



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN GESTIÓN PÚBLICA Y  
GOBERNABILIDAD

“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la  
Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

AUTOR:

Mg. Rony Flores Ramírez (ORCID: 0000-0002-5917-9557)

ASESOR:

Dr. José Manuel Delgado Bardales (ORCID: 000-0001-6574-2759)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Reforma y Modernización del Estado

TARAPOTO - PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

A mis padres por darme la vida y permitirme hasta el momento seguir estudiando junto a ellos, eso me ha dado el valor suficiente para seguir creyendo en Dios todo poderoso ya que su fuerza ha contribuido en mí hacia el logro de mis objetivos.

A mis hermanos Christian Alberto y Geidy Luz, por su apoyo incondicional durante la vida.

A mis vecinos, amigos del campo que siempre han contribuido con mi mirada a largo plazo para un desarrollo armonioso, sostenible y turístico que tanto anhelo para mi ciudad trabajando articuladamente, entre el sector público, privado, sociedad civil y sobre todo la academia pieza clave para el desarrollo sostenible de nuestros pueblos con valor humano y filantrópico.

Rony

## **Agradecimiento**

A la Universidad César Vallejo y a la Universidad Nacional de San Martín por permitirme desarrollar este trabajo de investigación que podría ser un modelo a aplicarse en muchas universidades de nuestra región, del Perú y del mundo.

A los Doctores Juan Juárez y José Manuel Delgado Bardales asesores del presente trabajo de investigación, quienes con su experiencia como docentes han sido los guías idóneos, durante el proceso que ha llevado a realizar esta tesis, me han brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado.

El autor

## ESCUELA DE POSGRADO

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN  
GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

El Maestro **Flores Ramírez Rony**, para obtener el Grado Académico de Doctor en  
Gestión Pública y Gobernabilidad, ha sustentado la tesis titulada:

**“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para Mejorar la Imagen  
Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”**

El Jurado evaluador emitió el dictamen de

*Aprobar por unanimidad*

Habiendo hecho las recomendaciones siguientes:

Dra. Gabriela Del Pilar Palomino Alvarado

- **Presidente**

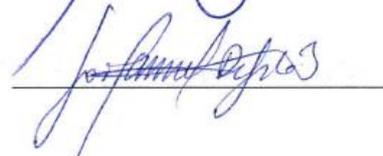


Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De La Cruz - **Secretario/a**



Dr. José Manuel Delgado Bardales

-**Vocal**



Tarapoto 10 de agosto 2019

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo, **RONY FLORES RAMÍREZ**, estudiante del programa de Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad, de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI No 42408638, con la Tesis titulada: **“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto 2018”**

**Declaro bajo juramento que:**

La Tesis es de mi autoría

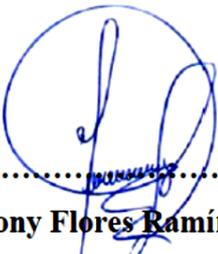
He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 22 de Julio del 2019.



.....  
**Rony Flores Ramírez**  
**DNI N° 42408638**

## **Presentación**

Señores miembros del jurado: presento ante ustedes la tesis titulada: “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”, con la finalidad de: Diseñar un modelo de Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, Provincia de San Martín, Región San Martín; en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el grado académico de Doctor. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Esta investigación está estructurada en ocho capítulos:

- I. INTRODUCCIÓN.** Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.
- II. MÉTODO.** Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.
- III. RESULTADOS.** En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.
- IV. DISCUSIÓN.** Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados durante la tesis.
- V. CONCLUSIONES.** Se considera en enunciados cortos, teniendo en cuenta los objetivos planteados.
- VI. RECOMENDACIONES.** Se precisa en base a los hallazgos encontrados.
- VII. PROPUESTA.** Se presenta una propuesta sustentada, con el objetivo predeterminado en la investigación.
- VIII. REFERENCIAS.** Se consigna todos los autores de la investigación.

## Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Dictamen de la sustentación de tesis .....	iv
Declaratoria de Autenticidad .....	v
Presentación.....	vi
Índice .....	vii
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	14
2.1 Tipo y diseño de Investigación.....	14
2.2. Variables, operacionalización .....	15
2.3 Población, muestra y muestreo.....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.5 Procedimientos .....	20
2.6 Métodos de análisis de datos .....	20
2.7 Aspectos éticos .....	20
III. RESULTADOS.....	22
IV. DISCUSIÓN .....	30
V. CONCLUSIÓN:.....	35
VI. RECOMENDACIÓN: .....	36
VII. PROPUESTA .....	37
VIII. REFERENCIAS.....	51
Anexos.....	55
Matriz de consistencia .....	56
Instrumentos de recolección de datos.....	57
Validación de instrumentos .....	62
Índice de confiabilidad .....	72
Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación .....	73
Validación de la propuesta .....	74

Autorización de publicación de tesis al repositorio.....	89
Informe de originalidad.....	90
Acta de aprobación de originalidad.....	91

## Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de ejecución Responsabilidad Social Universitaria.....	22
Tabla 2. Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los docentes.....	37
Tabla 3. Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los estudiantes.....	38
Tabla 4. Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los estudiantes.....	39
Tabla 5. Nivel de imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín.....	27
Tabla 6. Nivel de imagen organizacional por parte de los grupos de interés.....	41

## **Índice de figuras**

Figura 1. Nivel de ejecución de Responsabilidad Social Universitaria.....	22
Figura 2. Nivel de imagen organizacionalde la Universidad Nacional de San Martín .....	27

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”, San Martín, cuyo objetivo fue Diseñar un modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto siendo las teorías más resaltantes la de Francois Vallaeyes que destaca a la responsabilidad social en 04 componentes definidos en la gestión universitaria, docencia, investigación y proyección y extensión universitaria; la población y muestra estuvo conformada por la comunidad universitaria de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto el método empleado fue recopilar información mediante la técnica de encuestas y entrevistas tanto al público interno de 67 personas entre, estudiantes, administrativos y docentes así como también del público externo de 189 personas que involucran a la universidad así como también a sus públicos objetivos, el tipo de investigación fue descriptiva propositiva. Cuyo resultado fue tener un modelo de responsabilidad social en 05 dimensiones: Liderazgo, docencia, investigación, proyección social y comunicación que está representado en la imagen de un árbol titulada como el árbol de la buena vida. En conclusión, la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto tiene un bajo índice de actividad y ejecución en lo que a responsabilidad social universitaria se refiere es por ello no goza de una buena imagen ante sus públicos objetivos, por ello se está presentando un modelo de responsabilidad social universitaria que debe implantarse como política y modelo de gestión para todas sus facultades, esto permitirá 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.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Universitaria, Imagen Organizacional, comunicación, reputación.

## **ABSTRACT**

This research entitled “Model of University Social Responsibility to improve the organizational image of the National University of San Martín - Tarapoto, 2018”, San Martín, whose objective was to Design a model of University Social Responsibility to improve the organizational image of the National University de San Martín - Tarapoto, the most prominent theories being that of Francois Vallaey's that highlights social responsibility in 04 components defined in university management, teaching, research and projection and university extension; The population and sample was made up of the university community of the National University of San Martín - Tarapoto. The method used was to gather information through the technique of surveys and interviews both to the internal public of 67 people among students, administrators and teachers as well as the External public of 189 people involving the university as well as their target audiences, the type of research was descriptive purposeful. Whose result was to have a social responsibility model in 05 dimensions: Leadership, teaching, research, social projection and communication that is represented in the image of a tree titled as the tree of the good life. In conclusion, the National University of San Martín - Tarapoto has a low activity and execution index in terms of university social responsibility, which is why it does not have a good image before its target audiences, so a model of University social responsibility that must be implemented as a policy and management model for all its faculties, this will allow the population to be approached according to their true needs since it is one of the ways to improve the organizational image or institutional image in front of society by the which we were created.

**Keywords:** University Social Responsibility, Organizational Image, communication, reputation.

## I. INTRODUCCIÓN

Las universidades en Latinoamérica vienen atravesando por una serie de dificultades, una de ellas tiene que ver con la caída de su imagen organizacional frente a los mismos representantes de la comunidad universitaria (autoridades, trabajadores, docentes y estudiantes) tanto como de su público externo (grupo de interés), debido a que se ha visto un claro decaimiento en la formación de los profesionales así como también una débil preocupación por los problemas sociales. Es por ello que las universidades han optado por introducir dentro de sus estrategias el objetivo de la responsabilidad social universitaria (rsu) como el nuevo enfoque a mejorar la calidad educativa, basándose fundamentalmente en su compromiso social.

