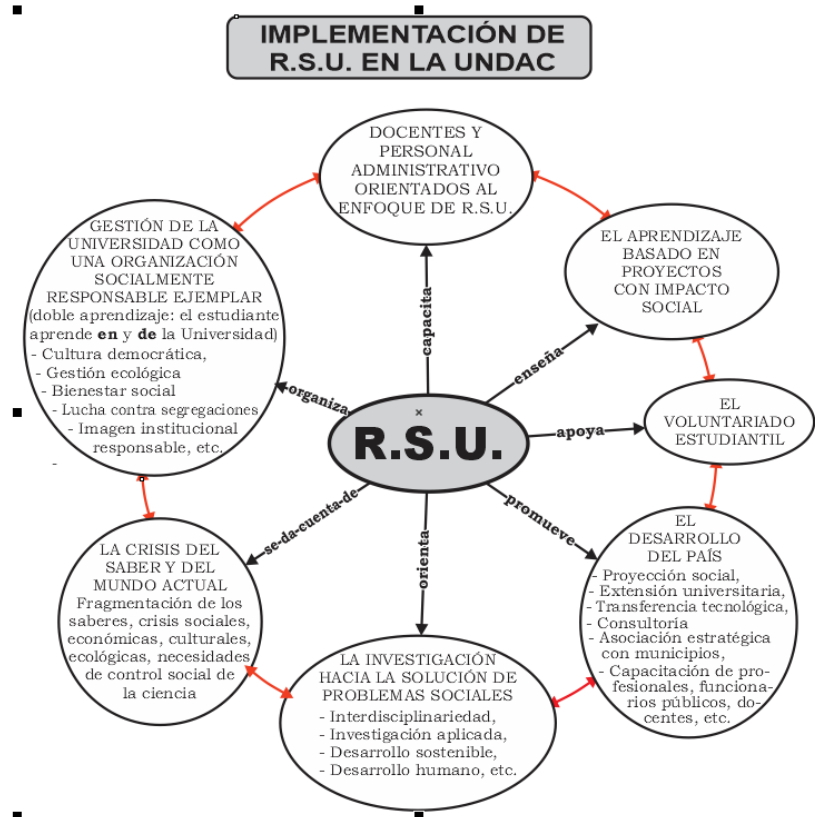
perfil de egresado, de ese alguien que debe ser capaz de reconocer la importancia de los temas sociales, para sí mismo y para su entorno. Chuaqui (2012) (p. 2).

En el caso particular de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, se observa apriorísticamente que existe una marcada carencia y distante de la realidad actual en lo que concierne a la responsabilidad social universitaria. Ésta adolece de un programa coherente de responsabilidad social universitaria, tomándolo desde la perspectiva de la competitividad de los docentes, la organización de los programas de estudios, donde no evalúan sus planes curriculares con fines de mejora, la investigación científica que no concatena los esfuerzos del estudiantado con los docentes investigadores, las unidades de investigación no articuladas con los institutos de investigación, entre otras carencias.

De otro lado está la preservación del medio ambiente, sin la planificación adecuada y con trabajos aislados o la imagen institucional decaída por las actitudes y comportamientos de los docentes, a lo que contribuye la deficiente infraestructura virtual y física con equipamiento insuficiente y no planificado. Si a esto se suma la labor administrativa o de gestión, es claro advertir que no se percibe, al menos por ahora, el cumplimiento de la responsabilidad social universitaria pese a que su documento de gestión, ha considerado la creación de la oficina de RSU, dependiente de la alta dirección, lo que no se cumple de ninguna forma.

En la mayoría de facultades de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, no existe una maduración del concepto de responsabilidad social universitaria durante la formación académica de sus alumnos.

## 2.2.11. Modelo de implementación de R.S.U. en la UNDAC



(Dirección de RSU-UNDAC)

### Foro de Responsabilidad Social Universitaria, UNDAC, 2018

En el 2018, en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión se realizó un evento que congregó a autoridades, docentes y estudiantes, donde se debatieron los conceptos sobre la responsabilidad social universitaria y entre las reflexiones que se generaron en la discusión un decano asistente al acto se preguntó: ¿qué viene a ser responsabilidad social?, a lo que de manera incipiente se respondió que la RSU en la universidad es la formación de “ciudadanos responsables con su entorno, generador de ideas creativas y comprometidas para ayudar a solucionar problemas sociales y ambientales. Si desde ese punto de vista decimos que es el papel de la universidad, entonces, ¿qué hacemos nosotros como universidad ahora para solucionar los problemas sociales y

ambientales?

La autoridad entonces, reconoció que durante la vigencia de la ley universitaria N° 23733 derogada, la universidad poco o casi nada ha desarrollado para cumplir con su compromiso de proyección social y extensión universitaria, ¿por qué?, “porque nuestra relación universidad-comunidad, nunca lo hemos desarrollado en los 33 años de existencia que ha tenido esta ley universitaria 23733”. Resalta luego que desde el año 2014 se tiene la nueva ley universitaria pero no define exactamente lo que significa la RSU refiriendo:

(...) tenemos una nueva ley universitaria que es la 30220, que ya no nos habla de la proyección y de la extensión, sino nos hablan de la responsabilidad social universitaria, ya lo han escuchado a mis colegas decanos sobre la responsabilidad social (sic.) (Cóndor, 2018).

Durante el mismo Forum, el Decano de la facultad de Ciencias Empresariales, sostuvo que:

(...) cada carrera profesional tiene su naturaleza y tiene su alcance que puede significar con respecto a la responsabilidad social, yo creo que el tema es siempre controversial y creo que este escenario es propicio de ir encaminando con claridad para que todos los colegas, estudiantes, podemos entender de que la resolución de los problemas no solamente es de una carrera, sino requiere la participación de todas las carreras que puede estar ofreciendo la universidad (...) dentro de esa connotación, creemos de que ésta va ser la oportunidad para crear responsabilidad social en algunos aspectos de forma integral, creo que esta oportunidad también vale para hacer una reflexión, la responsabilidad social parte de



uno mismo, tendríamos que preguntarnos como alumnos y docentes ¿soy responsable al compromiso que tengo con mis padres?, ¿soy responsable en relación a mi entorno con mis hermanos?, ¿a qué he venido a la universidad?, ¿cuál es mi misión? y tiene que tener trascendencia y tiene que existir interrelación personal. En nuestro país es lo que (hace) falta, tenemos organizaciones formales pero desarticulados, disociantes y fragmentados, muchas veces nos vamos a la emisora y criticamos a nuestra universidad, es como que yo al vecino le digo mi papá se porta de tal manera y no me hace caso, creo que este escenario es el que nos va a permitir hacer una reflexión que la responsabilidad social parte de nosotros y vamos a contribuir en el futuro a Pasco y a la nación (Espinoza, 2018). [Traducción de audio...].

En otro momento del evento, Torres, (2018), docente encargado de la Unidad de Responsabilidad Social de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, remarcó que si bien es cierto que la Constitución Política del Perú de ahora y las anteriores, refieren que “todos somos iguales ante la ley en forma legal, también dice que no debe haber discriminación, no debe haber exclusión de ninguna clase en cuestiones económicas, ideológicas etc. (...) Reflexiona asimismo que cercano al bicentenario, apareció el concepto de la responsabilidad social y se pregunta: ¿el estado del Perú, nuestro estado estará cumpliendo su responsabilidad social frente a nuestra sociedad?, creemos que no o casi nada, asegura que ya se amplió la pobreza extrema (...) prosigue que “frente a esto aparece la responsabilidad social universitaria, que dice claramente: la responsabilidad social, Art. 124, es la gestión ética y eficaz...”, pregunta a los asistentes si son conscientes lo que vive

actualmente el país en cuanto a la administración de justicia, a lo que se responde que “estamos viviendo una situación muy preocupante” (Torres, 2018) [Traducción de audio...] lo que difiere del análisis y debate que debió establecerse en cuanto a la responsabilidad social universitaria; similar postura tuvieron los participantes al evento académico.

### **Imagen institucional**

El concepto general que se maneja acerca de la “imagen” es el que se conoce como “el perfil que representa a determinada personalidad”, desarrollado con cuidado desde sus rasgos individuales hasta la construcción de una imagen deseada con fines de posicionamiento y ser reconocida por el entorno social. De ahí que la imagen no solo está relacionada con el perfil de las personas, sino que, además, en el mundo contemporáneo involucra a organizaciones, empresas o instituciones de toda índole, que han visto en la imagen, una representación del concepto cómo lo identifican en la sociedad.

El perfil deseado se construye desde la identidad institucional, contribuyendo para ese logro, la realidad interna y externa de la organización, sin descuidar las características comunicativas a nivel de personas y grupos de personas, que van forjando una identidad que es el “sello” que debe identificar a la institución, entendida como un “conjunto de características que se mantienen en el tiempo, centrales y distintas, con las que la misma institución se autoidentifica y se autodiferencia” de las demás y que gracias a esa identidad o imagen, suelen tener éxito en las ventas o servicios que ofertan, si se trata de la imagen corporativa, mientras que las organizaciones de distinta naturaleza, pugnan por construir esa imagen, partiendo desde “la apreciación que la persona tiene en referencia a una institución, basándose en sus creencias, historia,

valores, filosofía y cultura, al lograr la identificación de los colaboradores con la institución ellos están dispuestos a brindar lo mejor de sí” (Capriotti, Paul, 2013).

Son muchas las ideas que han surgido respecto a la imagen que irradia un grupo organizado a la que se la ha llamado ‘imagen institucional’, ‘imagen corporativa’ o ‘imagen de empresa’ y sin duda es la percepción que sobre esa entidad tiene su grupo objetivo, mediante la cual éste le otorga una identidad. Ese conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como suelen ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes y otras características, son las que le dan una identidad, la que bien definida es su “carta de presentación” ante la opinión pública, dependiendo de esa imagen tendrá el reconocimiento y posicionamiento esperados. La imagen institucional, sin embargo, está supeditada a que las actividades u omisión de acciones de la entidad, define la apreciación de la opinión pública, pudiendo ser negativa o buena imagen en el concepto común de la gente (Imagen pública, Admon).

### **Imagen institucional: fundamentos epistemológicos**

Desde la concepción epistemológica, en la práctica, la imagen institucional es equivalente a la imagen corporativa, porque se emplea indistintamente ambos términos, diferenciados solamente por la nomenclatura con la que identifican a su área o personal encargado de manejar la identidad empresarial. La imagen corporativa, sin embargo, tiene la ventaja de haber sido acuñada internacionalmente habiendo logrado un ‘posicionamiento en la mente europea y norteamericana’, la imagen no es lo que la institución cree, sino lo que el cliente cree o siente hacia la institución, conseguido a partir de su

experiencia, observación y trato recibidos, formándose un concepto bueno o malo de esa organización, porque toda institución transmite una imagen, aunque no lo quiera y no lo sepa, por lo tanto, la imagen institucional es el resultado fáctico de la interacción de esas experiencias, creencias, sentimientos, conocimientos e impresiones que la gente tiene respecto a una compañía o institución; y es muy probable que sean más subjetivas que objetivas (Trelles, 2011).

Siendo así, la imagen es concebida como el conjunto de significados por lo que se llega a conocer un objeto, a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. “Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre un objeto tiene una persona” (Dowling, 1986 citado por Trelles, 2011, p. 40).

Lo primero que se debe analizar cuando de imagen institucional se habla, es su carácter intangible, su inmaterialidad y por ende, lo subjetivo de su conformación. Se puede decir que una Imagen positiva es una de las condiciones fundamentales para el éxito empresarial, pero es algo sutil sobre la que se tiene un control limitado, “porque nace en la mente de los públicos y se va construyendo gracias a una multiplicidad de actos que esa empresa protagoniza”, esto significa que el protagonismo en la construcción de la imagen institucional lo tiene, en última instancia, el público y no la institución, no se puede imponer la buena imagen si no se cumplen determinadas acciones que vayan a satisfacer a los públicos. La imagen hay que entenderla como una globalidad, como la suma de acciones que satisfagan a los usuarios de una institución, en la cual la importancia de cada uno de sus componentes, considerados uno a uno, se diluye en comparación con el valor que alcanza la

integración de todos ellos en una suerte de gestión corporativa.

El concepto Imagen proviene del latín “imago” que significa imagen mental o representación mental ligada a lo imaginario o a la memoria, pues está ante un campo sumamente amplio, donde dicho elemento asume múltiples aristas y concepciones, por lo que es necesario asimilar de él lo objetivamente necesario, (Costa, 2011), asintiendo que de por sí, que la organización no puede crear una imagen, sino que es el público, capaz de hacerlo, al seleccionar de manera consciente e inconsciente, las impresiones en que basa su propio concepto o sus ‘propias conclusiones’. La imagen no es lo que la organización cree sino lo que el público cree de la organización (...) todo ello a partir de su experiencia y observación” (Puñales, 2005 (p.18).

En tal sentido, la Institución solo tiene la facultad de trabajar sobre la base de sus funciones y su accionar ante sus públicos internos y externos, optimizando un favorable proceso de comunicación, para tener el control de la información que comparte y la interrelación con los públicos: “la cuestión radica entonces, en la forma de orientar o guiar la percepción del público para que la imagen que se forma por sí mismo, guarde relación con la identidad de la organización” (Ibídem).

Sobre el tema, Melina Caruso, plantea que cuando se aborda la imagen corporativa de una empresa no debe hacerse referencia solo a la figura material que representa esa compañía (un símbolo, un logotipo) o a su recuerdo visual, sino a la imagen mental global que se genera en los públicos, remarcando además que:

...en la construcción de dicha imagen, está en juego otro grupo de

elementos, además de los puramente icónicos o simbólicos, y entre esos elementos se tienen a las experiencias previas o de contacto inicial que tuvo con la organización, el contexto general y específico en los que se desenvuelve y toda otra información que vaya acumulando sobre la empresa. La figura material representa sin lugar a dudas, a la identidad cultural o personalidad de la empresa, pero no construye su imagen, es decir, es un instrumento que tiene la organización, para intentar influir en la imagen de la empresa, pero no la imagen corporativa” (Caruso, 2005).

Con los conceptos de autores que trataron acerca de la imagen institucional y que tienen coincidencias, se define como que es la representación mental que los públicos de interés, tanto internos como externos, poseen de una organización determinada; como resultado de interacciones mutuas traducidas en experiencias, ideas y sentimientos, transmitidos mediante la comunicación que realiza la misma, de sus atributos de identidad. Es preciso conocerla, investigarla y en consecuencia, planificar la comunicación, según los objetivos de imagen que se definan en el proceso de construcción de la imagen de una institución.

### **La Imagen Interna**

La imagen interna está relacionada con las representaciones compartidas por los miembros de una organización, sobre sus cualidades y potencialidades en su entorno. Esta imagen expresa la situación de la organización, transmite su cultura organizacional, la planificación y gestión del talento humano; este último término acuñado para referirse al personal que realiza labores en la empresa, que antes se conocía como ‘recursos humanos’ además del clima organizacional,

(Villafañe, 2007), (Costa, 2011) y precisamente es aquí, donde la comunicación interna se convierte en un instrumento estratégico para resolver las inquietudes y necesidades del personal o de los usuarios, potenciando el sentimiento de pertenencia hacia la organización, sin olvidar que también ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor. Es imprescindible para las instituciones que su público interno tenga un criterio compartido, así como bien definida la idea de quiénes son y qué hacen. Lo que el trabajo corporativo no podrá conseguir nunca, es crear una imagen de algo que no existe, por ello, siempre debe basarse en la Identidad propia de la organización.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **Responsabilidad social universitaria**

Bajo este nuevo paradigma, la universidad debe tratar de superar el enfoque de la "proyección social y extensión universitaria" como "apéndices" bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la responsabilidad social universitaria, todo parte de una reflexión de la institución académica sobre sí misma en su entorno social, un análisis de su responsabilidad y sobre todo de su parte de culpabilidad en los problemas crónicos de la sociedad (Vallaes, 2018).

La responsabilidad social universitaria es un tema que involucra a todas las instituciones de educación superior pues son las encargadas de formar individuos con pensamiento crítico que puedan contribuir al desarrollo de una sociedad más equitativa y justa (Grimaldo, 2015).

#### **Responsabilidad social**

La RS, es la sensibilidad que debe tener y aplicar cualquier organización respecto a las necesidades de su entorno y de la sociedad en general, se define como el “comportamiento que trata de alcanzar un nivel acorde con las normas, valores y expectativas sociales”. La Responsabilidad se interpreta en clave de acción social y se manifiesta, bien en un informe específico, o bien mediante la creación de una Fundación (Benavides, et al., 2012).

### **Responsabilidad social corporativa**

Definida como el “conjunto de políticas, decisiones, acciones y programas que a corto, mediano y largo plazo, conforman la respuesta que ofrece la empresa ante las demandas y exigencias de sus correspondientes grupos de interés, con el fin de incrementar el valor de marca y la reputación”, el concepto aparece definido como las “exigencias ético-sociales y medio ambientales inherentes a su actividad, que la empresa descubre en su relación con el resto de participantes y que incluye, en sus valores corporativos, estrategias y operaciones”. La RSC afecta a la comunicación de las grandes organizaciones empresariales tanto en su significado como en su contenido y para algunos autores se identifica como una actividad propia de las relaciones públicas (Benavides, Fernández & Urtiaga, 2012).

### **Responsabilidad social empresarial (RSE)**

Se identifica este concepto con el de la cita anterior, y la definen como un conjunto de prácticas que abarca tres niveles: económico, legal y moral. La responsabilidad social empresarial, se basa en la relación entre el horizonte moral de la legitimación y las acciones que la empresa pueda realizar. Los textos institucionales de formalización de la RS definen la RSE, como la integración



voluntaria, por parte de la empresa, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Ibídem, 2012).

### **Sostenibilidad**

Nuevo paradigma económico respetuoso con los valores sociales y medioambientales que se fundamenta en el mejor desarrollo de la sociedad actual y futura. El concepto involucra a gobiernos, empresas, públicas y privadas, como a los individuos y a la sociedad en su conjunto. Los actuales retos de la sociedad implican una gestión responsable por parte de las empresas, las cuales adoptan el modelo de responsabilidad social empresarial directamente relacionada con el concepto de sostenibilidad. Tiene implicancias directas en las formas de comportamiento empresarial, institucional e individual, cuya finalidad principal es generar rentabilidad, bienestar y un impacto positivo en el entorno social y medioambiental, bajo este concepto de desarrollo sostenible se otorga especial importancia al Gobierno Corporativo, cuyos líderes deben destacar por su integridad y visión a largo plazo. También se presta especial atención a los *stakeholders*, como parte de la responsabilidad permanente de la organización con cada grupo de interés, mediante planes y acciones específicas. (Ibídem, 2012).

### **Transparencia**

La transparencia se define como la “información adecuada, fiel y contrastada”, además, se indica que con la transparencia no sólo se persigue cumplir las obligaciones derivadas de la regulación del mercado, sino también responder a las necesidades y exigencias de los grupos de interés. Expresión

clara y permanente del comportamiento de una empresa en lo que respecta al cumplimiento de todos sus objetivos y relaciones con sus grupos de interés (Ibídem,2012).

### **Institución**

Se define así a cualquier tipo de personas organizadas, que implica relaciones estables y estructuradas entre ellas, cuya finalidad es la de cumplir una serie de objetivos, funciones, fines y metas. Una institución se rige por normas internas y externas, sus componentes tienen hábitos y costumbres, abarcando desde unas pocas personas hasta miles de individuos, según el alcance que tenga, donde sus miembros están interrelacionados con una cultura común, que comparten ciertas ideas y valores que los motivan a formar parte de ella. Las instituciones pueden ser formales o informales.

### **Corporación**

Aunque las corporaciones no necesariamente tienen un ánimo lucro, suelen estar más asociadas a las entidades con fines comerciales, es decir, con las empresas. Una corporación como entidad formada por personas, compañías u otras personas jurídicas, puede tomar la forma de empresa, organización no gubernamental, sindicato, gremio u otra asociación similar. Los propietarios de una corporación, que son los accionistas, suelen delegar la gestión a otras personas que conforman un directorio. Así, quienes toman las decisiones sobre la corporación no son sus dueños, sino los gerentes.

### **Empresa**

Es una organización o institución dedicada a la producción o prestación de bienes o servicios que demandan los consumidores o usuarios; obteniendo de

esta actividad un *rédito económico*, es decir, una ganancia. Para el correcto desempeño de la producción estas se basan en planificaciones previamente definidas, estrategias determinadas por el equipo de trabajo. El éxito de una empresa requiere de objetivos claros y bien establecidos, además de una misión preestablecida, regida por sus políticas y reglamentos con las que se conducen. Más allá de las reglamentaciones que decidan en forma interna e informal, deberán regirse ante todo según las leyes que determinen la regulación.

### **Imagen**

El concepto de imagen tiene su origen en el latín *'imāgo'* y permite describir a la figura, representación, semejanza, aspecto o apariencia de una determinada cosa. Así es cómo, el conjunto de caracteres, atributos o acciones que refleja la persona o de alguna cosa, que queda plasmada en la representación acústica (subjetiva) del observador, formándose así la *'imagen'* como concepto de esa representación aprehendida.

### **Identidad**

Término que tiene su origen en el latín *identītas, -ātis*. Sin ser sinonimia de la imagen, está definida como el conjunto de características propias de una persona o un grupo que permiten distinguirlos de manera única de los otros. Para el estudio, la identidad debe entenderse como el concepto que tiene una persona o un colectivo sobre sí mismo en relación a otros estando premunida además de información o datos que las identifica y las distingue oficialmente frente a otras personas o grupos de individuos que ha forjado su identidad.

### **Imagen institucional**

La imagen institucional, es la representación mental, en el imaginario

colectivo de un conjunto de atributos, valores y acciones, que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad. La imagen institucional, es un efecto de causas diversas: percepciones, inducciones, deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos, que de un modo u otro directa o indirectamente, son asociados entre sí (lo que genera el concepto de la imagen) y con la institución, que es su elemento inductor y capitalizador (Costa, 2011)

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social universitaria, está relacionada significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social universitaria, no está relacionada significativa-mente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

**a)** La investigación científica se relaciona positivamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**b)** La proyección social se relaciona favorablemente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**c)** La gestión universitaria se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

## **2.5. Identificación de variables**

**Variable X:**

Responsabilidad Social Universitaria

**Variable Y:**

Imagen Institucional

## 2.6. Definición operacional de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
<b>Responsabilidad Social Universitaria</b>	Se define la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) como los impactos que genera la organización en su entorno humano, social y natural, que se orienta hacia el mejoramiento de las actividades de servicio de la universidad latinoamericana del siglo XXI, nacida para afrontar las nuevas realidades y amenazas de la región. En ese sentido, la responsabilidad social universitaria, concebida como un nuevo paradigma que debe implementarse para logros cualitativos en la vida institucional, aún no ha alcanzado su plenitud de concepción por las divergencias de entendimiento existentes, lo que implica que falta definirla y comprenderla en su real significado. De los conceptos basados en la RSU, se pueden apreciar importantes enfoques de líneas de acción universitaria basadas en la actividad académica, investigación científica, proyección social y gestión institucional. (Ayala, 2011)	La responsabilidad social universitaria se midió bajo tres dimensiones principales: investigación científica; proyección social y gestión universitaria. Cada una de ellas con sus propios indicadores con los que se elaboró el instrumento con escala de Likert, constituidos por 14 ítems en su Vx y 10 ítems en la Vy.  Escala:  (1) Nunca, (2) Casi nunca. (3) A veces, (4) Casi siempre, (5) Siempre.	<b>Investigación científica</b>	• Aplicada	Ordinal Likert
				• Transferencias tecnológicas	
				• Formativa	
			<b>Proyección Social</b>	• Programas de proyección	
				• Extensión universitaria	
				• Difusión mediática	
			<b>Gestión Universitaria</b>	• Gobernanza	
				• Ejecución presupuestal	
				• Gobernabilidad	
				• Gestión académica	
				• Recursos humanos	
				• Infraestructura	
<b>Imagen Institucional</b>	La imagen institucional o corporativa, está definida como un esquema de percepciones y creencias que los públicos tienen de una organización, a partir del cual decidirán una conducta en función de su percepción de la realidad. Para algunos autores, esta percepción se organiza como una estructura, representación o un esquema mental integrado por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para diferenciar e identificar una institución de las demás. (Benavides, J., Fernández, J. L., & Urriaga, A. 2012).	Es un perfil con personalidad propia que será cuidadosamente analizado y creado, respecto a un individuo, organización, institución, servicio o producto, con tres elementos de información donde los responsables de su gestión, construyen la imagen institucional: la identidad institucional, la comunicación y la realidad institucional. (Capriotti, P. 2013).	<b>Identidad institucional</b>	• Filosofía institucional	Ordinal Likert
				• Concepto exógeno	
			<b>Comunicación institucional</b>	• Comunicación interna	
				• Relaciones públicas	

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de investigación**

La investigación fue básica de nivel correlacional – descriptivo. La medición del nivel de asociación de las variables se estableció mediante el coeficiente de correlación de Pearson, mientras que para la prueba de hipótesis se empleó el estadístico Chi cuadrado.

#### **3.2. Nivel de investigación**

El nivel de la investigación responde al correlacional lineal, debido a que este tipo de estudios determinan el nivel de asociación entre las variables en estudio.

#### **3.3. Métodos de investigación**

##### **Método General**

Como método general se aplicó el método hipotético deductivo. Este método llamado también científico, se sustenta en que el estudio parte desde la observación del problema, para luego, aplicando los instrumentos de investigación se recolecten datos empíricos, con los que se construyen las

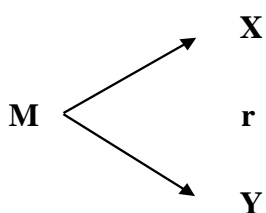
hipótesis. Estas hipótesis, siguiendo el método de estudio merced a la teoría popperiana, fueron contrastadas siendo falsadas o confirmadas como se muestra en el capítulo de resultados.

### **Métodos específicos**

Para la construcción del corpus teórico e interpretación de resultados, se emplearon los métodos descriptivo y analítico, que permitió resumir la información literaria y datos sensibles obtenidos con la aplicación del instrumento de estudio, partiendo desde la concepción del problema hasta inferir la relación que tienen las variables estudiadas, que arrojan conclusiones que podrán ser tomadas en cuenta por la institución estudiada para incorporar correcciones en su organización.

### **3.4. Diseño de investigación**

El diseño responde al estudio no experimental con esquema relacional – analítico orientado a la medición del grado de asociación que tienen las variables y representado gráficamente de la siguiente manera:



#### **Donde:**

**M** : es la muestra de investigación

**X** : es la variable a relacionarse

**Y** : es la otra variable en estudio

**r** : es la relación entre ambas variables

### **3.5. Población y muestra**



### 3.5.1. Población

Conformada por una cantidad indeterminada de usuarios de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

### 3.5.2. Muestra

El tamaño de la muestra en el que se aplicó la encuesta fue de 384 unidades que se obtuvo a través de una ecuación estadística, teniendo en consideración que el margen de error dispuesto a aceptar fue de 5% con un nivel de confianza del 95%, bajo los parámetros de la fórmula:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

## 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En relación a la naturaleza y estructura de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos:

TÉCNICA	INSTRUMENTOS	FINALIDAD
▪ Encuesta	▪ Cuestionario para medir la responsabilidad social universitaria	La aplicación de la técnica e instrumentos, permitió recolectar información para su análisis e interpretación sobre la relación de la responsabilidad social universitaria con la imagen institucional de la Universidad.
▪ Encuesta	▪ Cuestionario para medir la imagen institucional.	

### 3.6.1. Técnicas

La técnica de estudio para el acopio de información empleada en la investigación fue la encuesta.

### 3.6.2. Instrumentos

En la investigación se aplicaron como instrumentos, dos cuestionarios de encuesta. El primero con 14 ítems para medir la variable responsabilidad social universitaria y el siguiente con 10 ítems para determinar la segunda variable. Ambos instrumentos están formulados con 5 niveles de la escala de Likert.

### 3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

#### Validación:

Para el presente estudio, la validez de los instrumentos se hizo a través de Juicio de Expertos cuyo resumen se muestra en las siguientes tablas. Las seis fichas de evaluación suscritas por los expertos en educación, se muestran en el anexo N° 01 del informe.

*Validez de contenido del cuestionario  
Variable: Responsabilidad Social Universitaria*

<b>N°</b>	<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	<b>Grado académico</b>	<b>dictamen</b>
01	SURICHAQUI HIDALGO, Werner	Doctor	Excelente
02	SUDARIO REMIGIO, Oscar	Doctor	Excelente
03	PUJAY CRISTÓBAL, Oscar Eugenio	Doctor	Excelente

*Validez de contenido del cuestionario*  
*Variable: Imagen Institucional*

N°	Apellidos y nombres del experto:	Grado académico	dictamen
01	SURICHAQUI HIDALGO, Werner	Doctor	Excelente
02	SUDARIO REMIGIO, Oscar	Doctor	Excelente
03	PUJAY CRISTÓBAL, Oscar Eugenio	Doctor	Excelente

**Confiabilidad:**

La confiabilidad con niveles de ,929 y ,918 para cada variable fue determinada mediante el Alfa de Cronbach y comparada con los valores y niveles de la tabla que se observa seguidamente y corresponden a un nivel alto de confiabilidad.

*Niveles de confiabilidad*

Valores	Nivel
De -1 a 0	No confiable
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.05 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1.00	Alta confiabilidad

Adaptado de Hernández, et al (2014)

**ALFA DE CRONBACH**

**VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA**

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	384	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	384	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

---

**Estadísticas de fiabilidad (RSU)**

	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
<b>,929</b>	,931	14

---

**Estadísticas de elemento de resumen (RSU)**

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N° de elementos
Covarianzas entre elementos	,535	-,161	1,154	1,316	-7,160	,047	14

---

**Estadísticas de escala (RSU)**

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
37,52	112,820	10,622	14

**VARIABLE: IMAGEN INSTITUCIONAL**

---

**Resumen de procesamiento de casos (I.I)**

		N	%
Casos	Válido	384	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	384	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

---

**Estadísticas de fiabilidad (I.I)**

	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
<b>,918</b>	,921	10

---

**Estadísticas de elemento de resumen (I.I)**

---

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N° de elementos
Varianzas de elemento	,879	,566	1,267	,701	2,237	,050	10
Covarianzas entre elementos	,463	,005	,874	,868	166,226	,035	10

---

**Estadísticas de escala (I.I)**

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
29,35	50,501	7,106	10

### 3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La información recopilada con la aplicación de ambos instrumentos, fueron tabulados en la hoja de cálculo Excel y luego transportados al SPSS – V26, para el procesamiento y conversión en gráficos y estadígrafos. Los resultados permitieron realizar el análisis e interpretación.

### 3.9. Tratamiento estadístico

Se empleó la estadística descriptiva para los análisis de las medidas de tendencia tanto de dispersión como central: desviación estándar, frecuencia, media aritmética y porcentajes que interesan consignar en la investigación. Se aplicó la estadística inferencial para esclarecer los problemas de investigación y la prueba de hipótesis. De otro lado, mediante la prueba paramétrica correlacional de Pearson, se ha establecido el nivel de asociación que tienen ambas variables

### 3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La construcción del marco teórico responde a la compilación de textos e información relevante extraída de diversas fuentes electrónicas y físicas, respetándose escrupulosamente los derechos de propiedad intelectual, siendo citados y referenciados de acuerdo a los lineamientos de la norma internacional

APA 7<sup>a</sup> edición.

La originalidad de la tesis está respaldada con la declaración jurada de autenticidad, suscrita por la autora y anexada a la presente tesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Descripción del trabajo de campo.**

La investigación fue reformulada por situaciones de la emergencia sanitaria nacional. Mediante el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM de fecha 15 de marzo de 2020, el gobierno nacional declaró el “estado de emergencia nacional por el plazo de quince (15) días calendario, disponiéndose el aislamiento social obligatorio (cuarentena), por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19”.

Consecutivamente este estado se fue prolongando a través de sendas disposiciones gubernamentales, hasta que el 18 de junio del 2021, por el Decreto Supremo N° 123-2021-PCM, se prorrogó el estado de emergencia del 01 al 31 de julio de 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. En la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión las labores son remotas en sus unidades académicas por lo que los estudiantes respondieron un formulario de encuesta on-line, mientras que los usuarios (público heterogéneo) respondieron de forma presencial. La captura

fotográfica del instrumento en formulario virtual, puede verse en el anexo N° 03.