Este compromiso social y participación activa de la comunidad universitaria se le denomina responsabilidad social universitaria que Vallaeys, F. (2013) lo define como una decisión política prioritaria para la mejora continua de la universidad y sus actores hacia un buen desempeño de sus objetivos sociales para el cual fue creado recayendo en los siguientes procesos según el autor como la gestión ética y ambiental de la institución, formación de profesionales responsables y solidarios, producción y difusión de trabajos de investigación, participación social de sus actores en promoción de un desarrollo más humano y sostenible. Sin embargo esta definición tiene una profunda reflexión del que hacer universitario que muchas veces no se logra obtener con facilidad, por eso creemos que estos objetivos deben ir acompañados con una estrategia de motivación para todos los segmentos de la comunidad universitaria y que estos a su vez tengan un reconocimiento social grande que vaya articulada a la oficina de imagen institucional para su promoción por todos los espacios y medios de comunicación pertinentes, resaltando y reconociendo su participación en todos los frentes. (p.10).

En el Perú sin embargo ha sido adoptada por la nueva ley universitaria N° 30220 (2014) define como la principal actividad de la vida universitaria, ya que permite afianzar el desarrollo sustentable para mejorar las sociedades, esto compromete a toda la comunidad universitaria es decir directivos, administrativos, docentes y estudiantes, que esto a su vez ayudaría a mejorar la imagen ya que se trata de las acciones positivas propiamente dichas de la universidad hacia la sociedad mediante sus acciones académicas, investigación, proyección y extensión universitaria en el

desarrollo local y nacional (Perú, 2014: 527-229), así como también a recuperar el verdadero rol protagónico de las universidades. Sabiendo que la imagen organizacional no es otra cosa que la imagen conjunta basada en la apreciación del público o de forma personal de una organización que realiza una valoración diferenciadora y comparativa de sus particularidades (Günalan y Ceylan, 2014, p. 126).

En nuestro país ya existen universidades que vienen implementando modelos de responsabilidad universitaria como: Universidad Pontificia Católica del Perú y la Universidad Mayor de San Marcos quienes a su vez gozan de un alto prestigio y están consideradas también en los primeros lugares evaluadas como las mejores universidades del país en lo que concierne a la innovación y el impacto social que tienen cada una de ellas (República, 2017, p. 01).

Mientras que en la Región San Martín, la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto (UNSM-T), en su plan estratégico (2017-2019) considera el tema de responsabilidad social como prioridad, creando la oficina de Responsabilidad Social Universitaria, mediante Resolución N° 430-2015-UNSM/CU-R/NLU quienes han desarrollado la política institucional de responsabilidad social y se encuentran elaborando e implementando sus documentos de gestión y acciones ya definidas de forma coordinada con sus diferentes departamentos académicos. Sin embargo a pesar de los esfuerzos desarrollados aún no se ha logrado los objetivos propuestos, debido a condiciones de deficiente infraestructura, recursos económicos, equipamiento, recursos humanos, así como por la poca participación de los gestores y actores principales de las facultades por su deficiente conocimiento sobre el tema. Por lo tanto se propone el estudio de investigación que contribuirá a repercutir positivamente en la imagen organizacional de toda la universidad.

En consecuencia la responsabilidad social universitaria recién se viene abordando e implementando en las universidades debido a la exigencia de la ley universitaria, es por ello que nos urge realizar esta investigación para realizar una guía de gestión de las oficinas de responsabilidad social universitaria y que a su vez sea como muestra para cualquier otra universidad, basado en modelos y otras experiencias a nivel internacional y nacional, más aun sabiendo que las universidades son espacios de formación profesional cuyas acciones deben estar vinculadas a solucionar los

problemas de las sociedades mediante la participación constante de cada pieza clave de la comunidad universitaria partiendo de los directivos.

Es por ello que este trabajo de investigación ha creído conveniente en revisar algunos estudios relacionados con responsabilidad social universitaria, así como también sobre imagen organizacional a nivel internacional, encontrando a *Pinto, R. y Martín, D. (2016)*, en su artículo científico titulado: *La responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas*, investigación de carácter cualitativo y cuantitativo se analizaron veintidós de las veintiséis emisoras radiales existente, siendo la entrevista uno de los medios para obtener la información. Se concluyó que la mirada de la responsabilidad social en las emisoras universitarias españolas ha cambiado de manera considerable, lo que le ha permitido acercarse más a la población no sólo en la escucha de sus problemas sino también en la solución de las mismas. Lo que demuestra que la radio y otros medios de comunicación pueden ser excelentes iniciativas para promover las actividades que las universidades realizan así mismo acrecentar la imagen de manera positiva y de acercamiento a la comunidad. Si bien es cierto ahora son otros medios de comunicación los que llegan a un mayor público, habremos de considerar las redes sociales como un medio ideal para encontrarnos con nuestros públicos objetivos. (p.126)

Por lo tanto *Alvarado, E. Morales, D. Ortiz, J (2016)* en su artículo científico *análisis sobre la percepción que los directivos y docentes tienen de la responsabilidad social universitaria en las facultades de contaduría y administración en México*. Para ello se elaboró una encuesta semiestructurada de 11 y 13 preguntas mediante la escala de Likert, así mismo se realizaron 72 encuestas a directivos y 408 docentes. La conclusión de este estudio radicó en que la mayoría de los actores entre directivos y docentes encuestados parecen tener una percepción positiva acerca del trabajo que han realizado sus respectivas facultades de esa forma ellos sienten que podrán acceder a mejores beneficios como reputación, programas académicos acreditados, certificaciones, fondos públicos y mayor matrícula, entre otros, sin embargo esto solo es una percepción interna, valdría la pena evaluar también, la percepción de los públicos externos.

Mientras tanto en espacios superiores *Contreras, J. (2016)*. En su artículo científico: *Una metodología para aprender y desarrollar la responsabilidad social en estudiantes de pedagogía de la Universidad Arturo Prat, Iquique, Chile*. Estudio de tipo analítica a un grupo de 125 personas matriculadas, llegando a concluir que el Aprendizaje Servicio (A+S) es, sin duda, una metodología pedagógica que transforma positivamente a quienes la experimentan y es una manera directa de involucrarse con la comunidad y aprender mediante la inserción de los fundamentos teóricos a la práctica. Además esta técnica da la oportunidad a nuestros estudiantes la posibilidad de aplicar de manera solidaria y desinteresada sus conocimientos y al mismo tiempo aprender, esto tendría mayor valor no sólo para los propios universitarios sino también una imagen positiva frente a la sociedad pero para lograr ello los alumnos necesitan no sólo de profesores expertos, sino también de profesores iguales o más comprometidos que ellos mismos con su entorno.

Por ello *Díaz, J. y Martínez, O. (2016)* en su artículo científico: *Concepciones sobre la formación n responsabilidad social: Estudio de caso en la facultad de psicología de una Universidad Privada de Bogotá de la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia*. Se realizó el trabajo de investigación de corte cualitativo en la que se aplicaron instrumentos y técnicas como entrevista, grupo focal y una encuesta de opinión cuya muestra fue 31 personas así como también 30 egresados. Por medio de un estudio de caso, se aplicaron instrumentos y técnicas como entrevista, grupo focal y una encuesta de opinión. Concluyendo que no existe una definición clara de responsabilidad social universitaria, es más los docentes al parecer no lo ven importante, lo que podría demostrar claramente que no se viene trabajando en buscar un compromiso sincero con el desarrollo profesional ni humano de los propios estudiantes. Podríamos decir claramente que los mismos docentes no demuestran compromiso en el desarrollo de sus actividades, se hace necesario que esta filosofía de responsabilidad social sea considerada como uno de los valores fundamentales de la institución para obtener beneficios comunes.

Sin embargo *Cely, M. (2016)* en su tesis doctoral *Responsabilidad Social Universitaria: Nueva Identidad compromiso: Nueva identidad compromiso: estudio de caso departamento del Meta, Colombia. Huelva, Colombia* investigación de tipo documental y descriptiva y diseño cualitativo donde se aplicaron encuestas a 225

estudiantes, 28 egresados, 27 directivos entre ellos el personal administrativo y 63 docentes para luego realizar estrategias de fortalecimientos de responsabilidad social universitaria, llegándose a concluir en el estudio que las universidades están avanzando en forma pausada y en otras nulas, debido a que sólo realizan acciones filantrópicas que dicho de otra manera según su propio concepto no es ni vendría a ser responsabilidad social universitaria. Esto es una clara muestra de que las actividades siguen siendo vistas como simples actos de solidaridad, lo cual no repercute en las verdaderas funciones de una universidad, además carece de una clara intervención según los grupos de intereses que esperan mucho de las universidades, por ello no se observa un bajo interés y voluntad tanto de las autoridades universitarias así como de sus miembros quienes han generado una expectativa de gran parte de la población.