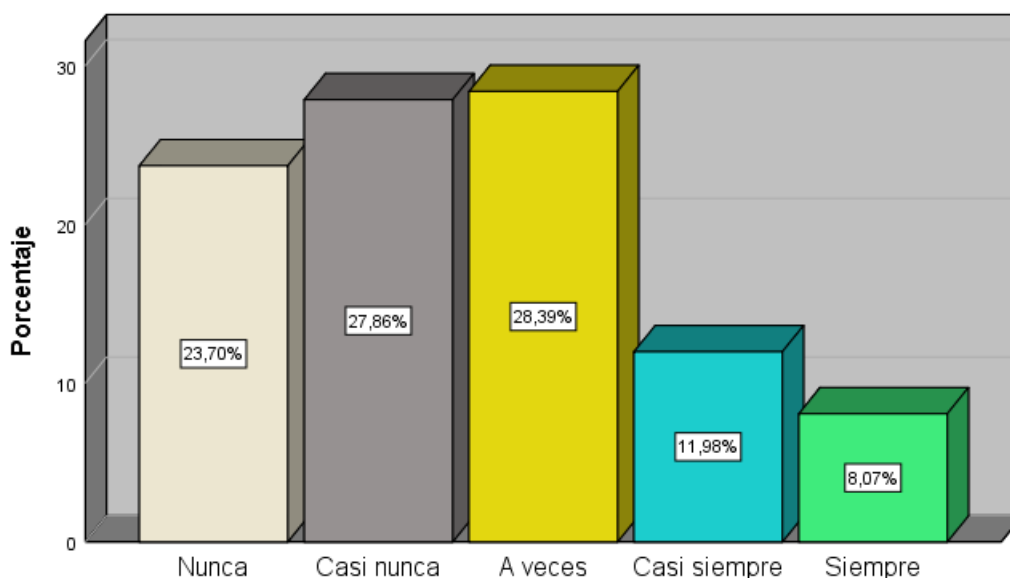
#### 4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

### RESULTADOS DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

**Tabla 1**

*¿En qué ocasiones la UNDAC tiene resultados de investigación científica aplicada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	91	23,7	23,7	23,7
	Casi nunca	107	27,9	27,9	51,6
	A veces	109	28,4	28,4	79,9
	Casi siempre	46	12,0	12,0	91,9
	Siempre	31	8,1	8,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 1**

La figura N° 01 representa el nivel más alto con 28,39%, de quienes infieren que sólo a veces la UNDAC tiene resultados de investigación aplicada,

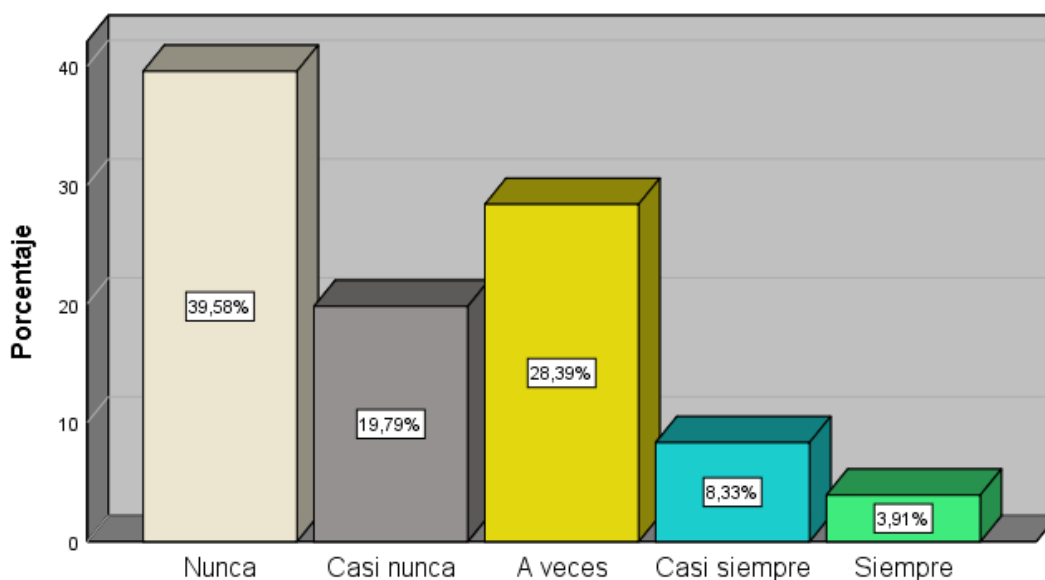


contrastando con otro nivel similar de 27,86% que refiere que casi nunca se tienen resultados en la dimensión Investigación Científica y sólo un escaso 08,07% infiere que siempre se han tenido resultados científicos en la Universidad.

**Tabla 2**

*¿Ha tomado conocimiento si la UNDAC tiene investigaciones científicas aplicadas que ayuden a solucionar algún problema del pueblo pasqueño?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	152	39,6	39,6	39,6
	Casi nunca	76	19,8	19,8	59,4
	A veces	109	28,4	28,4	87,8
	Casi siempre	32	8,3	8,3	96,1
	Siempre	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 2**

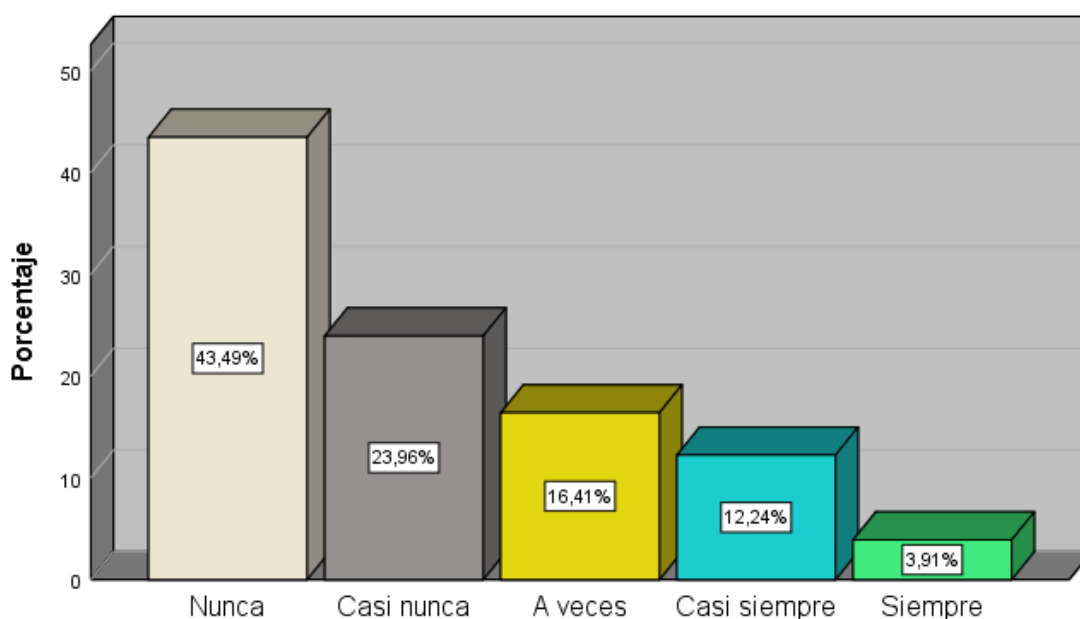
Contrastando con la figura anterior, en la presente, el 39,58 % de la

población desconoce que en la UNDAC se hayan hecho investigaciones científicas para ayudar a solucionar algún problema social del entorno. Se debe destacar que sumado al 19,79 % se tiene un nivel muy alto que responde en esa línea. Se mantiene el 28,39 % de quienes son conscientes que sólo a veces tienen conocimiento de resultados favorables en investigación.

**Tabla 3**

*¿Conoce o escuchó acerca de transferencias tecnológicas a comunidades, promovidas por la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	167	43,5	43,5	43,5
	Casi nunca	92	24,0	24,0	67,4
	A veces	63	16,4	16,4	83,9
	Casi siempre	47	12,2	12,2	96,1
	Siempre	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 3**

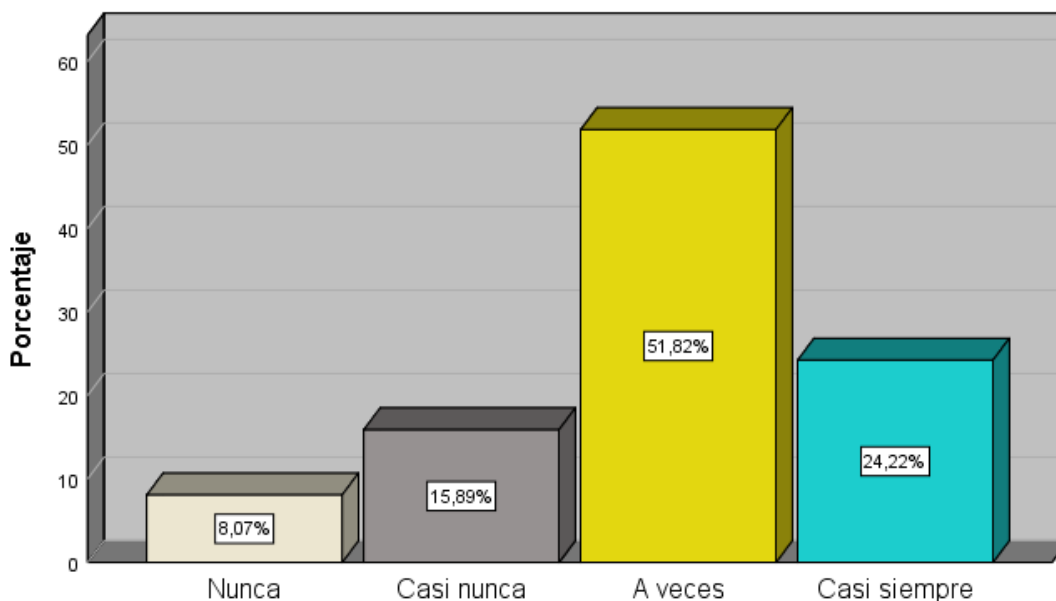
La figura N° 03, respecto a las transferencias tecnológicas promovidas

por la UNDAC a favor de las comunidades, da cuenta que el 43,49 %, un nivel alto, nunca ha tomado conocimiento de esta función de la investigación científica. Comparativamente analizando, menos del 4%, refiere que sí tiene conocimiento de esta acción.

**Tabla 4**

*¿La investigación formativa de maestros a favor de los alumnos, tiene estándares de calidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	31	8,1	8,1	8,1
	Casi nunca	61	15,9	15,9	24,0
	A veces	199	51,8	51,8	75,8
	Casi siempre	93	24,2	24,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 4**

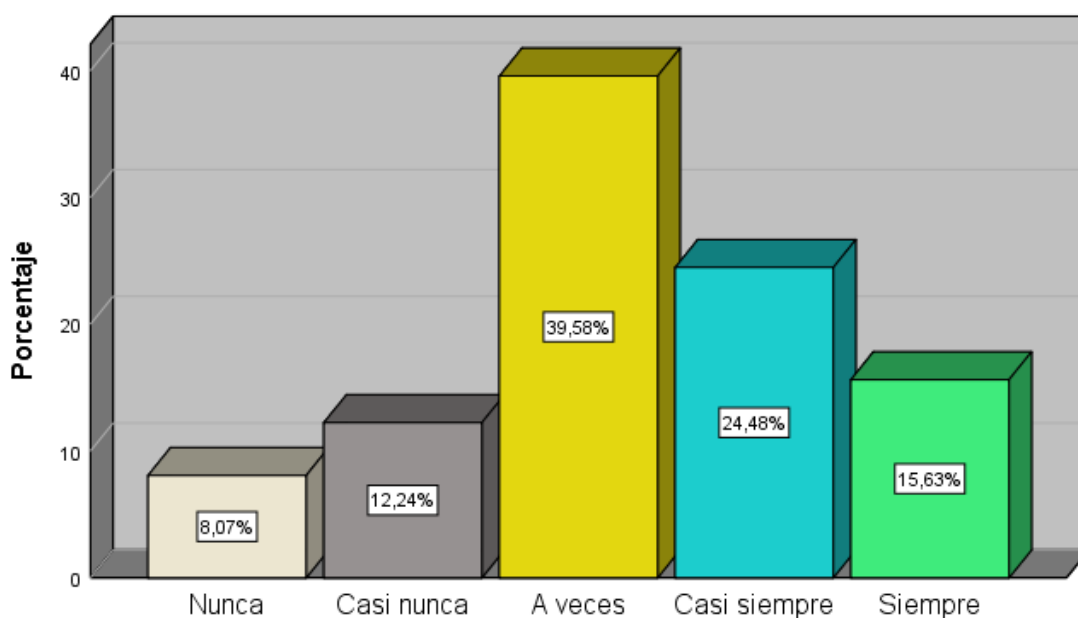
En cuanto a la formación en investigación científica, las respuestas determinan un alto porcentaje de 51,82% y 24,22% que a veces y casi siempre, respectivamente, los docentes desarrollan su cátedra con los estándares de

calidad científica. Un 15,89% respondió que casi nunca y 8,07%, percibe que, en la UNDAC no existen estándares de calidad en el dictado de cursos de investigación formativa.

**Tabla 5**

*¿El desarrollo de programas de proyección social, son recurrentes en la Universidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	31	8,1	8,1	8,1
	Casi nunca	47	12,2	12,2	20,3
	A veces	152	39,6	39,6	59,9
	Casi siempre	94	24,5	24,5	84,4
	Siempre	60	15,6	15,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 5**

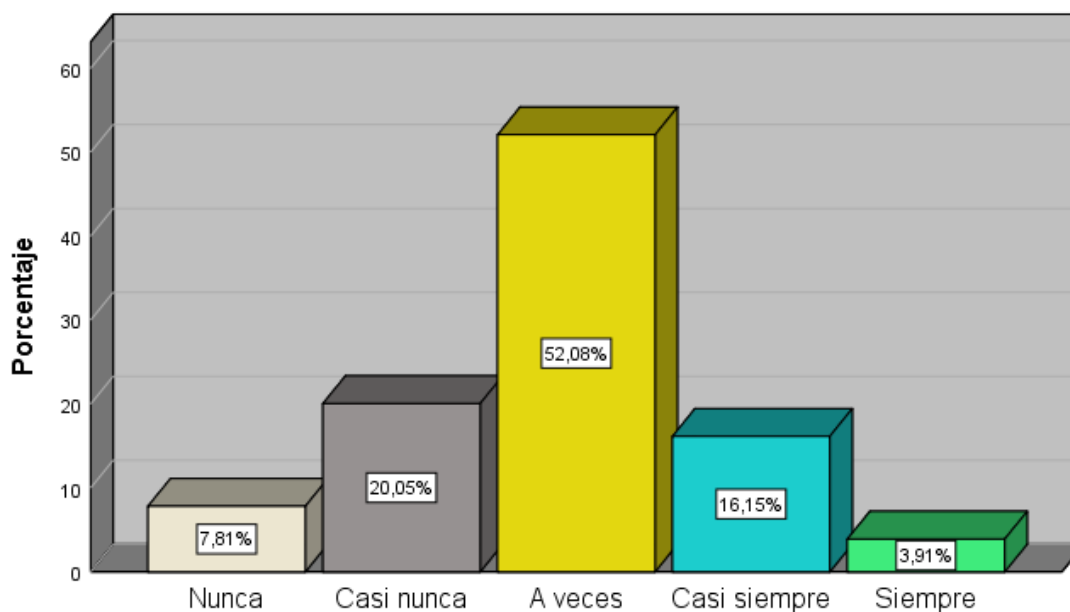
Sobre las actividades de Proyección Social como dimensión de la RSU, el 39,58% de la población, refiere que éstas a veces se ejecutan en la UNDAC,

reconociendo el 24,48% y 15,63%, que casi siempre y siempre son recurrentes dichos programas de esta función estudiantil y docente en la institución.

**Tabla 6**

*¿La extensión universitaria es realizada con criterios de inclusión social por la Universidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	30	7,8	7,8	7,8
	Casi nunca	77	20,1	20,1	27,9
	A veces	200	52,1	52,1	79,9
	Casi siempre	62	16,1	16,1	96,1
	Siempre	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 6**

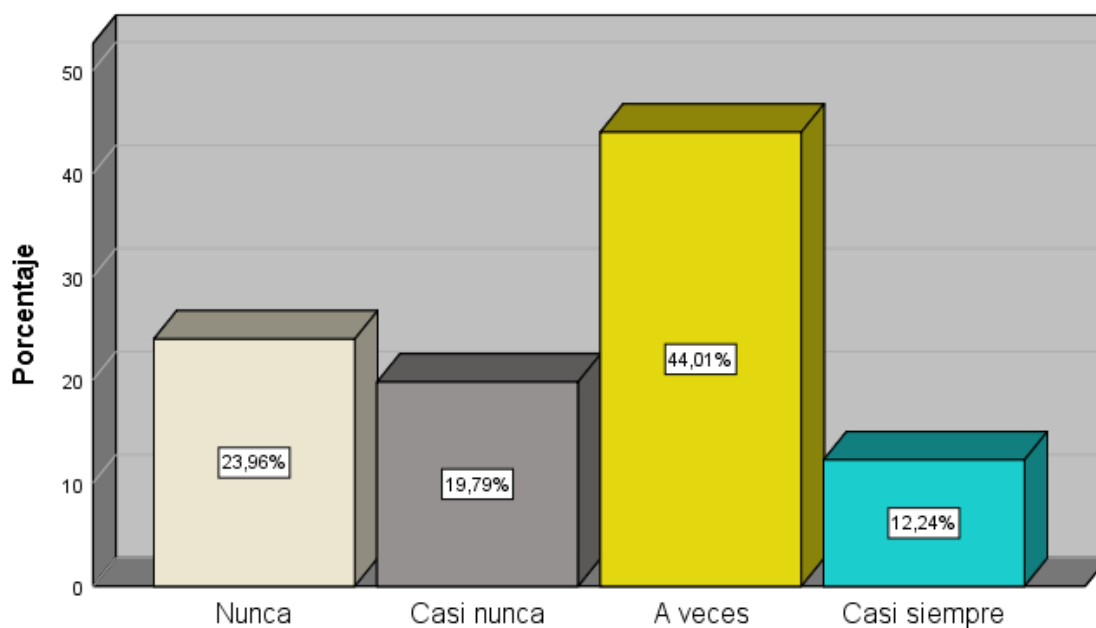
La figura 6 es una evidencia que el 52,08%, entiende que sólo a veces, los programas de extensión universitaria, se realiza con criterios de inclusión social. Sin embargo, el 20,05% dice que casi nunca con similar percepción del 16,15% que sí se realiza casi siempre. Sólo el 3,91% percibe que, en la UNDAC

siempre se han ejecutado estas actividades con criterios inclusivos.

**Tabla 7**

*¿Escuchó o escucha programas de comunicación o difusión cultural que realiza la Universidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	92	24,0	24,0	24,0
	Casi nunca	76	19,8	19,8	43,8
	A veces	169	44,0	44,0	87,8
	Casi siempre	47	12,2	12,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



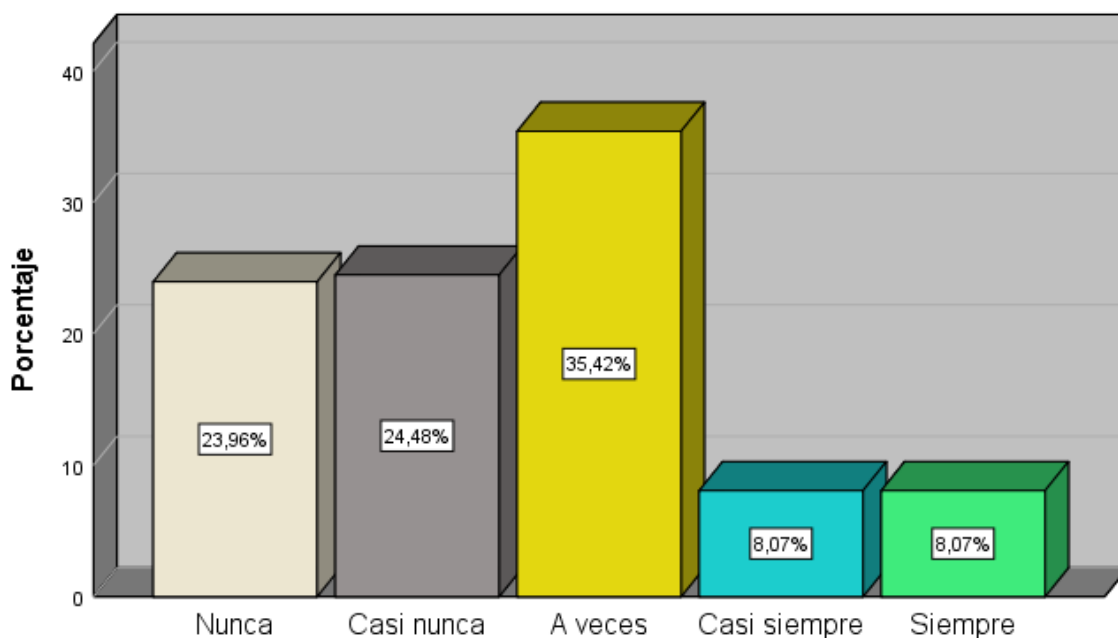
**Figura 7**

Sobre si escuchó programas de difusión cultural que realiza la Universidad, un nivel alto de la población igual al 44,01%, dijo que a veces escucha espacios informativos culturales. El 23,96% refirió que nunca frente al 12,24% que dijo que sí y casi siempre. Se debe tener en cuenta para estudios conexos de la Responsabilidad Social Universitaria.

**Tabla 8**

*¿La UNDAC, soluciona necesidades sociales a través de la proyección social y extensión universitaria?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	92	24,0	24,0	24,0
	Casi nunca	94	24,5	24,5	48,4
	A veces	136	35,4	35,4	83,9
	Casi siempre	31	8,1	8,1	91,9
	Siempre	31	8,1	8,1	100,0
	Total		384	100,0	100,0



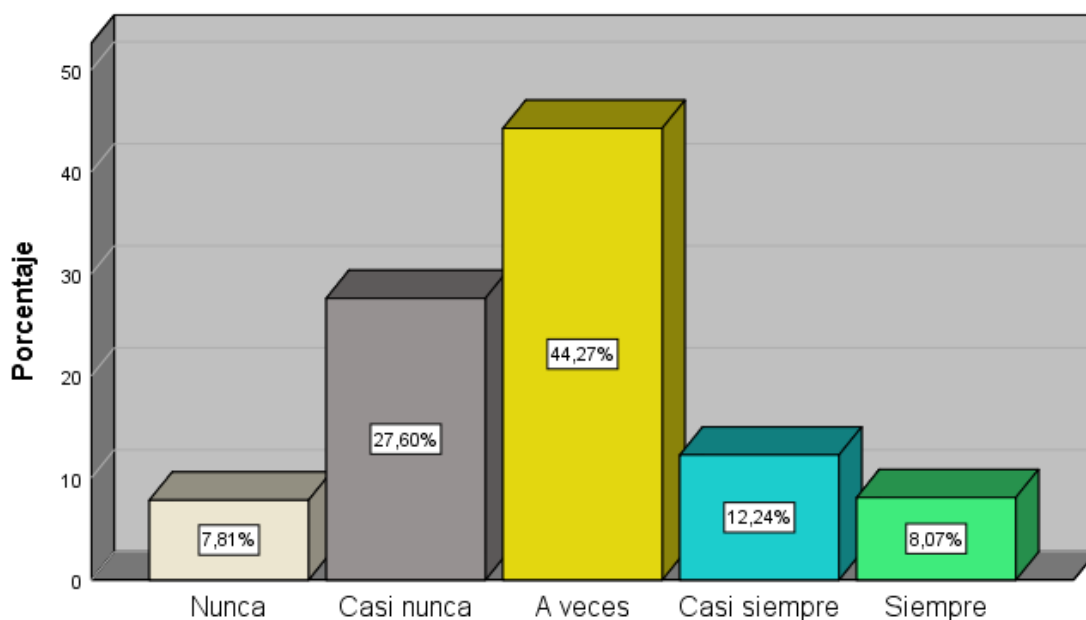
**Figura 8**

Frente a que, si la UNDAC soluciona necesidades de la comunidad a través de la Proyección Social y Extensión Universitaria, niveles iguales a 23,96% y 24,48%, refirieron que nunca y casi nunca. Un nivel alto de 35,42% dijo que sólo a veces y mínimos porcentajes acumulados de 16,14% es consciente que casi siempre y siempre es así, lo que debe considerarse para fortalecer esta dimensión de la RSU en la Universidad.

**Tabla 9**

*¿El gobierno universitario se gestiona a través de estándares de confianza?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	30	7,8	7,8	7,8
	Casi nunca	106	27,6	27,6	35,4
	A veces	170	44,3	44,3	79,7
	Casi siempre	47	12,2	12,2	91,9
	Siempre	31	8,1	8,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 9**

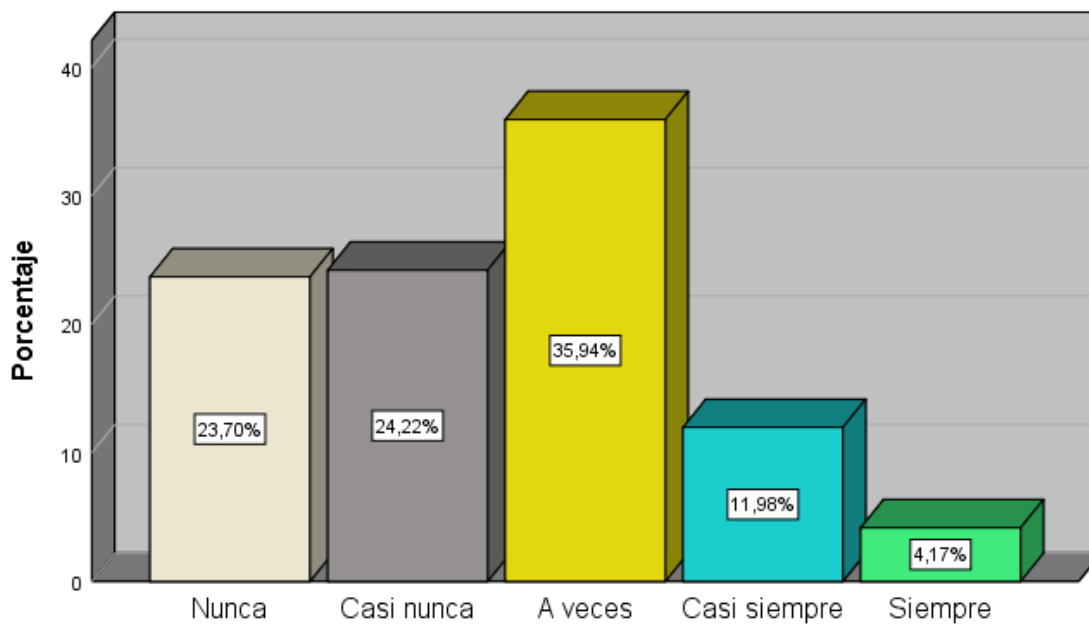
La percepción de la población sobre la gestión institucional relacionada con la gobernanza, es evidente. El 44,27% se halla en la latitud del “no compromiso” si recurrimos a la ‘Teoría del Juicio Social’. Prefirieron ubicarse en el nivel intermedio de “a veces”, de lo que se infiere que no se tiene información cabal acerca de la administración universitaria. Es preciso tener en cuenta que el 27,60%, es consciente que el gobierno de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, casi nunca genera confianza de gobierno.



**Tabla 10**

*¿La UNDAC ofrece confianza en sus usuarios a través de una adecuada ejecución presupuestaria anual?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	91	23,7	23,7	23,7
	Casi nunca	93	24,2	24,2	47,9
	A veces	138	35,9	35,9	83,9
	Casi siempre	46	12,0	12,0	95,8
	Siempre	16	4,2	4,2	100,0
	Total		384	100,0	100,0



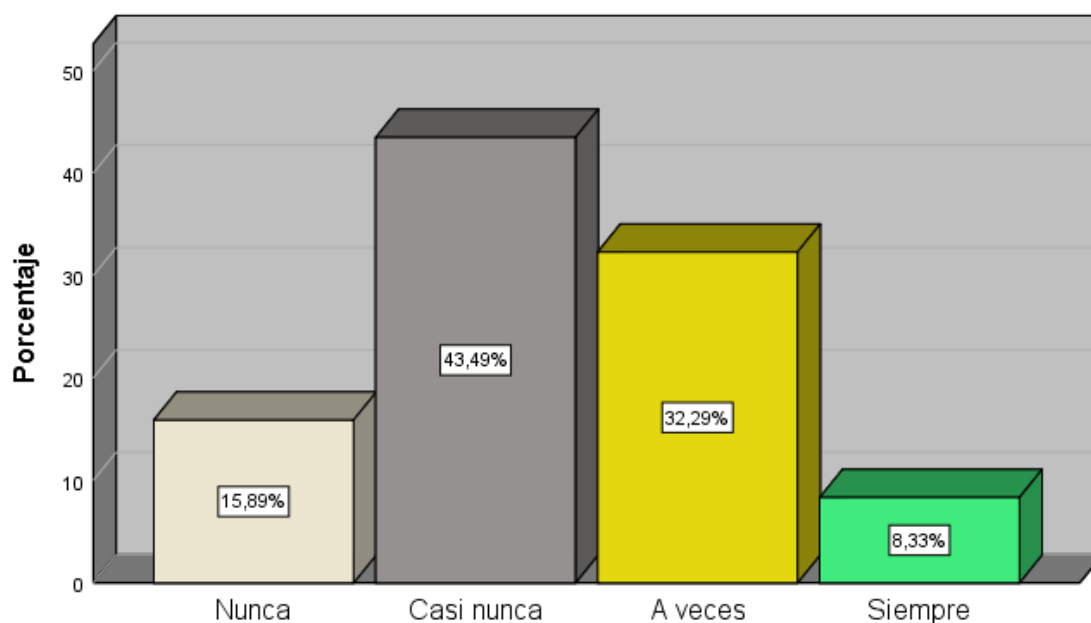
**Figura 10**

Sobre la confianza que deben tener los usuarios de la UNDAC en relación a la adecuada ejecución del presupuesto, nuevamente el “no compromiso” salta a la vista con un 35,94% que refirió sólo “a veces”. Se debe considerar un nivel alto con porcentajes acumulados de 23,70%, nunca y 24,22% casi nunca, como la opinión que tiene la población acerca de la desconfianza frente a los gastos del presupuesto institucional.

**Tabla 11**

*¿La UNDAC, se caracteriza por tener un sistema de gobernabilidad eficiente y estable?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	61	15,9	15,9	15,9
	Casi nunca	167	43,5	43,5	59,4
	A veces	124	32,3	32,3	91,7
	Siempre	32	8,3	8,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



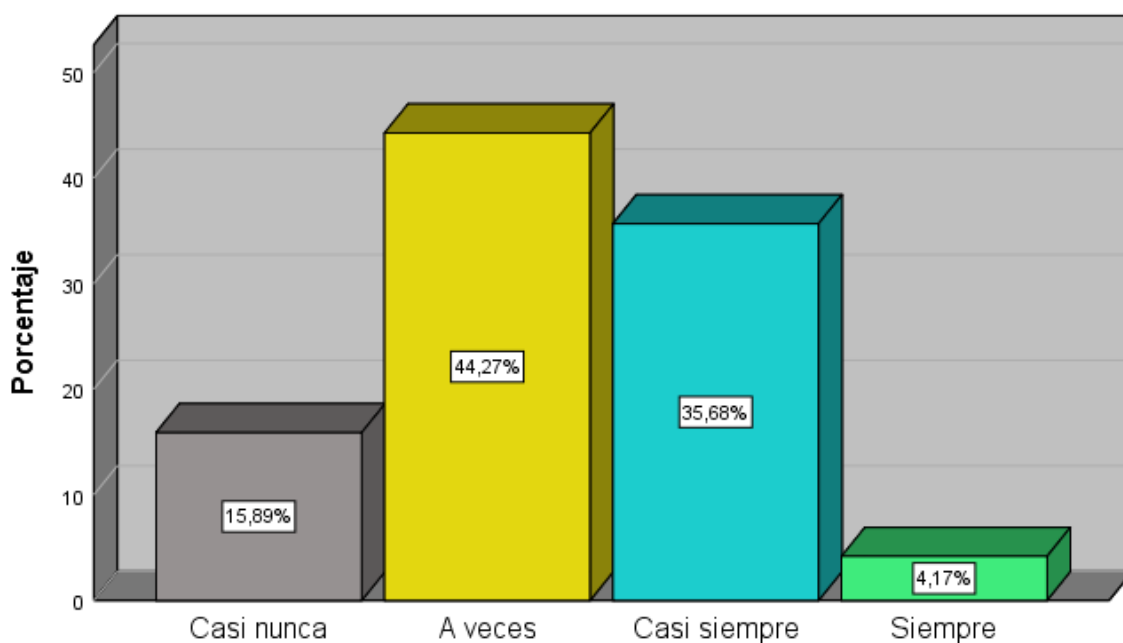
**Figura 11**

La figura 11 es patética. El 43,49%, cercana a la mitad de la población, más el 15,89% respondieron que casi nunca y nunca la UNDAC se ha caracterizado por tener un sistema de gobernabilidad eficiente y estable. Se infiere que tal percepción es resultado de la inestabilidad que atravesaba la institución durante la aplicación de la encuesta en los meses de mayo y junio 2021, en que el desgobierno fue evidente por errores en la elección de las autoridades universitarias.

**Tabla 12**

*¿Los docentes de la UNDAC desarrollan sus clases con estándares de calidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	61	15,9	15,9	15,9
	A veces	170	44,3	44,3	60,2
	Casi siempre	137	35,7	35,7	95,8
	Siempre	16	4,2	4,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



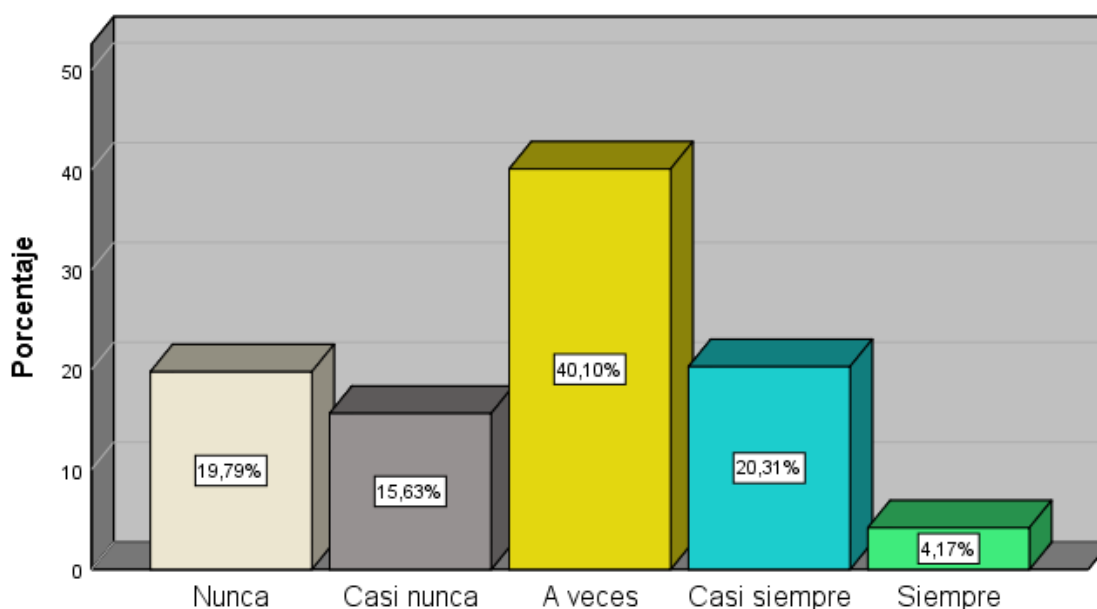
**Figura 12**

En cuanto a la dimensión académica de la RSU, la percepción de la población en un 44,27% es ambigua. Sólo una parte de la docencia universitaria desarrolla sus clases con estándares de calidad. El 35,68% respondió que casi siempre elevando el nivel de credibilidad y contrastando con el 15,89% que respondió casi nunca. Está ausente el ítem “nunca”, se infiere que la población confía en mayor o menor escala, en la capacidad académica de sus docentes.