En el ámbito nacional se logró encontrar un artículo científico de *Noguera, M. Ignacio, J. y Fernández, A. (2018)*, en la revista *Iberoamericana de Educación Superior, Mexico. La rsu en Iberoamérica: Analisis de las legislaciones de Brasil, España y Perú*. Estudio básicamente descriptivo que concluyó en un análisis de acuerdo a la implementación de la legislación, concluyendo que las experiencias analizadas en Brasil y en Perú revelan que las prácticas consideradas como responsabilidad social universitaria se constituyen en las tradicionales actividades de extensión proyección y/o servicios direccionadas, prioritariamente, al desarrollo social, emanadas de la enseñanza y de la investigación, lo que se traduce en pertinencia social, acorde con sus realidades de acentuada exclusión social propias de países en vías de desarrollo, España, sin embargo opta por la dinámica de la Unión Europea de ser un modelo de universidad socialmente responsable preocupada por conquistar, como bloque supranacional, un espacio de destaque en la sociedad del conocimiento, dentro de una competición global entre las grandes potencias mundiales.

A nivel local en la región San Martín *Flores, R. (2015)* en su tesis titulada: *Responsabilidad social y conciencia ambiental en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín, 2015*, de corte transversal correlacional, con una muestra de 46 estudiantes, se utilizaron encuestas y entrevistas dirigidas tanto a docentes como estudiantes, concluyendo que existe

relación en las variables responsabilidad social y conciencia ambiental, en el caso de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo obtuvieron un gran porcentaje de desconocimiento con un calificativo de “regular” sobre el conocimiento de responsabilidad social y “bajo” en lo que se refiere a nivel de conciencia ambiental, lo que demuestra dicha relación, si hay desconocimiento de lo que es responsabilidad social hay bajo nivel de conciencia ambiental, lo cual es un indicador que es necesario seguir fortaleciendo en los estudiantes sobre el compromiso universitario como parte de la responsabilidad social en los estudiantes de esa carrera así como también en toda la universidad.

Otro de las variables a investigar es sobre la imagen organizacional a nivel internacional encontramos a *Patlán, J. y Martínez, E. (2017)* que en su artículo científico *Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución educativa superior en México*, la metodología utilizada en esta investigación consistió en cinco etapas: Una de ellas consistió en las estadísticas descriptivas y el análisis de la imagen organizacional en las escuelas o institutos de las instituciones educativas superiores evaluadas, se utilizó una muestra de 226 profesores y 542 estudiantes. La conclusión permitió confirmar la presencia de cuatro factores, tres factores de imagen cognitiva y un factor de imagen afectiva, sin embargo también vale la pena averiguar cuáles son los mecanismos que más influyen en la percepción de los públicos objetivos o cuales son las actividades que más destacan para que las instituciones sean reconocidas con altos niveles de confiabilidad que muchas instituciones demoran en posicionar.

Mientras tanto *Aicaide, P. (2017)* manifiesta en su tesis *Imagen de las instituciones de educación superior: Desarrollo de un modelo de medición y estimación aplicada a universitarios de España y Portugal* de tipo cualitativo y cuantitativo cuya muestra fue de 500 alumnos de una universidad privada en España y una pública en Portugal donde se utilizó un cuestionario con la escala de Likert. Llegando a la conclusión que la aplicación de una filosofía de marketing a la gestión universitaria, tanto en universidades privadas como públicas, se entiende como una fortaleza en un entorno cada vez más competitivo porque permite afianzar la seguridad. Además, la imagen es un valor esencial con el que las universidades pueden distinguirse una de otras, fortaleciendo su competitividad y reforzando su valor en los servicios educativos

prestados y comercializados. Para ello deben trabajar fuertemente una estrategia institucional en las redes sociales y otros medios de comunicación que esté acorde a los planes estratégicos fundamentales, así como también a su fin supremo (p.42).

A nivel nacional se pudo encontrar en el artículo científico de *Velásquez, M. (2018)* titulado *Gestión administrativa e imagen corporativa de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios*, el estudio fue de tipo básico, nivel descriptivo, con un diseño correlacional – transversal teniendo como muestra representativa de 206 trabajadores entre docentes y administrativos, así como también a 03 directivos a quienes se aprovechó para aplicar la encuesta de manera general independientemente, llegándose a concluir que el proceso de organización de la gestión administrativa influye significativamente en la imagen corporativa de la UNAMAD y que esto no está siendo aprovechado de manera eficiente en la organización de actividades, acciones y su difusión para los fines académicos y administrativos; así mismo la Universidad no ha sabido ganar presencia en los diferentes espacios sociales de la región. Además indican la falta de liderazgo y comunicación de funcionarios y directivos, debido a que provienen de distintos campos profesionales y carecen de formación en temas de gestión, comunicación y liderazgo.

Dado que el trabajo de investigación se centra en un modelo de responsabilidad social universitaria y la imagen institucional u organizacional será necesario revisar algunos conceptos básicos que sirvan como ejes sobre los conceptos que nos vamos a apoyar, así como también en las teorías por el cual se sustenta esta investigación por ejemplo Vallayes, F. (2018) define a la responsabilidad social universitaria como la incidencia de la universidad en la sociedad y en su entorno que genera a través de una gestión ética eficiente de sus procesos administrativos y funciones académicas sustantivas a fin de participar junto con los demás actores de su territorio de influencia en el impulso de ciudadanos justos pero sobre todo con visión sostenible. Así mismo Baca, H. (2015) quien define a la rsu como la capacidad institucional para generar y aplicar principios como valores universales, por medio de cuatro claves: Gestión, docencia, investigación y extensión universitaria los cuales están orientadas a mejorar la calidad de vida de sus públicos internos como externos y así disminuir

las brechas y perfeccionar los beneficios ofrecidos por la universidad y de esta manera se forma una imagen positiva hacia las universidades.

En otros conceptos la responsabilidad social universitaria es como un eje para la calidad educativa de la educación superior, bajo la mirada de Martines, A. (2016) es una fortaleza de la RSU es su incidencia en las funciones que son propias de la universidad como docencia, investigación, extensión o vinculación con el medio y de esta manera contar con un manual de rsu incorporado dentro de la gestión administrativa y académica que permita dar cuenta a la sociedad de las buenas prácticas de la IES frente a cada función. No cabe duda que esta premisa podría ayudar en la formación de los estudiantes, si es tomada con un alto respeto de contribución a la sociedad, sobre todo impulsando la investigación para ayudar en el desarrollo de nuestras sociedades, pero sobre todo con una mirada holística que nos permia trabajar en todos los sentidos. Hace necesario también trabajar con el sector inicial y primario porque allí se van forjando los nuevos ciudadanos del mañana.

*Córdoba, M. y Sánchez, E. (2016)* menciona en sus artículo científico: *La responsabilidad social y el voluntariado universitario* que la Comisión de Desarrollo Social de las Naciones Unidas en su informe del 12 de diciembre del 2000, expresa sobre voluntariado: Es un acto de generosidad que tiene también una virtud cívica que conllevan a acciones puntuales con un alto sentido humano que tienen impactos sociales, culturales y ambientales que nacen a partir del análisis y el escucha de las necesidades ajenas, eso conlleva a interesarse por otras personas lo cual constituye como las verdaderas razones de su motivación es decir un idealismo puro y humano. Los seres humanos se apoyan, protegen y cuidan unos a otros por amor y por compasión. Sin embargo, en su dimensión espiritual y su significado simbólico más profundos, el voluntariado transforma nuestro sentido con un toque más profundo produciendo una motivación intrínseca e extrínseco por los demás, aquí entran a tallar nuestros propios valores y nuestra calidad de seres humanos: somos lo que damos."(p.8). El voluntariado debe ser una política institucional, además de convertirse también de alguna manera un requisito mínimos para su formación profesional tal como lo hacen en otras universidades del mundo, para que de esta manera el estudiante se sienta más comprometido con su entorno social y sobre todo con su medio.

Por su parte otros de los conceptos que tomaremos para este estudio es sobre la imagen corporativa al cual Johnson y Zinkhan (cit, Pulido, A. 2017) dice que la imagen corporativa o la imagen de la organización recae en la apreciación general de la empresa sostenida por los stakeholders o grupos de interés. La imagen corporativa es sinónimo de la imagen institucional, por ello en este trabajo de investigación utilizaremos a la imagen organizacional porque se está hablando de una institución u organización universitaria, dicha percepción será evaluada tanto por el público interno así como también por su público externo quienes finalmente tienen una calificación externa del mismo.