**Tabla 13**

*¿Los trabajadores de la UNDAC, le han demostrado que están capacitados para prestar un servicio administrativo de calidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	76	19,8	19,8	19,8
	Casi nunca	60	15,6	15,6	35,4
	A veces	154	40,1	40,1	75,5
	Casi siempre	78	20,3	20,3	95,8
	Siempre	16	4,2	4,2	100,0
	Total		384	100,0	100,0



**Figura 13**

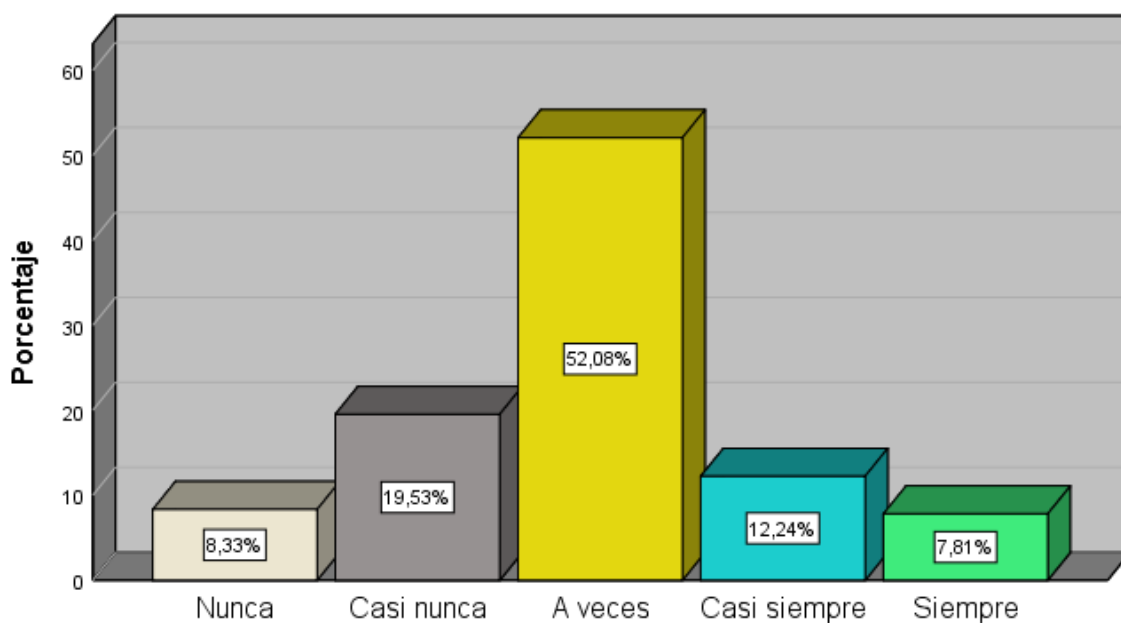
Un porcentaje considerable de 19,79% que expresó su negativa, sumado al 15,63% que respondió casi nunca, dan cuenta que en la UNDAC, los servidores administrativos no están capacitados para prestar un servicio de calidad. Este ítem relacionado con la dimensión ‘gestión institucional’ es importante porque relaciona a la responsabilidad social universitaria con la imagen institucional que transmite la UNDAC. Hay un nivel favorable de 20,31% y 4,17% que reconoce la labor administrativa, aunque menor en

comparación con la latitud de aceptación.

**Tabla 14**

*¿Los alumnos se han sentido satisfechos con la infraestructura física y virtual con que dispone la UNDAC para las clases?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	32	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	75	19,5	19,5	27,9
	A veces	200	52,1	52,1	79,9
	Casi siempre	47	12,2	12,2	92,2
	Siempre	30	7,8	7,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 14**

Sobre el ítem 14, prevalece la percepción intermedia. La población respondió en poco más de la mitad, que sólo a veces los alumnos se sienten satisfechos con lo que les ofrece la UNDAC en infraestructura física y virtual para el desarrollo de sus clases. Un 19,53% dijo casi nunca. La dimensión académica debe ser fortalecida, partiendo de esta información, en cumplimiento

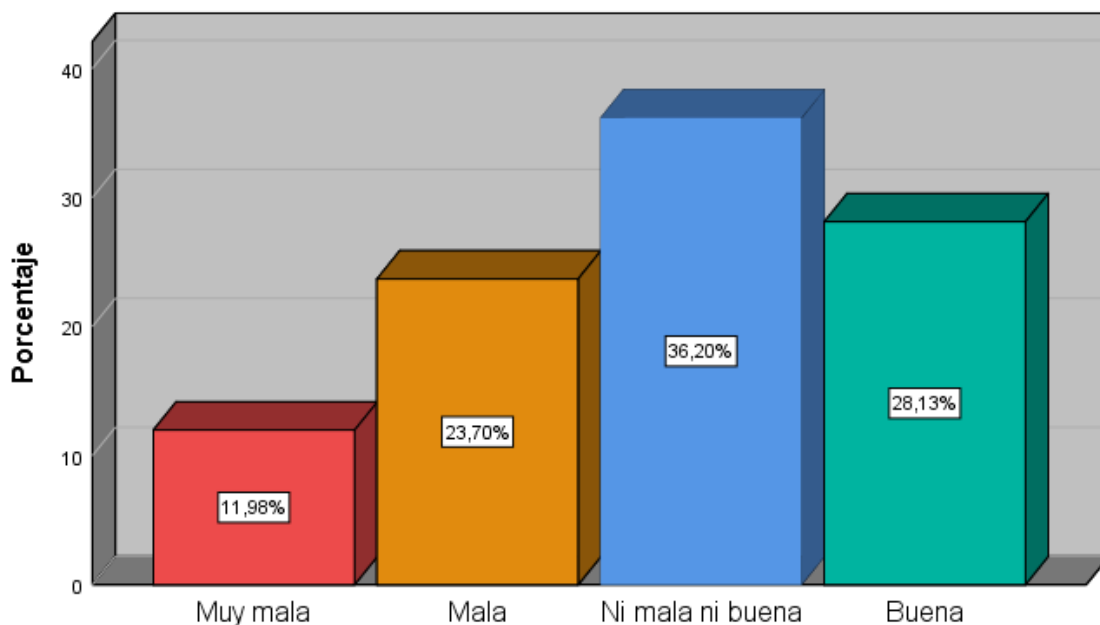
de la RSU.

## RESULTADOS DE LA VARIABLE IMAGEN INSTITUCIONAL

**Tabla 15**

*¿Cómo percibe usted la imagen institucional que proyecta la Universidad en la región?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	46	12,0	12,0	12,0
	Mala	91	23,7	23,7	35,7
	Ni mala ni buena	139	36,2	36,2	71,9
	Buena	108	28,1	28,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 15**

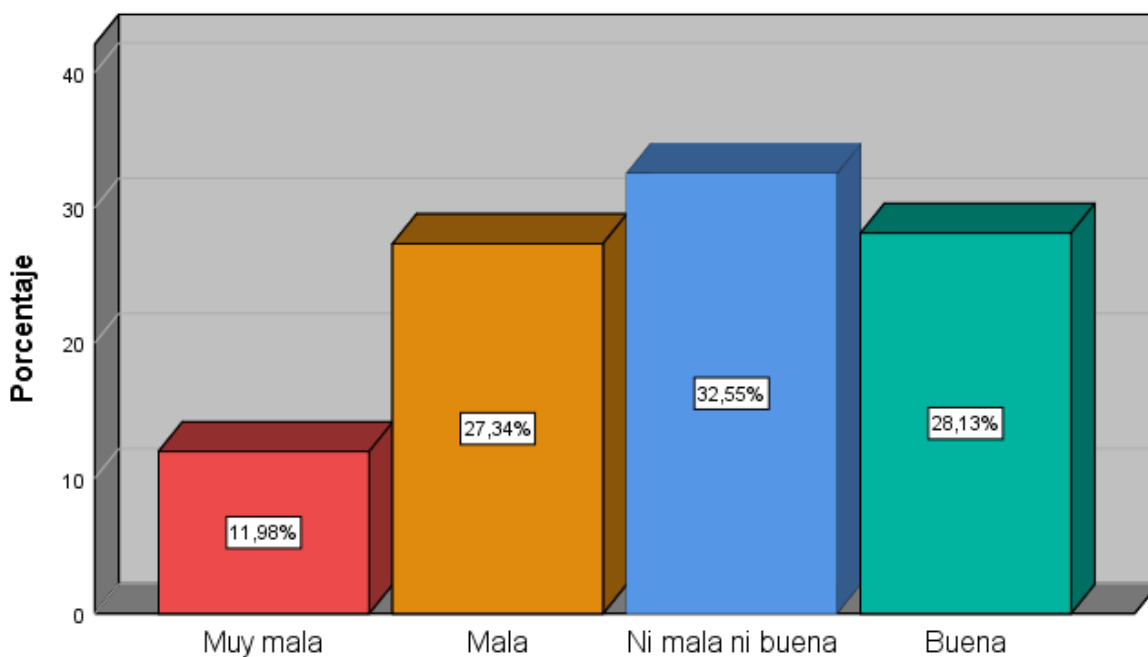
La percepción poblacional sobre la imagen que proyecta la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión como institución, se ubica en el rango de aprobación del 28,13% como buena, mientras que el 36,20% la percibe como regular y 23,70% dijo que tiene una mala imagen y por último, un 11,98% la

ubica en el último nivel catalogándola como muy mala.

**Tabla 16**

*¿Cómo cree usted que la opinión pública, perciba la imagen institucional que proyecta la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	46	12,0	12,0	12,0
	Mala	105	27,3	27,3	39,3
	Ni mala ni buena	125	32,6	32,6	71,9
	Buena	108	28,1	28,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 16**

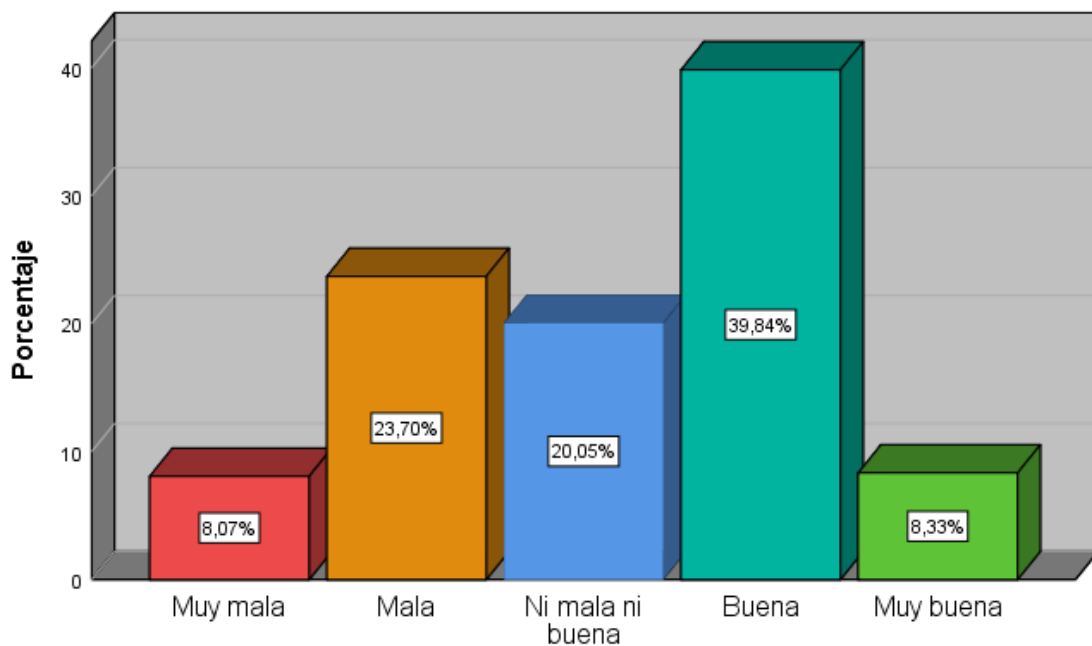
De acuerdo a la opinión del encuestado sobre la percepción poblacional ante la imagen institucional que transmite la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, de idéntica forma como la anterior figura, la aprobación como buena está en el 28,13%; el 32,55% la percibe como regular y 27,34% dijo que tiene una mala imagen. Similar comportamiento de las respuestas anteriores se

replica con el 11,98%, que la sigue identificando como que tiene una muy mala imagen.

**Tabla 17**

*¿La investigación científica que desarrolla la UNDAC, es buena para mejorar su imagen institucional?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	31	8,1	8,1	8,1
	Mala	91	23,7	23,7	31,8
	Ni mala ni buena	77	20,1	20,1	51,8
	Buena	153	39,8	39,8	91,7
	Muy buena	32	8,3	8,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 17**

La figura muestra que la investigación científica, es una función percibida como buena en la mejora de la imagen institucional de la UNDAC ubicándose en el 39,84% de respuestas favorables que, sumada al 8,33% de quienes la reconocen como muy buena, tenemos que cercana a la mitad de la

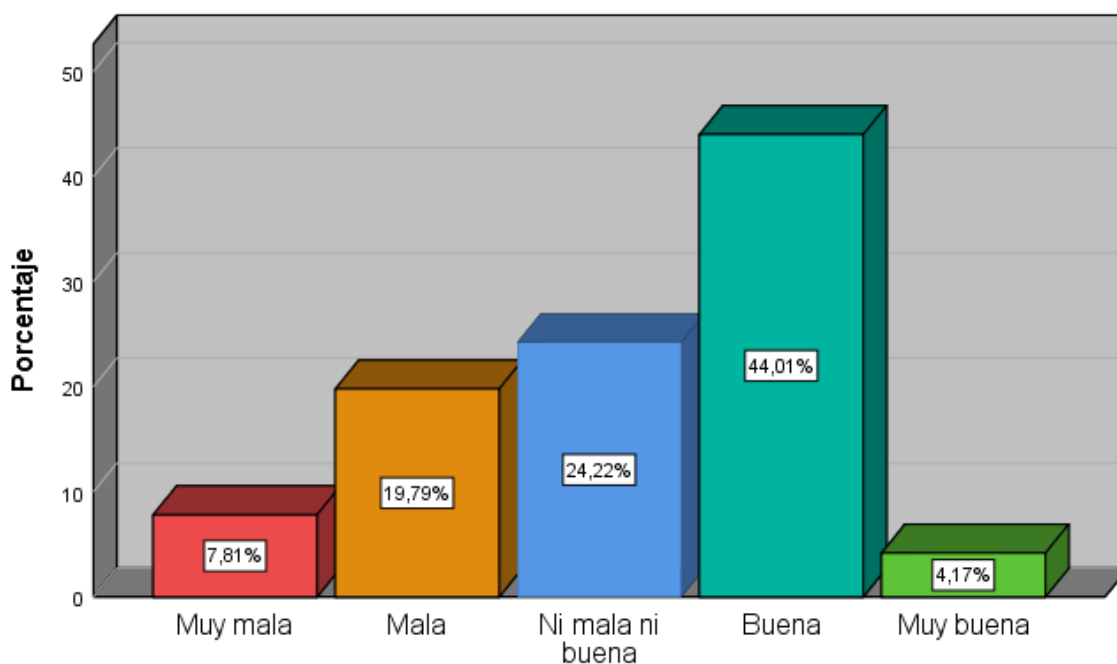


población tiene tal criterio. Del otro lado se ubica el nivel negativo acumulado del 31,77% y el intermedio con el 20,05%, de quienes no se inclinan ni favorable ni negativamente.