La imagen organizacional también tiene que ver mucho con la reputación término que según la Real Academia Española dice que es el sentir y aprecio que se tiene a alguien o algo recayendo todo en el prestigio o estima por alguien o algo (RAE, Octubre 2014) Lo que significa que también utilizaremos este término como un indicador esencial porque también puede definir la imagen que tiene una institución. (p. 132).

La imagen organizacional también ha sido estudiada por la literatura organizacional como en el caso del marketing desde ópticas diferentes (Ravsi, 2016). Tal y como sostiene Hatch y Schultz (2002) de una perspectiva externa, definiéndola como las manifestaciones y sentimientos acerca de una organización que se encuentra en la mente de sus stakeholders o públicos objetivos, tales como los clientes, la comunidad, proveedores, distribuidores, el estado, las entidades reguladoras y de acreditación, los inversores, etcétera. Se focaliza también en la impresión que la entidad o compañía genera en el entorno, concepto similar al de la marca corporativa o imagen corporativa, así como también desde la perspectiva interna, la cual puede ser definida como la manera en la que los miembros de una organización creen que esta vista por otros agentes externos (Dutton y Dukerich, 1941). Esta noción interna de lo que los piensan se construye como resultado de la interacción que diariamente existe entre agentes internos y externos así como los intentos deliberados de los managers por influir en la opinión pública (Gioia, Hamilton y Patvardhan, 2014).

Otros autores como Luengo, G. (2016) en su tesis doctoral: *La marca y otros recursos intangibles en la comunicación de las principales cadenas hoteleras españolas a través de sus sedes web*, menciona a la reputación como uno de los

principales generadores de valor dentro de una empresa y, a través de ella, la empresa puede tener una mejor relación con sus grupo de interés, es decir lo conceptualiza como las percepciones reconocidas por los stakeholders de una organización basados en la actuación y desempeño de esta (p.08)

Johnson y Zinkhan (2015) *La imagen corporativa o la imagen de la institución* se centra en la apreciación general de la empresa o imagen generada en la mente por los diferentes segmentos del público. Esto nos indica que podríamos evaluar a todo el que labore dentro de la institución y al público beneficiario como las empresas, jóvenes pre universitarios e inclusive la población. Esta imagen corporativa u organizacional que estamos tomando en esta investigación debe ser trabajado fuertemente con los públicos internos de la institución porque debe primar entre todos la cultura organizacional y sobre todos los valores institucionales donde cada miembro debe estar comprometido, esto implica capacitación interna en todos sus niveles y sobre todo de una mirada gerencial horizontal (p.76).

La comunicación es un sistema para recibir apoyo en todo sentido desde la oferta o compra de un servicio pero siempre con metas definidas, cuando este sistema es aplicado como estrategia de imagen, este puede mantener su mensaje social a favor del desarrollo, es decir como el mensajero de dialogo de la empresa, institución u organización hacia la comunidad y de esta manera crea una buena imagen organizacional, convirtiéndose en un mecanismo de comunicación efectiva para los fines de la organización como lo dice Mut y Breva (2013), por consiguiente la gestión de la comunicación es esencial para cualquier institución porque repercute tanto en la rentabilidad como en la imagen organizacional que finaliza en la competitividad. Esta comunicación debe ser abordada con más énfasis en las redes sociales, pero con un enfoque más participativo sin ánimos de caer en la autopromoción, sino más bien debe ser muy bien planificado con un enfoque de gestión de la comunicación por parte de la universidad hacia sus públicos objetivos (p. 40).

La legitimidad también es un factor que de todas maneras impulsa a cualquier persona, empresa, institución y organización a obtener mayores beneficios con respecto a la imagen, por lo tanto cuanto mayor sea el nivel de credibilidad los estándares de sus beneficios en el fortalecimiento de su imagen será mejor, estos

niveles de credibilidad pueden crecer simultáneamente conforme pase el tiempo gracias a la legitimidad, siempre y cuando realice actividades compatibles a solicitud de la sociedad y de acuerdo a los valores como a las reglas establecidas por las sociedades (Diez et al, 2010: 127). Esta definición puede ser un componente importante para las instituciones que necesiten encontrar un acercamiento positivo en la sociedad lo que repercutirá de igual manera en su recuperación de la confianza de los públicos bien llamados stakeholders. Además debe ser tomado con un enfoque de medir la imagen y reputación de la institución en todos los sentidos (p.312).

Allí mismo la institucionalidad también forma parte de la imagen que se quiere formar, es aquí donde se establecen como indicadores clave para establecer las conductas institucionales, que ayuden a las diferentes organizaciones a cumplir sus objetivos pero sobre todo a alcanzar con sus actividades su aceptación, legitimidad o prestigio (Llamas, 2005), en ese sentido Moneva y Martín (2012) resaltan que las acciones de responsabilidad social son elementos de obtención de ventajas competitivas y se justifica en la existencia de un mercado cada vez más competitivo que debe llevar al acercamiento de la universidad con sus pueblos ya que aún no se encuentra debidamente desarrollado, es por ello que las universidad deben trabajar estratégicamente en todo sentido.

De esta forma Vallaeys. (2013) define que los impactos se pueden enmarcar en cuatro ámbitos y que esto a su vez le permite tener un claro espacio de sus desarrollo como a) Impactos de funcionamiento organizacional, impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil; b) Impactos educativos: impactos directamente relacionados con la formación, profesional, deontología, ética profesional de cada disciplina y su rol social; c) Impactos cognitivos y epistemológicos, impactos producidos por la producción intelectual del saber y las tecnologías; d) Impactos sociales, impactos sobre la sociedad y su desarrollo económico, social, político y ambiental.

Este impacto directo debe ser sobre el futuro del mundo ya que son los futuros profesionales y ciudadanos quienes son formados en estos espacios. Aquí podremos determinar si ellos se convierten en referentes y actores sociales importantes que pueden promover o no el progreso, que pueden crear o no capital social o simplemente vincular la educación de los estudiantes con la realidad social exterior y

finamente hacer accesible o no el conocimiento a todos, (Vallaey, de la cruz, y Sasia, 2019) por lo tanto se deberá utilizar como una estrategia comunicacional tanto para sus públicos internos como externos.

En ese sentido nos vemos en la obligación de formularnos la siguiente pregunta ¿De qué manera un modelo de responsabilidad social mejorará la imagen organizacional de la UNSM - Tarapoto? Para los cuales debemos también debemos conocer los problemas específicos: i. ¿Conocer el nivel de ejecución de la responsabilidad social universitaria en la UNSM - Tarapoto?; ii. ¿Cuál es el nivel de imagen organizacional que tiene la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto ante la sociedad?; iii ¿Cuáles son las características del modelo de responsabilidad social universitaria para la Universidad Nacional de san Martín - Tarapoto?; iv. ¿Qué nivel de validez tiene el modelo de responsabilidad social universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto?

De esta manera este estudio tiene la conveniencia de identificar en qué estado se encuentra la ejecución el programa de responsabilidad social universitaria, así mismo conocer las acciones implementadas y de esta manera poder proponer nuevas acciones a través de la construcción de una propuesta de modelo de responsabilidad social ligado a la imagen organizacional para ser aplicada en la UNSM – Tarapoto así como también de otras universidades del país y del mundo y que este a su vez nos sirva de alguna manera en la relación social externa si no también todos los integrantes de la UNSM - Tarapoto, así como también los públicos externos quienes son los que califican a la universidad según su nivel de participación y percepción.

La responsabilidad social universitaria tiene una implicancia práctica porque la investigación facilitará la detección oportuna de deficiencias de los actores internos de la UNSM - Tarapoto con respecto a su incidencia interna y externa, así mismo tendrá implicancias teóricas porque permitirá conocer la información de las variables y la situación real de la UNSM - Tarapoto así como también conocer la importancia teoría de la comunicación organizacional para mejorar la reputación ante la sociedad que fue recogida de trabajos de investigación, artículos científicos libros, sitios web, que fueron debidamente citados mediante el método APA. Por su parte las Implicancias Metodológicas: La presente investigación pretende proponer un modelo de responsabilidad social universitaria utilizado en la Universidad Nacional de San

Martín – Tarapoto, con la intención de conocer más a fondo como se viene implementando esta área en todas las facultades existentes en la ciudad de Tarapoto para luego hacer un análisis descriptivo real hasta el presente año.

La hipótesis planteada fue que: Si aplicamos un modelo de rsu mejorará la imagen organizacional de la UNSM – Tarapoto, así creemos que no se viene ejecutando correctamente los planes de la oficina de rsu y no se está comunicado como se debe todas las acciones que realiza esta oficina; además de tener como objetivo general: Diseñar un modelo de rsu para mejorar la imagen organizacional de la UNSM – Tarapoto y como objetivos específicos: i). Conocer el nivel de ejecución de la responsabilidad social universitaria en la UNSM - Tarapoto; ii). Identificar el nivel de imagen organizacional que tiene la UNSM - Tarapoto; iii) Mejorar los componentes de un modelo de rsu; y por ultimo iv). Validar el modelo de rsu mediante el juicio de expertos.

## II. MÉTODO

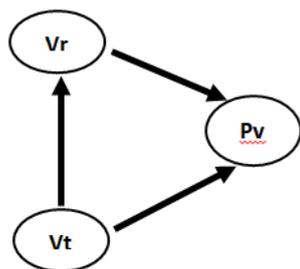
### 2.1 Tipo y diseño de Investigación

Tipo: El trabajo de investigación es de tipo descriptivo propositivo según Hernández, Fernández y Baptista (2010), porque en una primera fase se describe tanto a la responsabilidad social universitaria así como también a la imagen organizacional, luego se diagnosticó el sistema de trabajo de la oficina de rsu de la UNSM - Tarapoto para luego saber y conocer ¿Cuál es el nivel de ejecución de la rsu? Así como también conocer la imagen organizacional y la percepción de los públicos objetivos de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto?, luego se recopiló información y modelos de responsabilidad social que existen a nivel mundial y nacional en la universidades para que con los hallazgos obtenidos realicemos un análisis y propongamos un modelo de responsabilidad social universitaria para la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto de acuerdo a su realidad, planteando mecanismos y estrategias de acción para la mejora de la imagen organizacional que toda institución necesita.

Diseño: El diseño estructural de la presente investigación consiste en lo siguiente:

Estructura de la propuesta:

Esquema:



Dónde:

Vr = Diagnóstico de la realidad

VT = Teorías

Pv = Propuesta validada

## 2.2. Variables, operacionalización

### Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
1	Vallaey (2009) Una política de mejora continua de la universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante la gestión ética y ambiental de la institución; la formación de ciudadanos responsables y solidarios; la producción y difusión de conocimientos socialmente pertinentes; y la participación social en promoción del desarrollo más humano y sostenible.	Para conocer el nivel de responsabilidad social universitaria, se debe evaluar su mirada ética mediante la transparencia en sus autoridades, niveles de producción en investigación científica, participación activa de la universidad frente a los problemas sociales.	Ética y Responsabilidad Ambiental  Formación Profesional y ciudadanía  Gestión social del conocimiento  Extensión y Proyección Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación y marketing responsable.</li> <li>• Buen clima de trabajo</li> <li>• Actividades ambientales por medio de voluntariados</li> <li>• Número de proyectos de investigación presentados</li> <li>• Número de proyectos aprobados</li> <li>• Número de Docentes que promueven la responsabilidad social universitaria</li> <li>• Número de docentes que consideran dentro de su plan proyectos de responsabilidad social universitaria</li> <li>• Número de actividades de proyección y extensión universitaria por facultad</li> </ul>	<b>Nominal</b>

Elaboración Propia en base a Vallaey. F (2013)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	escala
2	Johnson y Zinkhan (2015) La imagen corporativa –o desde la imagen de la institución- centra en la percepción general de la empresa mantenida por los diferentes segmentos del público	La imagen corporativa se puede medir desde la percepción de los miembros quienes conforman la institución, así como también de su público externo	Cultura Organizacional (Interna)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Admiración</li> <li>• Percepción</li> <li>• Estima</li> <li>• Confianza</li> </ul>	<b>Nominal</b>
			Comunicación corporativa (Externa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Admiración</li> <li>• Percepción</li> <li>• Estima</li> <li>• Confianza</li> </ul>	

Elaboración propia

### 2.3 Población, muestra y muestreo

Población: Estuvo conformada por dos segmentos, el primero de ellos integrado por la comunidad universitaria constituida por autoridades, docentes, estudiantes, y administrativos de la UNSM– Tarapoto y según datos reportados por la Universidad Nacional de San Martín en total son: 5217 estudiantes, 523 docentes y 820 administrativos haciendo un total de 6560 y el siguiente segmento está conformado por el público externo, donde se encuentran los usuarios, estudiantes pre universitarios, empresarios y sociedad en general, de los cuales no se puede determinar el dato exacto.

Muestra:

Para el cálculo de la muestra se utilizó las siguientes formulas:

Para la Población Finita del público interno:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(z^2(p * q))}{n}}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (éxito)

e = Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Para lo cual usamos los siguientes datos

Z: 1.65; Nivel de confianza al 90%

p: 0.5; Proporción de la población con la característica deseada.

q: 0.5; Proporción de la población sin la característica deseada.

e: 0.1; Error permisible.

N: 6560; Tamaño de la población

El resultado de la aplicación de la fórmula nos dio una muestra de 67 personas de la comunidad universitaria, a quienes se aplicó los instrumentos diseñados a partir de la operacionalización de las variables mediante técnica de encuesta, con el fin de recoger datos sobre la problemática estudiada en la investigación para ser procesados y realizar el análisis correspondiente. En este trabajo se consideró un muestreo estratificado aleatorio simple de (32) estudiantes, (20) docentes y (15) administrativos.

Para la Población infinita del público externo:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (éxito)

e = Nivel de error dispuesto a cometer.

N= Tamaño de la población

Para lo cual usamos los siguientes datos

n: Tamaño de la muestra.

Z: 1.65, Nivel de confianza al 90%

p: 0,5; Proporción de la población con la característica deseada.

q: 0,5; Proporción de la población sin la característica deseada.

e: 0,6; Error permisible.

N: Tamaño de la población.

El resultado de la aplicación de la fórmula nos dio una muestra de 189 personas de la población externa a quienes se aplicó los instrumentos diseñados a partir de la operacionalización de las variables mediante técnica de encuesta, con el fin de recoger datos sobre la problemática estudiada en la investigación para ser procesados y realizar el análisis correspondiente. En este trabajo se consideró un muestreo aleatorio simple (80) estudiantes pre universitarios, (40) empresarios y (69) pobladores que se eligió por conveniencia para el público externo.

Los criterios de selección de la muestra fue en primer lugar a los encargados de la comisión de rsu, estudiantes y administrativos fueron aleatorias por facultad y escuela profesional; en el caso del público externo se optó por formar grupos de empresarios, estudiantes pre universitarios y algunos pobladores, así también se utilizó una entrevista a conocedores del tema de enfoque social.

#### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

**Técnica.** Para encontrar los objetivos de este estudio, se utilizó la técnica de la encuesta.

**Instrumentos.** Para la recolección de datos de las variables de estudio, se utilizó al cuestionario como instrumento; siendo así para la variable responsabilidad social universitaria el cuestionario fue elaborado por el propio autor, cotejándose a modelos existentes como referencia, así como, los intereses del mismo, lo cual estuvo estructurado en cinco dimensiones, 18 ítems, cuyas valoraciones fueron:

Muy mala 1; Mala 2; Regular 3; Buena 4, Muy buena 5

En cuanto a la variable imagen organizacional, el cuestionario fue elaboración propia, para ello, se tomó como referente a modelos existentes para consolidarlos; de tal manera, estuvo estructurado en 37 ítems, cuyas valoraciones fueron:

Muy mala 1; Mala 2; regular 3; Buena 4; Muy buena 5.

### **Validez**

Validez de los instrumentos: El cuestionario, fue sometido al juicio de cinco expertos entre ellos el Dr. Juárez Díaz Juan Rafael que dio una valoración de 4.7; Dr. Milton Segundo Vásquez Ruíz de 4.8; Dr. Soria Bardales Norman con 4.8; Dra. Rossana Herminia Hidalgo Pozzi con 4.9; Dra. Yoni Meni Rodríguez Espejo con 4.8; los que realizaron la verificación de cada uno de los indicadores propuestos tenían coherencia con las variables de estudio, teniendo como valoración entre 4.7 y 4.9 dando como un resultado promedio de 4.82 de validez de rsu en la UNSM–Tarapoto.

Con respecto a la variable de imagen organizacional los mismos expertos: Dr. Juárez Díaz Juan Rafael con una valoración de 4.6; Dr. Milton Segundo Vásquez Ruíz 4.8; Dr. Soria Bardales Norman, 4.8; Dra. Rossana Herminia Hidalgo Pozzi con 4.9; y la Dra. Yoni Meni Rodríguez Espejo dieron una valoración entre 4.6 y 4.9 dando como resultado final una valoración de 4.78,

Siendo el promedio de 4.8 calificativo para ambas variables: Responsabilidad Social Universitaria y Imagen Organizacional, lo cual significa un calificativo de “Excelente”. Con la cual se procedió a las encuestas para su respectiva confiabilidad.