**Tabla 18**

*¿La Proyección social y extensión universitaria que realiza la UNDAC, es buena para mejorar su imagen institucional?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	30	7,8	7,8	7,8
	Mala	76	19,8	19,8	27,6
	Ni mala ni buena	93	24,2	24,2	51,8
	Buena	169	44,0	44,0	95,8
	Muy buena	16	4,2	4,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 18**

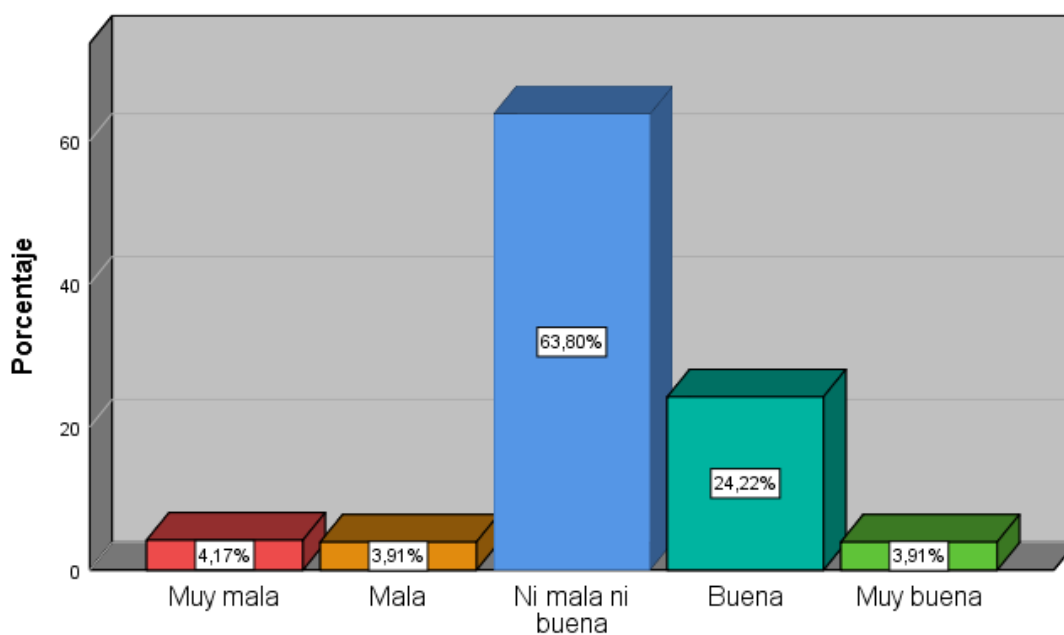
La dimensión Proyección Social y Extensión Universitaria es otra función inherente a la universidad y considerada en este rubro, de cuyo resultado se infiere que un 44,01% la considera como que tales actividades sí contribuyen

a la imagen institucional, adicionalmente el 4,17% la considera como muy buena. El nivel regular tiene un 24,22% de respuestas y en el lado negativo se hallan el 19,79% como mala y 7,81% como muy mala.

**Tabla 19**

*¿Cómo percibe la gestión de la Rectora interina para la imagen institucional de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	16	4,2	4,2	4,2
	Mala	15	3,9	3,9	8,1
	Ni mala ni buena	245	63,8	63,8	71,9
	Buena	93	24,2	24,2	96,1
	Muy buena	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 19**

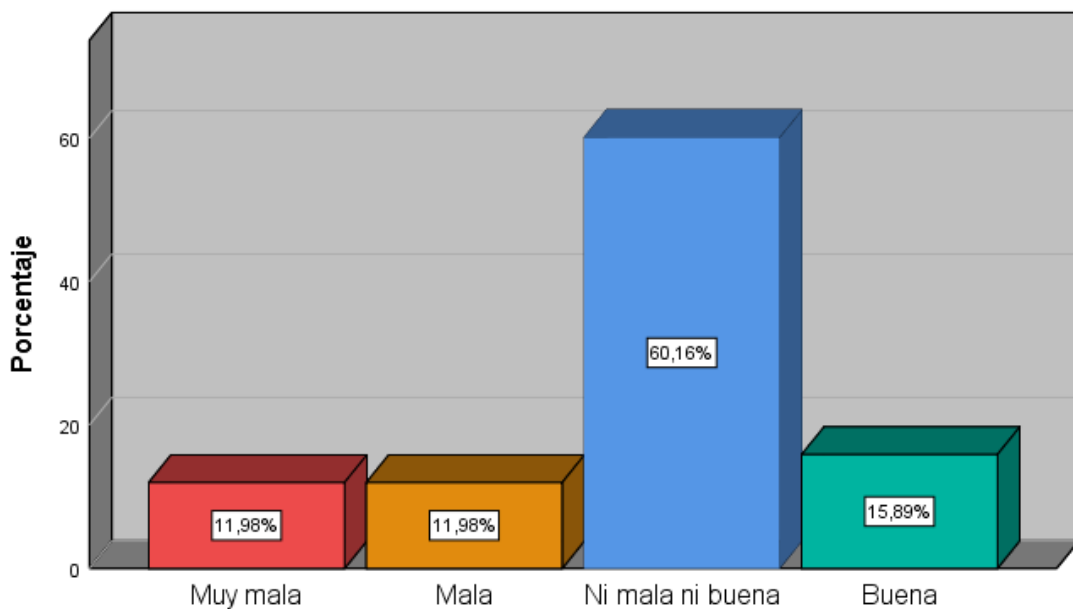
Acerca de la gestión que la Rectora interina desarrollaba durante su estadía como tal (febrero – junio 2021), un alto porcentaje equivalente al 63,80% respondió que no es ni buena ni mala (regular), con una tendencia favorable

hacia buena y muy buena en los rangos de 24,22% y 3,91%, respectivamente. Como puede apreciarse, las opiniones negativas fueron en niveles de 3,91% como mala y 4,17% como muy mala, de lo que se infiere que la autoridad transitoria, demostró un buen desempeño en sus funciones a favor de la imagen institucional de la UNDAC.

**Tabla 20**

*¿Cómo califica la labor actual que realiza la oficina de Relaciones Públicas de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	46	12,0	12,0	12,0
	Mala	46	12,0	12,0	24,0
	Ni mala ni buena	231	60,2	60,2	84,1
	Buena	61	15,9	15,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 20**

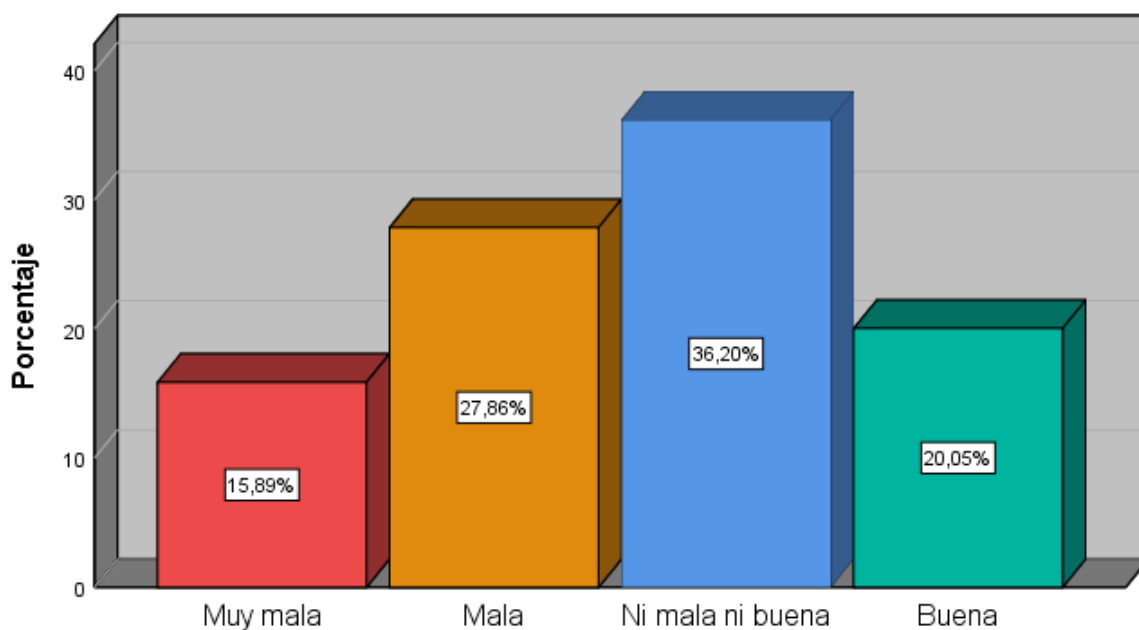
Sobre la labor que desarrolla la oficina de Relaciones Públicas en la

mejora de la imagen de la UNDAC, las respuestas prefieren ubicarse en la latitud del “no compromiso” ya que no opinan ni favorable ni desfavorablemente, centrándose en el nivel intermedio con el 60,16%. Sólo el 15,89% la sitúa en el nivel bueno, frente al 23,96% acumulado de quienes opinan como mala y muy mala, cada nivel con 11,98%.

**Tabla 21**

*¿Cómo califica la atención administrativa de los servidores en relación con la imagen institucional de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	61	15,9	15,9	15,9
	Mala	107	27,9	27,9	43,8
	Ni mala ni buena	139	36,2	36,2	79,9
	Buena	77	20,1	20,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 21**

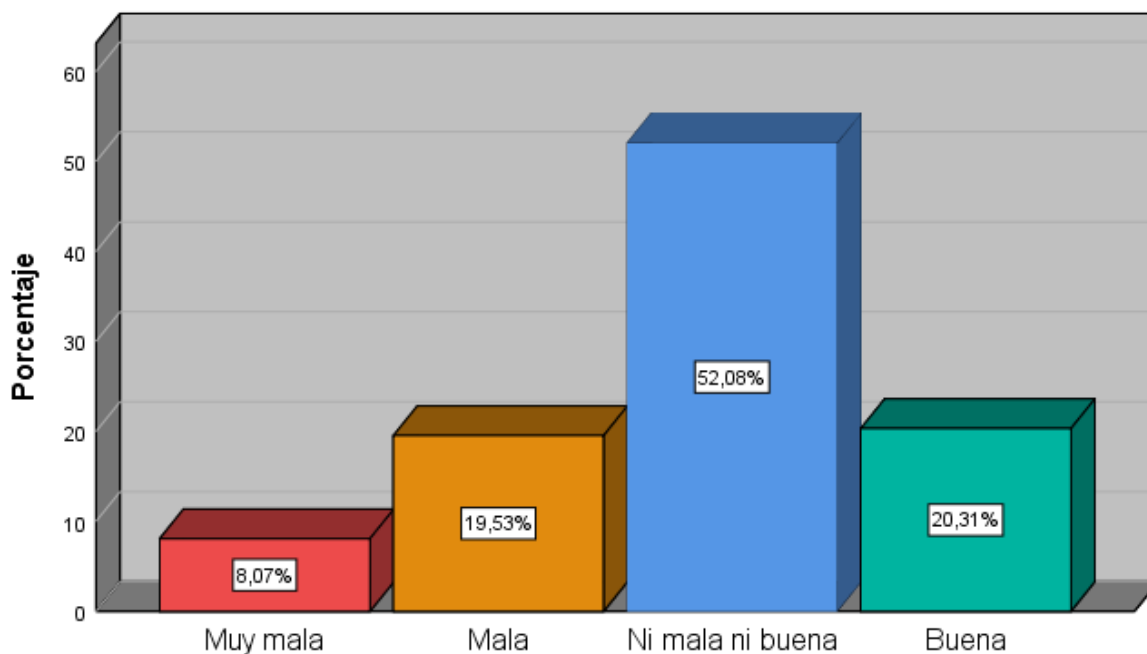
El servicio administrativo a los usuarios, siendo un indicador de la dimensión gestión universitaria, fue considerado en la recopilación de datos. Las

respuestas excluyeron al nivel muy bueno. El 36,20% respondió que la atención administrativa es regular en relación a la imagen que proyecta la UNDAC, el 20,05% dijo que la atención es buena, el 27,86% refirió que es mala y un 15, se ubicaron como ubicándose el 60,16%.

**Tabla 22**

*¿Cómo percibe la actitud de los docentes en la contribución de la imagen institucional de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	31	8,1	8,1	8,1
	Mala	75	19,5	19,5	27,6
	Ni mala ni buena	200	52,1	52,1	79,7
	Buena	78	20,3	20,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 22**

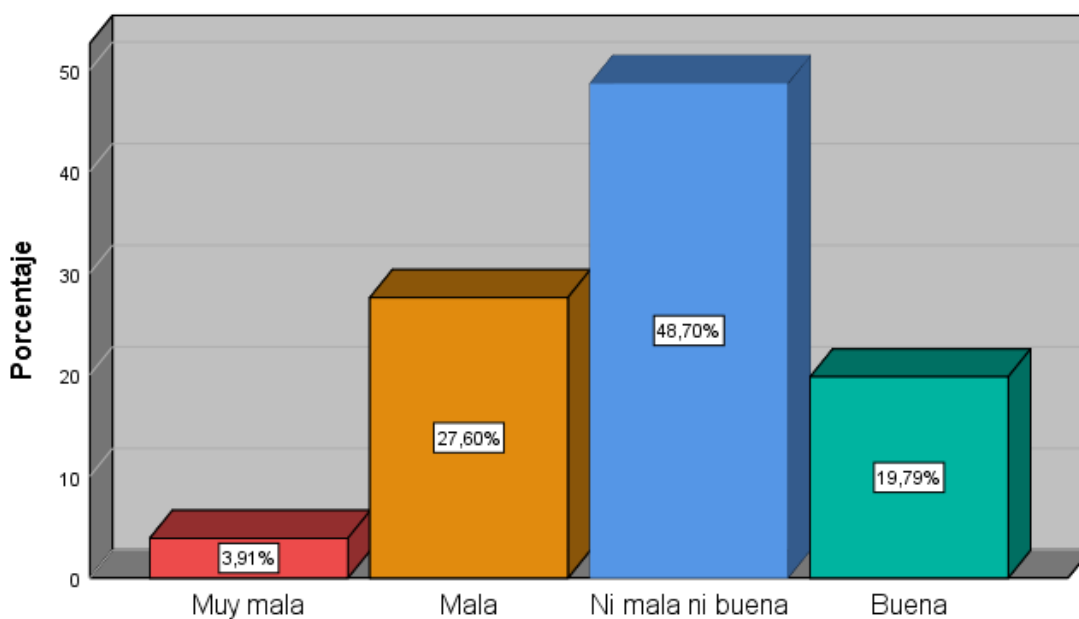
Sobre la actitud de la docencia universitaria frente a la imagen

institucional, los resultados se ubicaron en el nivel intermedio con un 52,08%, mientras que el 20,31% respondió que esta actitud es buena. Sin embargo, el 19,53% la ubica en nivel malo y un 8,07% dijo que es muy mala.

**Tabla 23**

*¿Cómo percibe la actitud de los estudiantes frente a la imagen institucional de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	15	3,9	3,9	3,9
	Mala	106	27,6	27,6	31,5
	Ni mala ni buena	187	48,7	48,7	80,2
	Buena	76	19,8	19,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 23**

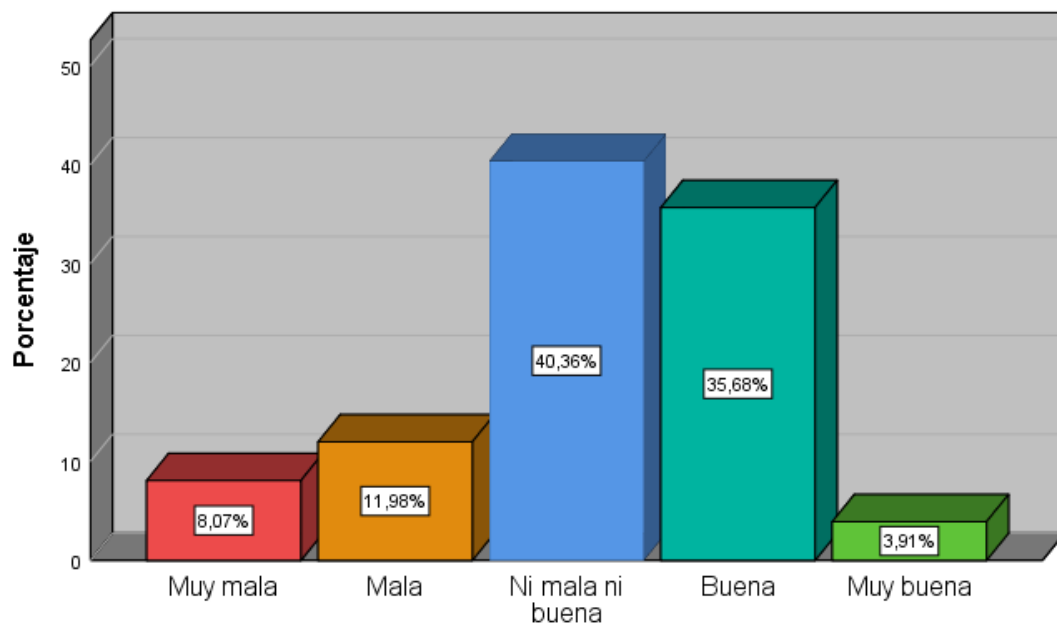
Acerca de la actitud de los estudiantes ante la imagen institucional, el 19,79% de la población tiene la percepción que es buena, un considerable 48,70% percibe que ni es buena ni es mala, el 27,60% respondió que es mala y

un mínimo 3,91% señaló que la actitud estudiantil es muy mala contribuyente a la imagen de la Universidad.

**Tabla 24**

*¿Cómo califica la implementación de labor remota en la atención de los usuarios de la UNDAC?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	31	8,1	8,1	8,1
	Mala	46	12,0	12,0	20,1
	Ni mala ni buena	155	40,4	40,4	60,4
	Buena	137	35,7	35,7	96,1
	Muy buena	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



**Figura 24**

Acerca de la atención remota y su implementación en la UNDAC, la población percibe que es regular con un 40,36%, inclinándose hacia una opinión buena y muy buena con 35,68% y 3,91%, respectivamente. La mala se ha

registrado con 11,98% y la muy mala con 8,07%.

### 4.3. Prueba de Hipótesis

#### 4.3.1. Prueba de Hipótesis General

Se formularon las hipótesis alterna y nula para la aplicación de la estadística inferencial, cuya contrastación se presenta a continuación:

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social universitaria, se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social universitaria, NO se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

#### Tablas de contingencia:

**Tabla 25**

*Tabla cruzada responsabilidad social universitaria \* imagen institucional*

		IMAGEN INSTITUCIONAL				Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre		
RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA	Nunca	Recuento	0	30	0	0	30
		Recuento esperado	1,2	4,8	15,6	8,4	30,0
		% del total	0,0%	7,8%	0,0%	0,0%	7,8%
	Casi nunca	Recuento	15	31	31	0	77
		Recuento esperado	3,0	12,2	40,1	21,7	77,0
		% del total	3,9%	8,1%	8,1%	0,0%	20,1%
	A veces	Recuento	0	0	169	31	200
		Recuento esperado	7,8	31,8	104,2	56,3	200,0
		% del total	0,0%	0,0%	44,0%	8,1%	52,1%
	Casi siempre	Recuento	0	0	0	77	77
		Recuento esperado	3,0	12,2	40,1	21,7	77,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	20,1%	20,1%
Total	Recuento	15	61	200	108	384	
	Recuento esperado	15,0	61,0	200,0	108,0	384,0	
	% del total	3,9%	15,9%	52,1%	28,1%	100,0%	



Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	547,234 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	522,254	9	,000
Asociación lineal por lineal	255,310	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 4 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,17.

Como el valor de significancia (valor crítico observado) 0,000 es menor que 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se evidencia que la Responsabilidad SU tiene una relación positiva moderada con la imagen institucional que proyecta la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, durante el período de estudio.

#### 4.3.2. Prueba de hipótesis específica 1

**HE1<sub>1</sub>:** La investigación científica se relaciona positivamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**HE1<sub>0</sub>:** La investigación científica NO se relaciona positivamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**Tabla 26**

*Tabla cruzada investigación científica \* imagen institucional*

Tabla cruzada INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*IMAGEN INSTITUCIONAL							
		IMAGEN INSTITUCIONAL					
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Total	
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	Nunca	Recuento	15	46	0	0	61
		Recuento esperado	2,4	9,7	31,8	17,2	61,0
		% del total	3,9%	12,0%	0,0%	0,0%	15,9%
	Casi nunca	Recuento	0	15	106	15	136
		Recuento esperado	5,3	21,6	70,8	38,3	136,0
		% del total	0,0%	3,9%	27,6%	3,9%	35,4%
	A veces	Recuento	0	0	78	32	110
		Recuento esperado	4,3	17,5	57,3	30,9	110,0
		% del total	0,0%	0,0%	20,3%	8,3%	28,6%
	Casi siempre	Recuento	0	0	16	61	77
		Recuento esperado	3,0	12,2	40,1	21,7	77,0
		% del total	0,0%	0,0%	4,2%	15,9%	20,1%
Total	Recuento	15	61	200	108	384	
	Recuento esperado	15,0	61,0	200,0	108,0	384,0	
	% del total	3,9%	15,9%	52,1%	28,1%	100,0%	

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	421,213 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	392,149	9	,000
Asociación lineal por lineal	220,523	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 3 casillas (18,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,38.

La prueba de hipótesis mediante el Chi cuadrado, rechaza la hipótesis nula y corrobora la primera hipótesis específica de investigación, dado que el valor de significancia 0,000 es menor a 0,05. Por lo tanto, la investigación científica está relacionada positivamente con la imagen institucional de la UNDAC.

### 4.3.3. Prueba de hipótesis específica 2

**HE2<sub>1</sub>:** La proyección social se relaciona favorablemente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**HE2<sub>0</sub>:** La proyección social NO se relaciona favorablemente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**Tabla 27**

*Tabla cruzada proyección social \* imagen institucional*

			IMAGEN INSTITUCIONAL				Total
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	
PROYECCIÓN SOCIAL	Nunca	Recuento	0	30	0	0	30
		Recuento esperado	1,2	4,8	15,6	8,4	30,0
		% del total	0,0%	7,8%	0,0%	0,0%	7,8%
	Casi nunca	Recuento	15	16	32	0	63
		Recuento esperado	2,5	10,0	32,8	17,7	63,0
		% del total	3,9%	4,2%	8,3%	0,0%	16,4%
	A veces	Recuento	0	15	153	31	199
		Recuento esperado	7,8	31,6	103,6	56,0	199,0
		% del total	0,0%	3,9%	39,8%	8,1%	51,8%
	Casi siempre	Recuento	0	0	15	77	92
		Recuento esperado	3,6	14,6	47,9	25,9	92,0
		% del total	0,0%	0,0%	3,9%	20,1%	24,0%
Total	Recuento	15	61	200	108	384	
	Recuento esperado	15,0	61,0	200,0	108,0	384,0	
	% del total	3,9%	15,9%	52,1%	28,1%	100,0%	

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	437,048 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	371,300	9	,000
Asociación lineal por lineal	209,326	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 4 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,17.

La prueba de hipótesis mediante el Chi cuadrado, rechaza la hipótesis nula y corrobora la segunda hipótesis específica de investigación, dado que el valor de significancia 0,000 es menor a 0,05. Por lo tanto, la Proyección Social tiene una relación favorable con la imagen institucional de la UNDAC.

#### 4.3.4. Prueba de hipótesis específica 3

**HE3<sub>1</sub>:** La gestión universitaria se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**HE3<sub>0</sub>:** La gestión universitaria NO se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.

**Tabla 28**

*Tabla cruzada gestión universitaria\*imagen institucional*

		Tabla cruzada GESTIÓN UNIVERSITARIA*IMAGEN INSTITUCIONAL					Total
		IMAGEN INSTITUCIONAL					
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	
GESTIÓN UNIVERSITARIA	Casi nunca	Recuento	15	61	15	15	106
		Recuento esperado	4,1	16,8	55,2	29,8	106,0
		% del total	3,9%	15,9%	3,9%	3,9%	27,6%
	A veces	Recuento	0	0	185	31	216
		Recuento esperado	8,4	34,3	112,5	60,8	216,0
		% del total	0,0%	0,0%	48,2%	8,1%	56,3%
	Casi siempre	Recuento	0	0	0	46	46
		Recuento esperado	1,8	7,3	24,0	12,9	46,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	12,0%	12,0%
	Siempre	Recuento	0	0	0	16	16
		Recuento esperado	,6	2,5	8,3	4,5	16,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	4,2%
Total	Recuento	15	61	200	108	384	
	Recuento esperado	15,0	61,0	200,0	108,0	384,0	
	% del total	3,9%	15,9%	52,1%	28,1%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	443,429 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	435,579	9	,000
Asociación lineal por lineal	189,003	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 5 casillas (31,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,63.

Para la tercera hipótesis específica, la prueba con el Chi cuadrado, reporta un rechazo a la hipótesis nula y confirma la hipótesis alterna, con un nivel de significancia  $0,000 < \alpha < 0,05$ . Por lo tanto, se infiere que la gestión universitaria, tiene una relación significativa con la imagen institucional de la UNDAC.

#### 4.4. Discusión de resultados

Como resultado del estudio, se sabe que la responsabilidad social universitaria (RSU), como variable de estudio, se halla relacionada de manera significativa con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión de Pasco. Esta responsabilidad social conceptualizada como un nuevo paradigma que debe asumir la universidad actual, cumpliendo cabalmente con sus funciones en la docencia, la investigación científica así como la vinculación con el medio ambiente y la gestión universitaria como señala Gaete, (2015), aún no se ha asumido a plenitud por el conglomerado académico de Pasco, ya que se sigue percibiendo como que la RSU, no es más que la ejecución de actividades de proyección social y con ellas se interrelaciona a la universidad con la comunidad, cuando su concepción es más amplia, como lo ha sostenido Vallaeys (2018) cuando ensaya sus respuestas en *¿Qué es la Responsabilidad*

*Social Universitaria?*. Y es aquí cuando refiere que la universidad está llamada a lograr los impactos sociales como resultado de una gestión ética y eficaz de sus funciones propias. Lo que debe entenderse es que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) además definida como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social y natural que busca fortalecer a la universidad latinoamericana del siglo XXI, como lo establece Redicces (2015), genera una percepción de imagen institucional directa del público, gracias a la calidad educativa que se imparte, sumada a la generación de ciencia, a los programas de proyección social y educación de aulas abiertas, como del respeto a la normativa interna y externa demostrada por un gobierno de confianza en la institución.

Así como Flores, (2019) en su tesis citada *Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín*, demostró que la poca actividad de la responsabilidad social universitaria en cuanto al liderazgo, docencia, investigación, proyección social y comunicación que desarrolla la universidad de Tarapoto, tiene efectos negativos y que por ello “no goza de una buena imagen ante sus públicos objetivos”, en este estudio se ha establecido que ciertamente, las dimensiones de docencia, proyección social, investigación y gestión universitaria, tienen una fuerte asociación con la imagen institucional, por lo que es necesario precisar que una buena imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, está en función a la calidad de sus actividades de docencia (académica); de investigación científica (ciencia), de proyección social y extensión universitaria (trabajo con las comunidades) y gestión universitaria (gobernanza), propuestas que son el resultado del método de estudio deductivo y corroboradas

con las hipótesis formuladas con las dimensiones adaptadas al estudio.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** La investigación da cuenta de manera general que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) está relacionada positiva y significativamente con la imagen institucional que proyecta la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión por lo que se debe tener en cuenta esta vinculación, para fortalecer las acciones asociadas a la RSU que impactarán en la buena imagen institucional.

**SEGUNDA:** Los resultados de la investigación permiten inferir que la dimensión Investigación Científica, tiene una relación positiva con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. En tal sentido es pertinente ejecutar mayor producción científica para mejorar la imagen de la institución.

**TERCERA:** La dimensión Proyección Social está asociada de manera favorable con la imagen institucional de la universidad; por lo mismo, como actividad inherente de la Responsabilidad Social Universitaria, se debe ampliar su campo de acción a las comunidades del entorno, buscando los impactos favorables que beneficien la imagen institucional.

**CUARTA:** La gestión universitaria de la misma forma, entendida como un conjunto de actividades de orden administrativo, infraestructural y normativa, tiene un impacto significativo en relación a la imagen institucional, por lo tanto, es preciso considerar que una buena gestión de gobierno, permitirá mejorar significativamente la imagen institucional frente a la opinión pública.



## **RECOMENDACIONES**

**PRIMERA:** Conociendo que la Responsabilidad Social Universitaria tiene una fuerte asociación con la Imagen Institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, deben propiciarse campañas informativas y de sensibilización, para que la comunidad académica no perciba a la RSU como sinónimo de Proyección Social y Extensión Universitaria, sino que entienda que el concepto es mucho más complejo, involucrando la gestión académica, investigación, proyección social y gobierno universitario.

**SEGUNDA:** El Vicerrectorado de Investigación, el Instituto Central de Investigación y las Unidades de Investigación de las facultades de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, deben fortalecer la actividad científica vinculada con la problemática social, cuyo impacto favorecerá la imagen institucional.

**TERCERA:** La Proyección Social no es sinónimo de Responsabilidad Social Universitaria, por lo que deben distinguirse sus conceptos para la separación de funciones, ya que, en la actualidad se sigue percibiendo a la RSU como proyección social y por lo mismo, sólo hubo cambio de nomenclatura de Dirección de Proyección Social a Dirección de Responsabilidad Social Universitaria.

**CUARTA:** Que todos los niveles de la administración universitaria, se rijan por las normas internas y externas, porque un gobierno que inspira confianza, refleja un buen concepto de la imagen que tiene la Universidad en su ámbito de influencia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfárez, A. (2014). *Responsabilidad Social Universitaria en la formación curricular y la participación social*. Catalunya - España: Universitat Internacional de Catalunya.
- Altamirano, A.; Rendón, A.; Sánchez A. (2015). Responsabilidad Social Corporativa: El Caso de Mutualista Pichincha. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23 (33), 31-40. Doi: <http://dx.doi.org/10.18566/rces.v23n33a02>.
- Alvarado, A. (2007). Marketing y Responsabilidad Social Empresarial. . *Un Mapa de Navegación. Teoría y Praxis*, 113 - 148. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145112009>.
- Alvarado, E. (2016). “*Un análisis sobre la percepción que los directivos y docentes tienen de la responsabilidad social universitaria en las facultades de contaduría y administración en México*”. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Apolo, Baez, Pauker, & Pasquel . (2017). *Corporate Communication Management: Considerations for the approach to its study and practice*.
- Ayala, M. (2011). Responsabilidad Social Universitaria, Tecnología, Innovación y Calidad. *Realidad y Reflexión N° 33 Segunda época*, Revista cuatrimestral año 11, N° 33 San Salvador, El Salvador Centroamérica.
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, (2), 56-62. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>.
- Barriga, O., & Henríquez, G. (2003). La presentación del objeto de estudio. Reflexiones desde la práctica docente. *Cinta moebio* , 17: 77-85 [www.moebio.uchile.cl/17/barriga.htm](http://www.moebio.uchile.cl/17/barriga.htm).
- Belaunde, M. A. (2017). *Relación entre el acceso a la atención dental y el edentulismo en pobladores de 18 a 65 años de edad del distrito de Cajabamba, Provincia de Cajabamba, Departamento de Cajamarca, durante el periodo febrero – mayo de 2011*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia] Lima - Perú.
- Benavides, J., Fernández, J. L., & Urriaga, A. (2012). *Glosario sobre Responsabilidad Social para la investigación y el debate terminológico*. Madrid: Kadmos s.c.l.
- Borda, G.; Limo, J.; Longa, E y Ponte, E. (2013). *La Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el Comportamiento de Compra de Cámara Fotográficas de los Consumidores hombres entre 18 y 24 años en Lima, Perú*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8732>
- Bruno, A. (2014). *Institucionalización de la sostenibilidad ambiental del campus universitario desde el enfoque de responsabilidad social universitaria en la Pontificia Universidad Católica del Perú entre los años 2007 Y 2013*. [Tesis de

maestría, Pontifica Universidad Católica del Perú]  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5453>

- Cajiga, J. F. (2008). El concepto de responsabilidad social empresarial. *CEMEFI, Centro mexicano para la filantropía*, 5-6.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga: IIRP.
- Caruso, M. (2005). *La gestión de los intangibles empresariales, en Revista Comunicación y Sociedad*. Madrid, España.: Editorial Pirámide S.A.
- Cavero, E. (2018). *Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión Administrativa en la empresa de Seguros Mapfre S.A.* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19421>
- Chávez, N. (2014). La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. 3 (7), 28 - 32. <https://ggili.com.mx/la-imagen-corporativa-libro-9788425220791.html>.
- Chuaqui, T. (2012). El rol de la universidad no es solo formativa, sino también transformativa. *El entrevistador*, s/p.
- Cochachi, V. (2018). *La Responsabilidad Social y la Gestión Empresarial de la Empresa Saga Falabella, año 2017*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Lima.  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/13275>.
- Cóndor, H. (12 de Setiembre de 2018). I Foro - Debate sobre Responsabilidad Social Universitaria. Cerro de Pasco, Pasco, Perú: Transcripción de audio.
- Consejo Social - Universidad de Huelva. (2009). *La Responsabilidad Social Universitaria*. Huelva: Artes Gráficas Bonanza S.L.
- Costa, J. (2011). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Madrid: Ciencias sociales.
- Debitoor. (2019). *Programa de facturación y contabilidad. Obligación y responsabilidad social*. Lima: DEBITOOR.
- Díaz, Filomeno, Rizo Patrón. (2007). Relación y Compromiso con los Grupos de Interés, guía práctica para las empresas peruanas hacia una Responsabilidad Social Empresarial estratégica. *Figueroa & Asociados.*, Lima.
- Elicer, J. (2012). *Responsabilidad social empresarial como estrategia de la imagen corporativa en el sector de la Banca universal en el municipio de Maracaibo*. [Tesis de maestría en administración, Universidad de Zulia] Venezuela.
- Esan, A., Olusile, A., Akeredolu, A., & Esan, O. (2004). Sociodemographic factors and edentulism in nigerian. *Nigeria. BMC oral health*.  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15555072>.