### **Confiabilidad**

El análisis del alfa de Cronbach, permitió estimar la fiabilidad del instrumento a ser aplicado, por lo que, el valor obtenido tenga la consistencia de aplicabilidad debe estar lo más cercano al 1. Por lo tanto, la confiabilidad de la escala se obtuvo siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación. Las pruebas estandarizadas que se utilizaron para ayudar a tomar decisiones, tuvieron coeficientes de confiabilidad de por lo menos 0.75.

Es así que la variable de Responsabilidad Social Universitaria tiene una prueba de confiabilidad de 0.81 y la prueba de confiabilidad de la variable de imagen organizacional es de 0.76 que quiere decir que es confiable para poder ser ejecutado.

## **2.5 Procedimientos**

a) Obtención de información. Se solicitó información documentaria de la oficina de rsu de la UNSM – Tarapoto ello incluyó resoluciones, planes de trabajo, proyectos, presupuestos e informes sobre lo actuado en dicha área.

b) Listado de docentes de cada facultad. Se solicitó la relación de docentes según facultades, a efecto de hacer una entrevista con la intención de ver los avances en las actividades de su comisión.

c) Búsqueda de información de otras universidades que trabajan modelos o guías de rsu.

d) Elaboración del instrumento. En base a los distintos formatos sobre el modelo de responsabilidad social universitaria se procedió a elaborar un modelo de encuestas para medir el grado de ejecución de actividades de rsu, tanto a docentes, administrativos, que luego serán tabulados en un formato Excel.

e) Elaboración de la Propuesta. Se elaboró la propuesta del modelo de responsabilidad social universitaria para la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

f) Validación de modelo: Este modelo fue presentado a profesionales expertos para su conocimiento, revisión y validación.

## **2.6 Métodos de análisis de datos**

Con todos los instrumentos aplicados se procedió a incorporarlos en el programa Excel, para luego trasladarlos al análisis estadístico, mediante tabulación simple para la caracterización de las tesis mediante frecuencias absolutas y relativas; y tabulación para el análisis univariado.

## **2.7 Aspectos éticos**

El presente trabajo de investigación respeta todos los autores de libros, tesis y artículos científicos donde describen los diferentes conceptos y teorías de las

variables, por otro lado, los datos que aquí se muestran respetan la metodología descrita, así como también la validación de los instrumentos mediante el juicio de expertos para su ejecución. Todos estos datos fueron utilizados con rigurosidad y al mismo tiempo no fueron adulterados, asegurando así su fiabilidad.

### III. RESULTADOS.

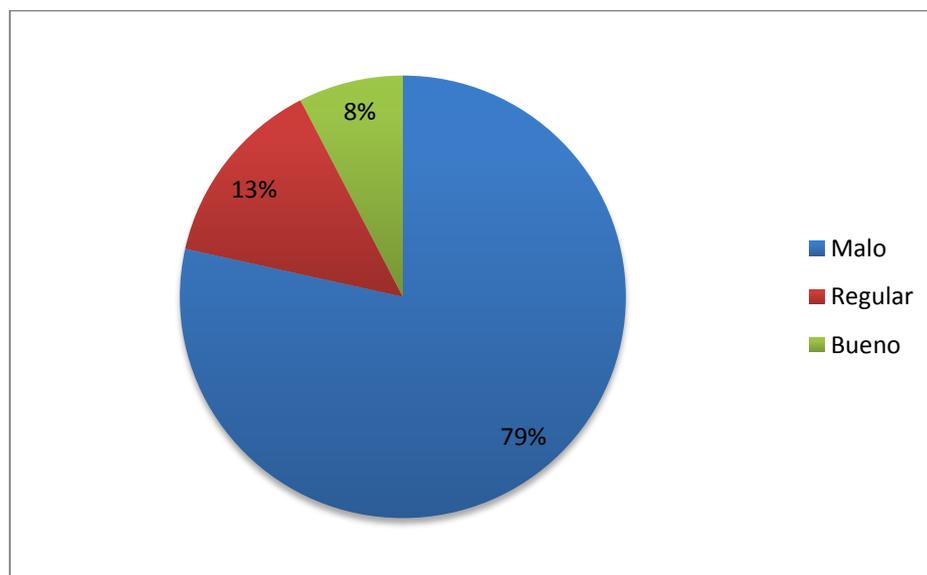
#### 3.1. Objetivo 1: Conocer el estado actual de la ejecución de la responsabilidad social universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto.

**Tabla 1**

*Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto..*

<b>Estado actual de la ejecución de responsabilidad social universitaria</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Bajo (0 -25)	53	79,11
Medio (26-51)	09	13,43
Alto (52 – (75)	05	7,46
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100,0</b>

*Fuente:* Datos obtenidos en la ejecución del proyecto de Investigación.



**Figura 1.** *Conocer el nivel de ejecución de Responsabilidad Social Universitaria*

*Fuente:* Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación.

### **Interpretación:**

Los resultados obtenidos de la ejecución de Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto percibida por los 67 (estudiantes, docentes y administrativos) universitarios involucrados en el estudio, es como se muestra en la tabla 1, donde se muestra como el más relevante el nivel “bajo” con un 79% y un 13% con el nivel de Alto, el 8% de ellos perciben como bueno el nivel de ejecución de responsabilidad social universitaria.

Con respecto a la dimensión de gestión podemos encontrar que la mayoría califica una mala gestión de la universidad con respecto a la rsu porque no se cumplen con asignar los presupuestos asignados, mala comunicación y poca participación de autoridades, administrativos docentes y estudiantes, mientras que en la dimensión de proyección universitaria, existe mucha participación ciudadana sin embargo esta participación no corresponden al desarrollo de la comunidad ni a sus problemas sociales y ambientales.

En la dimensión de investigación, no se conoce sobre los trabajos de investigación que ayuden a resolver en la práctica los problemas sociales.

En la dimensión de los docentes existen actividades de rsu que están incluidos en sus sílabos y planes de trabajo pero no son difundidos, ni promueven compromisos en sus estudiantes.

Por último en la dimensión de comunicación nos dimos cuenta que existe poca difusión de las actividades que realiza la comunidad universitaria, aduciendo que la mayor dificultad que ellos tienen es la asignación de presupuesto para ser difundidos en todos los medios de comunicación existentes.

Según las autoridades, administrativos, docentes y estudiantes manifiestan que la ejecución de la responsabilidad social universitaria es mala debido a que es un tema nuevo, según la ley universitaria y que no ha sido asumido como tal debido a su desconocimiento y poca difusión del mismo, si bien es cierto existen actividades que están estrechamente relacionadas al arte y actividades sociales, como es el caso de los talleres de danza, música entre otras actividades de solidaridad como la donación de sangre.

**3.1.1** Mirada de los estudiantes con respecto a la ejecución de la responsabilidad social universitaria.

**Tabla 2**

*Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los docentes.*

<b>Ejecución de la responsabilidad Social Universitaria según Docentes</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Dimensión Gestión y Liderazgo	1	05%
Dimensión Investigación	2	10%
Dimensión Docente	4	20%
Dimensión Proyección Social	12	60%
Dimensión Comunicación	1	05%
Total	20	100%

*Fuente:* Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación.

**Interpretación:**

Los resultados del presente cuadro nos muestran que los docentes realizan actividades de proyección social en su mayoría con un 60% y que consideran que no hay mucha gestión y liderazgo por parte de las autoridades para promover actividades de responsabilidad social universitaria con un 05%, determinando que hay un 05% comunicación de las actividades que se realizan. Es decir los docentes manifiestan una mayor incidencia en la proyección social, podría ser por la exigencia que tiene la misma universidad de exigir actividades en los planes de trabajo que son presentados semestralmente, sin embargo ellos mismos señalan con un 20% que sus demás colegas no hacen incidencia en promover con fuerza actividades de responsabilidad social.

**3.1.2** Mirada de los docentes con respecto a la ejecución de la responsabilidad social universitaria.

**Tabla 3**

*Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los estudiantes.*

<b>Ejecución de la responsabilidad Social Universitaria según estudiantes</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Dimensión Gestión y Liderazgo	3	09%
Dimensión Investigación	2	06%
Dimensión Docente	9	28%
Dimensión Proyección Social	14	44%
Dimensión Comunicación	4	13%
Total	32	100%

*Fuente:* Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación.

**Interpretación:**

Según la tabla pudimos determinar que los estudiantes universitarios consideran que se hace mayor proyección social universitaria con un 44% y se hace pocos trabajos de investigación con un 06%, teniendo como la gestión y liderazgo por parte de las autoridades con un 09% y la comunicación con un 04% y con un 28% de ejecución por parte de los docentes, lo que quiere decir que los estudiantes reconocen una mayor incidencia en la dimensión proyección social y la dimensión de sus docentes universitarios. Estos resultados reflejan nuevamente la poca incidencia en las dimensiones de investigación, gestión y liderazgo así como en la

dimensión de comunicación, lo que refleja una debilidad para trabajar internamente y eso repercute a toda la comunidad universitaria y en su público externo.