- Escobar, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad*. . Lima: [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6917>.
- Espinoza León, A. (2018). *I Forum Responsabilidad Social Universitaria*. Cerro de Pasco: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales.
- Flores, R. (2019). *Modelo de responsabilidad social universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018*. [Tesis doctoral, Universidad César Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38054>
- Gaete, R. (2015). El concepto de responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de la alta dirección. *Scielo*, 97 - 107.
- Gallardo , & Micalletto. (2018). The way towards a definition of corporate . *Communication during a crisis*.
- Garriga , E., & Mele, E. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, pp. 52 a 71.
- Grimaldo, H. (2015). Representante ORSALC (Observatorio Regional de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe). *Responsabilidad Social Universitaria*, <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13643/42.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.
- Henao, J. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S. A.* . [Tesis de maestría en Administración, Universidad Nacional de Colombia] <http://bdigital.unal.edu.co/12095/1/7711507.2013>.
- Hernández, A. (2012). *Responsabilidad social empresarial: su inclusión e impacto en los informes de sostenibilidad del sector floricultor de Bogotá y Cundinamarca* . [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia] <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/7477?show=full>
- Hernández-Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. . (6ª edición).
- Imagen pública (Admon). (s.f.). *La Identidad Institucional*. <https://sites.google.com>
- Martínez, S. (2015). *Responsabilidad social corporativa y marketing social: comparación según la naturaleza familiar de la empresa* . [Tesis de pregrado, Universidad de León, España] [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4544/71530491P\\_GMIM\\_Julio15%20PDF.pdf;jsessionid=AC5ACB099822D4715326F1A09570E5FF?seque](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4544/71530491P_GMIM_Julio15%20PDF.pdf;jsessionid=AC5ACB099822D4715326F1A09570E5FF?seque)

nce=1

- Ministerio de Educación. (2014). *Ley Universitaria N° 30220*. Lima: Minedu.
- Morey, S. (s.f.). *Universidad Nacional de la Amazonía Peruana*.  
<https://www.unapiquitos.edu.pe>
- Navarro, V. H. (2020). *Responsabilidad social e imagen institucional de la Universidad Continental de Huancayo en estudiantes de Ciencias de la Comunicación*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo]  
[https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6198/5.%20T010\\_41594739\\_M%20%28PDF%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6198/5.%20T010_41594739_M%20%28PDF%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nieto Antolín, M., & Fernández Gago, R. (2004 p.24). *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management*. *Universia Business Review*.
- Observatorio RSC. (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. *Ebook La RSC*,  
[https://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](https://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf).
- Oseada, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Lima - Perú: Editorial Pirámide.
- Ospina, A. (2018). *La Responsabilidad Social Universitaria*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Otoya, J. (2012). *El Derecho y la Responsabilidad Social Empresarial*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú].  
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4468>
- Pacheco, M. (2016). *La problemática de la responsabilidad social empresarial en el ámbito de los negocios internacionales: la falta de garantía de su cumplimiento*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar].  
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5718/1/T2356-MDE-Pacheco-La%20problematica.pdf>: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Pérez, C. (2013). *La auditoría de gestión y su influencia en la responsabilidad social de las medianas y grandes empresas mineras en el Perú*. [Tesis de maestría, Universidad san Martín de Porres, Perú]  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/634>
- Petersen, P., Bourgeois, D., Ogawa, H., Estupinan-day, S., & Ndiaye, C. (2005). The global burden of oral diseases and risks to oral health. *Helsinki, finland. Bull world health org.*, 83 (1)(p. 661-9).
- Portafolio, E. ((27 de noviembre de 2015)). *Premio Perú 2021: ¿Qué empresas destacaron en programas de RSE? El comercio*. Lima:  
<https://elcomercio.pe/economia/peru/premio-peru-2021-empresas-destacaron-programas-rse-205241>.

- Preziosa, M. M. (2005). La definición de responsabilidad social empresarial, como tarea filosófica. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 39 - 59.
- Puñales, J. (2005 (p.18)). *Comunicación, Imagen e Identidad Corporativas. Selección de lecturas*. La Habana.: Editorial Félix Varela.
- REDICCES Repositorio digital de ciencia y cultura de El Salvador. (2015). Tecnología, innovación y Calidad. *Realidad y Reflexión*, Año 11 N° 33 Segunda Época.
- Rey Navarro, W. (2014). *Crecimiento no es desarrollo. Como lograr una sociedad con mayor bienestar y menor desigualdad*. Huancayo: Editora - Imprenta Ríos S.A.C.
- Rivera , H., & Malaver, M. (2011). *La Organización: los Stakeholders y la responsabilidad social*. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario.
- Rubio, G., & Fierro , F. (2016). La RSE: una teoría, diferentes versiones aplicadas. . *Administración & Desarrollo*, 2 (46.) 160 - 174. *Revista Administración & Desarrollo*:  
<https://revistas.esap.edu.co/index.php/admindesarro/article/view/77/pdf>.
- Saksvik, I., & Hetland, H. (2011). The role of personality in stress perception across different vocational types. *Journal of employment counseling*, . 48(1) 3-16. Doi: 10.1002/j.2161-1920.2011.tb00106.x.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (1998). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima - Perú: Mantaro: 2da. Edición.
- Scielo. (Junio de 2015). *El concepto de responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de la alta dirección*. <http://www.scielo.org.co>
- Searle J. R. . (2001). El reto de comprender. La realidad institucional: el caso del dinero . *Un análisis crítico*.
- Shack, N., Pérez, J., & Portugal, L. (2020). *Cálculo del tamaño de la corrupción y la inconducta funcional en el Perú. Una aproximación exploratoria. Documento de Política en Control Gubernamental. Contraloría General de la República. Lima, Perú*. Lima: La Contraloría General de la República.
- Torres Cortez, J. (2018). *I Forum Responsabilidad Social Universitaria*. Cerro de Pasco: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, representante de la Facultad de Derecho y Ciencias políticas.
- Trelles, I. (2011). *Comunicación organizacional*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Universidad de Nebrija. (16 de Noviembre de 2017). *La calidad de un sistema educativo tiene como techo la calidad de sus docentes*. <https://www.nebrija.com>
- Vallaey, F. (2018). *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú.  
<https://www.ausjal.org/wp-content/uploads/2021/04/Que-es-la->

Responsabilidad-Social-Universitaria.pdf

Villafañe, J. (2007). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid, España: Editorial Pirámide.

## **ANEXOS**

**Anexo 1:** Instrumentos de recolección de datos

**Anexo 2:** Procedimiento de validación de instrumentos

**Anexo 3:** Declaración de originalidad de Tesis

**Anexo 4:** Matriz de consistencia



## Anexo 1: Instrumentos de investigación

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA EN ESCALA DE LIKERT VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Estimado colaborador, la presente encuesta online se realiza para conocer la relación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la Imagen Institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Por favor, rogamos se tome unos minutos para atender este cuestionario.

**Instrucciones:** Haga click en el círculo que mejor se identifique con su respuesta. Los valores responden a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>X</b>	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA</b>					
	<b>INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA</b>					
01	¿En qué ocasiones la UNDAC tiene resultados de investigación científica aplicada?	1	2	3	4	5
02	¿Ha tomado conocimiento si la UNDAC tiene investigaciones científicas aplicadas que ayuden a solucionar algún problema del pueblo pasqueño?	1	2	3	4	5
03	¿Conoce o escuchó acerca de transferencias tecnológicas a comunidades, promovidas por la UNDAC?	1	2	3	4	5
04	¿La investigación formativa de maestros a favor de los alumnos, tiene estándares de calidad?	1	2	3	4	5
	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					
05	¿El desarrollo de programas de proyección social, son recurrentes en la Universidad?	1	2	3	4	5
06	¿La extensión universitaria es realizada con criterios de inclusión social por la Universidad?	1	2	3	4	5
07	¿Escuchó o escucha programas de comunicación o difusión cultural que realiza la Universidad?	1	2	3	4	5
08	¿La UNDAC, soluciona necesidades sociales a través de la proyección social y extensión universitaria?	1	2	3	4	5
	<b>GESTIÓN UNIVERSITARIA</b>					
09	¿El gobierno universitario se gestiona a través de estándares de confianza?	1	2	3	4	5
10	¿La UNDAC ofrece confianza en sus usuarios a través de una adecuada ejecución presupuestaria anual?	1	2	3	4	5
11	¿La UNDAC, se caracteriza por tener un sistema de gobernabilidad eficiente y estable?	1	2	3	4	5
12	¿Los docentes de la UNDAC desarrollan sus clases con estándares de calidad?	1	2	3	4	5
13	¿Los trabajadores de la UNDAC, le han demostrado que están capacitados para prestar un servicio administrativo de calidad?	1	2	3	4	5
14	¿Los alumnos se han sentido satisfechos con la infraestructura física y virtual con que dispone la UNDAC para las clases?	1	2	3	4	5

**CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA LA VARIABLE:  
IMAGEN INSTITUCIONAL**

Estimado colaborador, la presente encuesta online se realiza para conocer la relación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la Imagen Institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Por favor, rogamos se tome unos minutos para atender este cuestionario.


**Instrucciones:** Haga click en el círculo que mejor se identifique con su respuesta.  
Los valores responden a la siguiente escala:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Muy mala	Mala	Ni mala ni buena	Buena	Muy buena

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>Y</b>	<b>IMAGEN INSTITUCIONAL</b>					
15	¿Cómo percibe usted la imagen institucional que proyecta la Universidad en la región?	1	2	3	4	5
16	¿Cómo cree usted que la opinión pública, perciba la imagen institucional que proyecta la UNDAC?	1	2	3	4	5
17	¿La investigación científica es buena para la imagen institucional que proyecta la UNDAC?	1	2	3	4	5
18	¿La Proyección social y extensión universitaria, es buena para la imagen institucional de la UNDAC?	1	2	3	4	5
19	¿Cómo percibe la gestión de Rectora interina para la imagen institucional de la UNDAC?	1	2	3	4	5
20	¿Cómo califica la labor actual que realiza la oficina de Relaciones Públicas de la UNDAC?	1	2	3	4	5
21	¿Cómo califica la atención administrativa de los servidores en relación con la imagen institucional de la UNDAC?	1	2	3	4	5
22	¿Cómo percibe la actitud de los docentes en la contribución de la imagen institucional de la UNDAC?	1	2	3	4	5
23	¿Cómo percibe la actitud de los estudiantes frente a la imagen institucional de la UNDAC?	1	2	3	4	5
24	¿Cómo califica la implementación de labor remota en la atención de los usuarios de la UNDAC?	1	2	3	4	5

Cerro de Pasco, junio del 2021

## Captura de pantalla de la aplicación del instrumento on-line



**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

### ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Estimado colaborador, la presente encuesta online se realiza para conocer la relación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la Imagen Institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Por favor, rogamos se tome unos minutos para atender este cuestionario.

**\*Obligatorio**


Instrucciones: Haga click en el círculo que mejor se identifique con su respuesta. Los valores responden a la siguiente escala:  
1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre

**VX: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA**  
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

1. ¿En qué ocasiones la UNDAC tiene resultados de investigación científica aplicada? \*

1. Nunca  
 2. Casi nunca  
 3. A veces  
 4. Casi siempre  
 5. Siempre

2. ¿Ha tomado conocimiento si la UNDAC tiene investigaciones científicas aplicadas que ayuden a solucionar algún problema del pueblo pasqueño? \*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

### ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

**\*Obligatorio**

**IMAGEN INSTITUCIONAL**

Instrucciones: Haga click en el círculo que mejor se identifique con su respuesta. Los valores responden a la siguiente escala:  
1. Muy mala 2. Mala 3. Ni mala ni buena 4. Buena 5. Muy buena

**VY: IMAGEN INSTITUCIONAL**

1. ¿Cómo percibe usted la imagen institucional que proyecta la Universidad en la región? \*

1. Muy mala  
 2. Mala  
 3. Ni mala ni buena  
 4. Buena  
 5. Muy buena

2. ¿Cómo cree usted que la opinión pública, perciba la imagen institucional que proyecta la UNDAC? \*

1. Muy mala

## Anexo 2: Procedimiento de validación de los instrumentos.

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. Werner Isaac SURICHAQUI HIDALGO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Director de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Responsabilidad Social Universitaria.**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías					X

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 28 de junio del 2021.



*W S H*  
**Dr. Werner Isaac SURICHAQUI HIDALGO**  
DIRECTOR (e)

Firma y Posfirma del experto

D.N.I.: 20883897

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. Werner Isaac SURICHAQUI HIDALGO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Director de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Imagen Institucional**

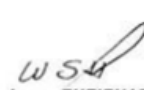
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías				X	

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 28 de junio del 2021.



  
**Dr. Werner Isaac SURICHAQUI HIDALGO**  
**DIRECTOR (e)**

Firma y Posfirma del experto  
D.N.I.: 20883897

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES:


- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. Oscar SUDARIO REMIGIO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Docente de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Responsabilidad Social Universitaria.**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías					X

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 27 de junio del 2021.


 Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
 Facultad de Ciencias de la Educación

  
 Dr. Oscar SUDARIO REMIGIO

Firma y Posfirma del experto

D.N.I.: 04007555

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES:


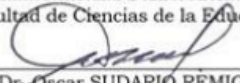
- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. Oscar SUDARIO REMIGIO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Docente de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Imagen Institucional**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio				X	X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías					X

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 27 de junio del 2021.


 Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
 Facultad de Ciencias de la Educación  
  
 Dr. Oscar SUDARIO REMIGIO

.....  
 Firma y Posfirma del experto  
 D.N.I.: 04007555

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. PUJAY CRISTOBAL Oscar Eugenio**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Secretario Academico de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Responsabilidad Social Universitaria.**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías					X

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 28 de junio del 2021.


 Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
 Escuela de Posgrado  
  
 Dr. Oscar Eugenio PUJAY CRISTOBAL  
 SECRETARIO ACADÉMICO (e)

Firma y Posfirma del experto

D.N.I.: 04086460



## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES:


- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **Dr. PUJAY CRISTOBAL Oscar Eugenio**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **Secretario Academico de la Escuela de Posgrado**
- 1.4 Título de la Investigación: **Relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión Pasco, 2019**
- 1.5 Autor del Instrumento: **Carilina ROSARIO PRADO**
- 1.6 Maestría/Doctorado/Mención: **Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos.**
- 1.7 Nombre del Instrumento: **Encuesta sobre Imagen Institucional**

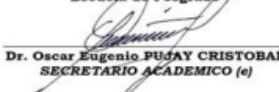
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
10. CONFIABILIDAD	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías				X	

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** procede a su aplicabilidad al grupo muestral

**Lugar y fecha:** Cerro de Pasco, 28 de junio del 2021.


 Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
 Escuela de Posgrado

  
 Dr. Oscar Eugenio PUJAY CRISTOBAL  
 SECRETARIO ACADÉMICO (e)

.....  
Firma y Posfirma del experto

D.N.I.: 04086460

### **Anexo 3: Declaración de originalidad de Tesis**

*"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"*

#### **DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Mediante el presente documento, yo Carilina ROSARIO PRADO, identificada con Documento Nacional de Identidad N° 04082574, declaro que los contenidos de la Tesis titulada: La responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2021, presentada para optar el grado académico de Maestra en Ciencias de la Comunicación es de mi autoría, por lo que, asumo las responsabilidades que pudieran derivarse, en caso de plagio.

De igual manera, quienes deseen utilizar total o parcialmente los contenidos de la Tesis con fines educativos y de investigación, están autorizados a hacerlo, respetando la autoría de la suscrita.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de autenticidad, en la fecha.

Cerro de Pasco, 15 de julio de 2021.



Carilina ROSARIO PRADO  
D.N.I. N° 04082574

## Anexo 4: Matriz de consistencia

### La responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2021

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) ¿Cuál es la relación entre la investigación científica y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación entre la proyección social y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?</p> <p>c) ¿Cuál es la relación entre la gestión universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Identificar la relación entre la investigación científica y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p>b) Inferir la relación entre la proyección social y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p>c) Determinar la relación entre la gestión universitaria y la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p><b>H<sub>1</sub>:</b> La responsabilidad social universitaria, está relacionada significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> La responsabilidad social universitaria, no está relacionada significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>a) La investigación científica se relaciona positivamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p>b) La proyección social se relaciona favorablemente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p> <p>c) La gestión universitaria se relaciona significativamente con la imagen institucional de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco 2021.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENT</b></p> <p><b>E:</b></p> <p>Responsabilidad social universitaria</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENT</b></p> <p><b>E:</b></p> <p>Imagen institucional</p>	<p>X<sub>1</sub> Investigación científica</p> <p>X<sub>2</sub> Proyección social</p> <p>X<sub>3</sub> Gestión universitaria</p> <p>Y<sub>1</sub>. Identidad institucional</p> <p>Y<sub>2</sub> Comunicación institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inv. Aplicada</li> <li>▪ Transferencias tecnológicas</li> <li>▪ Inv. Formativa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programas de proyección</li> <li>▪ Extensión universitaria</li> <li>▪ Difusión mediática</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gobernanza</li> <li>▪ Ejecución presupuestal</li> <li>▪ Gobernabilidad</li> <li>▪ Gestión académica</li> <li>▪ Recursos humanos</li> <li>▪ Infraestructura</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Filosofía institucional</li> <li>▪ Concepto exógeno</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación interna</li> <li>▪ Relaciones públicas</li> </ul>	<p><b>MÉTODO GENERAL:</b> Científico (Hipotético – deductivo)</p> <p><b>MÉTODOS ESPECÍFICOS:</b> Descriptivo - analítico</p> <p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Básica.</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b> Descriptivo – Correlacional</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</b> No Experimental</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR     M --- X     M --- Y     X --- Y     style M fill:none,stroke:none     style X fill:none,stroke:none     style Y fill:none,stroke:none     style r fill:none,stroke:none             </pre> </div> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA:</b>  <b>Población:</b> Infinita  <b>Muestra:</b> 384 (aplicación on-line)</p> <p><b>TÉCNICAS - INSTRUMENTOS:</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionarios para ambas variables con escala de Likert</p> <p><b>RECOLECCIÓN DE DATOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La encuesta se aplicó on-line por pandemia</li> <li>▪ Se hizo una orientación antes de la aplicación de los instrumentos.</li> </ul> <p><b>PROCESAMIENTO DATOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Codificación de la información</li> <li>Procesamiento de datos con el software SPSS v-26.</li> </ul>