**3.1.3** Mirada de los administrativos con respecto a la ejecución de la responsabilidad social universitaria.

**Tabla 4**

*Estado actual de la ejecución Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto por parte de los alumnos.*

<b>Ejecución de la responsabilidad Social Universitaria según administrativos</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Dimensión Gestión y Liderazgo	2	13%
Dimensión Investigación	1	7%
Dimensión Docente	3	20%
Dimensión Proyección Social	7	47%
Dimensión Comunicación	2	13%
Total	15	100%

**Fuente:** Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación.

**Interpretación:**

Según la tabla pudimos determinar que los administrativos califican la ejecución de la responsabilidad social como bajas resaltando nuevamente a que si notan actividades de responsabilidad social con un 47% y con la más baja calificación a actividades que tiene que ver con investigación con un 07%, siguiendo con un 13% las dimensiones de gestión y liderazgo y comunicación y notan actividades de los docentes con un 20%, lo que demuestra finalmente que son las actividades de proyección social las que más se nota pero con un bajo índice en la dimensión de

comunicación, esto podría significar el poco involucramiento y participación que tienen con los estudiantes y docentes universitarios, tanto en los trabajos de campo, así como también en los trabajos de investigación.

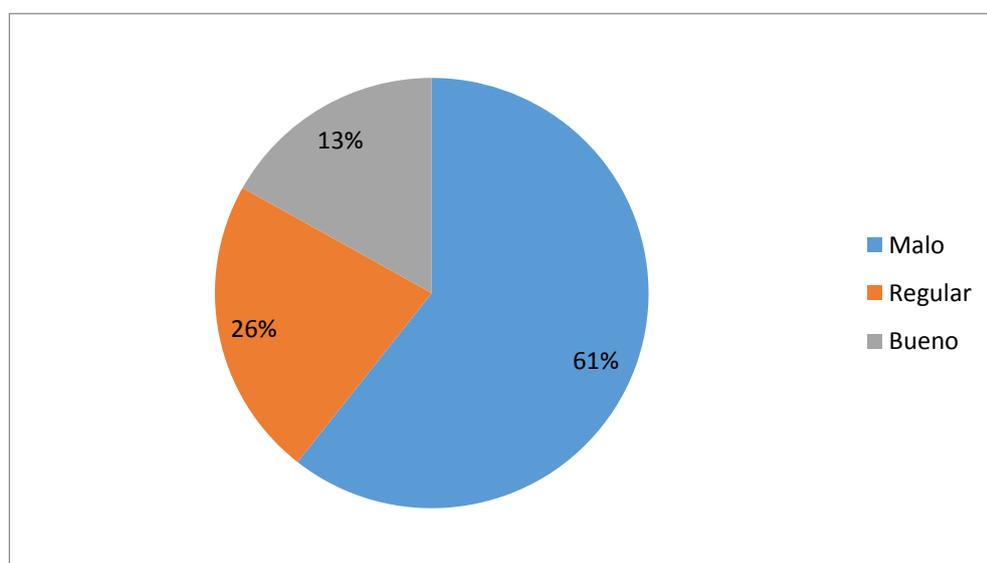
### 3.2 **Objetivo 2: Identificar el nivel de imagen organizacional que tiene la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.**

**Tabla 5**

*Nivel de imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.*

<b>Nivel de imagen organizacional</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Bajo (0 -50)	115	60,85
Medio( 51 -100)	49	25,92
Alto (101 – 150)	25	13,23
Total	189	100,00

**Fuente:** Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación



**Figura 2.** *Nivel de imagen organizacional*

**Fuente:** Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación.

**Interpretación:**

Los resultados descriptivos de la característica imagen organizacional percibida por 189 personas del ámbito empresarial y estudiantes pre universitarios que vienen a ser el público de estudio, se muestra en la tabla 2, que tiene la percepción de baja con un 61% y 26% de medio, siendo el 13% quien califica a una imagen alta, lo que representa la imagen negativa de nuestra universidad representado en muchos factores de percepción.

**3.2.1 Datos de nivel de imagen organizacional según grupos de interés****Tabla 6**

*Nivel de imagen organizacional por parte de los grupos de interés*

<b>grupos de interés / valor</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Estudiantes pre Universitarios	15%	25%	60%
Empresarios	11%	28%	61%
Sociedad civil	09%	29%	62%

*Fuente:* Datos obtenidos en la ejecución del Proyecto de Investigación

**Interpretación:**

Lo que se puede observar en el siguiente cuadro es el nivel de imagen organizacional según los grupos de interés, reflejándose que el mayor porcentaje de percepción de un bajo nivel de imagen organizacional se encuentra en la sociedad civil con un 62 %, seguido de los empresarios con un 61 % y con un 60 % por parte de los estudiantes pre universitarios, lo que muestra un bajo nivel de imagen organizacional por cada uno de los grupos de interés.

### **3.3 Componentes y características que debe tener un modelo de Responsabilidad Social Universitaria**

Según lo revisado existen muchos modelos y guías de rsu a nivel nacional e internacional que tienen componentes similares, lo que demuestra algo que vienen trabajando las universidades a nivel mundial, aquellos componentes son: Gestión Universitaria, Docencia, Investigación, Proyección Social, sin embargo en nuestro trabajo de investigación aparece un componente esencial que es el tema comunicativo, en ese sentido, nosotros optaremos por incluir al componente comunicacional como parte central de los otros componentes porque consideramos que es el corazón de la rsu.

### **3.4 Validación de la propuesta**

La propuesta fue validada por los expertos concluyendo que es totalmente aplicable, los resultados tuvieron una valoración de adecuado con un 20%, bastante adecuado con un 60% y muy adecuado con 20%, resultado obtenido de los 5 expertos, cabe resaltar que los ítems mejor calificados tienen el mayor porcentaje, la propuesta es aplicable por tener más del 80% en el rango de aprobación, lo que al juicio de los expertos es una propuesta con alta expectativa para su implementación, de esa manera se puede mejorar las acciones basadas en la responsabilidad universitaria y este mismo puede ayudar a mejorar la imagen organizacional de la UNSM – Tarapoto.

#### IV. DISCUSIÓN

Los resultados presentados en la investigación traen consigo diversos temas de Responsabilidad Social Universitaria tomando principalmente la imagen organizacional, los mismos fueron elaborados con opiniones de los representantes internos y público externos de la institución UNSM - Tarapoto, lo cual contribuirá a establecer una propuesta para mejorar la imagen de la institución con aportes basados en la realidad.

Sobre la variable responsabilidad social universitaria por ejemplo las autoridades, estudiantes, docentes y administrativos manifiestan conocer muy poco sobre el tema sobre todo en la ejecución, así mismo indican que las actividades de responsabilidad social universitaria no son cumplidas a cabalidad porque no hay iniciativa propia ya que es un tema nuevo que llegó con el licenciamiento, mientras tanto Alvarado, E. Morales, D. Ortiz. J (2016). Concluyó tener en que (directivos y docentes) encuestados parecen tener una percepción positiva acerca del trabajo que han realizado sus respectivas facultades. Esto demuestra que aún no se ha establecido un verdadero parámetro o modelo que toda la universidad debería tener como política de desarrollo, se sigue creyendo que el tener una oficina de responsabilidad social universitaria es netamente de proyección universitaria de índice solidario y de actividades artísticas.

Si lográramos tener una buena imagen gracias a la responsabilidad social universitaria, las instituciones afiliadas podrán acceder a beneficios tangibles y no tangibles como a una mejor reputación, programas académicos acreditados, certificaciones, incentivos con fondos públicos y privados, prestigio, legitimidad y mayor matrícula, entre otros. Sin embargo es necesario también evaluar que dicen los públicos objetivos, porque muchas veces nosotros mismos podemos ser evaluados de la mejor manera pero si eso es comparado con la percepción de la gente podría traernos algunas disconformidades, debido a que nuestros públicos siempre tienen una manera diferente de ver las cosas. En nuestros resultados sin embargo existe una baja imagen organizacional tanto de los públicos internos y externos que evaluaron de manera negativa en su gran mayoría, esto refiere en que no hemos trabajado de

manera estratégica un modelo o guía de rsu que satisfaga a los miembros de la comunidad universitaria, así como también al público externo.

Otro resultado importante es que los docentes, estudiantes y administrativos recalcan es que la Universidad Nacional de San Martín no saben comunicar lo que hacen en un 80% porque todos realizan actividades de investigación y proyección social, pero que no son difundidos adecuadamente, mientras Pinto, R. y Martín. D. (2016), manifiesta que el concepto de responsabilidad social en las emisoras universitarias españolas ha cambiado de manera considerable, lo que ha repercutido en todo el resto de universidades españolas y se ha establecido como un referente del sector público y privado permitiendo la democratización del acceso a la comunicación, lo que le ha permitido acercarse más a la población no sólo en la escucha de sus problemas sino también en la solución de las mismas. Con esta investigación se comprobó que las estaciones ayudaron grandemente a los futuros profesionales a reconocerse a sí mismo y a fortalecer su identidad con sus carreras profesionales.

Lo que demuestra que la radio y otros medios de comunicación pueden ser excelentes iniciativas para fortalecer la responsabilidad social universitaria así mismo acrecentar la imagen de los mismos de una manera positiva y de acercamiento a la comunidad. Si bien es cierto ahora son otros medios de comunicación los que llegan a un mayor público, habremos de considerar las redes sociales como un medio ideal para encontrarnos con nuestros públicos objetivos. Comparada estos resultados encontrados con la investigación pudimos constatar que las recomendaciones parten en que se debe encontrar un mecanismo de comunicación eficiente entre la población beneficiaria y la universidad.

En lo que respecta a la imagen organizacional de la UNSM - Tarapoto nos encontramos a que existe una imagen negativa en la población calificándolo como mala en un 60% y 23% con un calificativo de regular, debido a que la universidad ha proyectado más imágenes negativas en el ámbito de sus autoridades, docentes y estudiantes ya que se resalta más las noticias negativas que positivas, así lo manifiesta Aicaide, P. (2017) dice que la imagen es la suma de todo y se convierte en el diamante que hará que las universidades puedan diferenciarse una de otras buscando la competitividad y reforzando el valor de los servicios educativos pero

sobre todo de lo que ofrece. En ese sentido deben trabajar fuertemente una estrategia institucional que esté acorde a los planes estratégicos fundamentales, así como también a su fin supremo. La imagen de la UNSM- Tarapoto es muy baja debido a una serie de factores negativos que existen como los manifiestan los estudiantes e incluso sus mismos profesores y administrativos quienes manifiestan en un 61% tener bajo, lo que indica una mirada negativa tanto del público interno como el externo, debido a las malas noticias que se difunden de la misma que tienen que ver con casos de corrupción.

Luego de ver tanto los niveles de ejecución de la rsu y la imagen organizacional nos pusimos a investigar cuál podría ser los componentes y estrategias que pudieran mejorar estos aspectos en la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto teniendo como resultado seguir interviniendo en acciones que le preocupan realmente en la sociedad y no centrarse en actividades culturales y de solidaridad que si bien es cierto son importantes en el desarrollo humano, pero no garantizan la verdadera solución a los problemas de la sociedad que tanto se espera de la universidad.

Por ello Contreras, J. (2016). Manifiesta que el Aprendizaje Servicio (A+S) es, sin duda, una metodología pedagógica que transforma positivamente a quienes la experimentan y es una manera directa de involucrarse con la comunidad y aprender a través de la aplicación de los conocimientos teóricos que los estudiantes adquieren en la universidad de esa manera involucras a los estudiantes a conocer y a analizar la realidad de una forma diferente. Además esta técnica da la oportunidad a nuestros estudiantes la posibilidad de aplicar de manera solidaria y desinteresada sus conocimientos y al mismo tiempo aprender. Vale la pena contribuir anticipadamente a la comunidad ganando experiencia directa en cada área de la formación integral de los estudiantes y aumentando su sentido de vocación y responsabilidad social con este tipo de metodologías pedagógicas.

Creemos además que este tipo de participaciones pueden en algún momento ser premiados y reconocidos a nivel de toda la universidad, esto tendría mayor valor no sólo para los propios universitarios sino también una imagen positiva frente a la sociedad. Lo que no ocurre en nuestra Universidad Nacional de San Martín –

Tarapoto ya que no existe un voluntariado activo por parte de estudiantes y docentes, ya que solo cumplen con actividades curriculares así como también actividades sueltas de la mirada de la Responsabilidad Social Universitaria ya que solo se cumplen actividades eventuales que aparecen en el momento.

Y finalmente encontramos que la rsu debe ser tomada como una política de gestión por parte de las autoridades universitarias y docentes que motiven e impulsen en los administrativos y estudiantes estrategias de involucramiento como aporte importante para la sociedad, lo que coincide con Cely, M. (2016) Las universidades públicas y privadas están avanzando de a poco pero hay otras que están en nada, porque siempre se han dedicado a hacer acciones de solidaridad y filantropía, que en el sentido estricto de la palabra no es responsabilidad social universitaria, que aporta a la imagen pero no es suficiente. Esto es una clara muestra de que las actividades siguen siendo vistas como simples actos de solidaridad, lo cual no repercute en las verdaderas funciones de una universidad.

Además las universidades han perdido el vínculo con los grupos de interés y por ello no se observa una participación activa voluntaria para asumir compromisos y acciones frente a las necesidades, requerimientos, intereses, satisfacciones y expectativas de los públicos objetivos y de interés, por lo tanto debemos las universidades deben proponer una serie de acciones basadas en lineamientos políticos que nazcan desde las autoridades y que estos a su vez se alinien a los objetivos de cada uno de los actores de la universidad. Además se debe partir de la premisa de desarrollar de capacidades y habilidades en todos los sentidos del desarrollo humano, esto permitirá tener una visión clara de lo que busca la sociedad de acuerdo a sus necesidades. Se reflexiona que el tomar conciencia de la Responsabilidad Social Universitaria es empezar por hacer cambios a nivel interno buscando el compromiso interno y externo para trabajar por la gestión de la responsabilidad.

Sabemos que hay un largo camino por recorrer, pero es necesario ir realizando pequeñas acciones que den resultados positivos, ahora depende del interés de los líderes para dar énfasis a estos temas motivando a todos los actores de la comunidad académica en este proceso de gestión, como principal característica para luego impulsar la investigación, que ayude a resolver los problemas y dificultades de la

sociedad, así como también buscar el compromiso de la docencia universitaria como parte ejecutora e impulsora con vínculo social, no como un simple proceso de cumplimiento sino más bien de cosas que conecten con sus estudiantes buscando finalmente la extensión o proyección universitaria con su público externo y por último la gestión de la comunicación como señalan algunos autores que el marketing es una estrategia de comunicación para las universidades, pero sobre todo como un mecanismo de proyección de imagen positiva tanto interna como externamente.

La validación de la propuesta nos muestra finalmente que efectivamente habría que se ha descuidado el tema comunicacional y eso se refleja en el poco impacto que tiene todas las acciones que realiza el área de responsabilidad social universitaria, además Vallaey, F. (2013) indica que el tema comunicacional debe estar en el componente de liderazgo o de gestión universitaria, sin embargo en este trabajo se indica que debe existir un componente o área de comunicación en el área de rsu para dar más realce a todas aquellas actividades o proyectos, iniciativas que nacen a partir de las necesidades que se encuentran en la sociedad además de contribuir grandemente en la mejora de la imagen organizativa y marketing para la misma UNSM– Tarapoto.

## **V. CONCLUSIÓN:**

- 5.1.** El modelo de responsabilidad social universitaria basado en la teoría de Francois Vallaey se ha replanteado, tomando como un componente esencial el tema comunicativo por su relevancia y su repercusión en el fortalecimiento de la imagen organizacional, es por ello que fue aprobado en su mayoría por todos los expertos que evaluaron la propuesta para su ejecución.
  
- 5.2.** El nivel de conocimientos sobre la ejecución de la responsabilidad social universitaria en la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto es baja en un 79% tanto por los, administrativos, docentes y estudiantes, eso denota una deficiencia que debe ser trabajada por autoridades y encargados de la oficina de responsabilidad social universitaria.
  
- 5.3.** La imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto es baja con un 61% así lo manifiestan los públicos internos y externos, lo que hace necesario trabajar fuertemente en acciones que generen imagen positiva eso podría significar trabajar fuertemente en la comunicación interna y externa que incluyan a directivos, administrativos, docentes y estudiantes en una estrategia por recuperar una buena reputación.
  
- 5.4.** Al revisar documentos de modelos de responsabilidad social se pudo encontrar que la mayoría de actividades se centra en un modelo estructurado de la gestión universitaria, docencia académica, investigación y proyección social sim embargo aparece como un componente interesante que es la comunicación porque permite comunicar las acciones positivas que realizan cada uno de sus miembros tanto autoridades, administrativos, docentes y estudiantes.

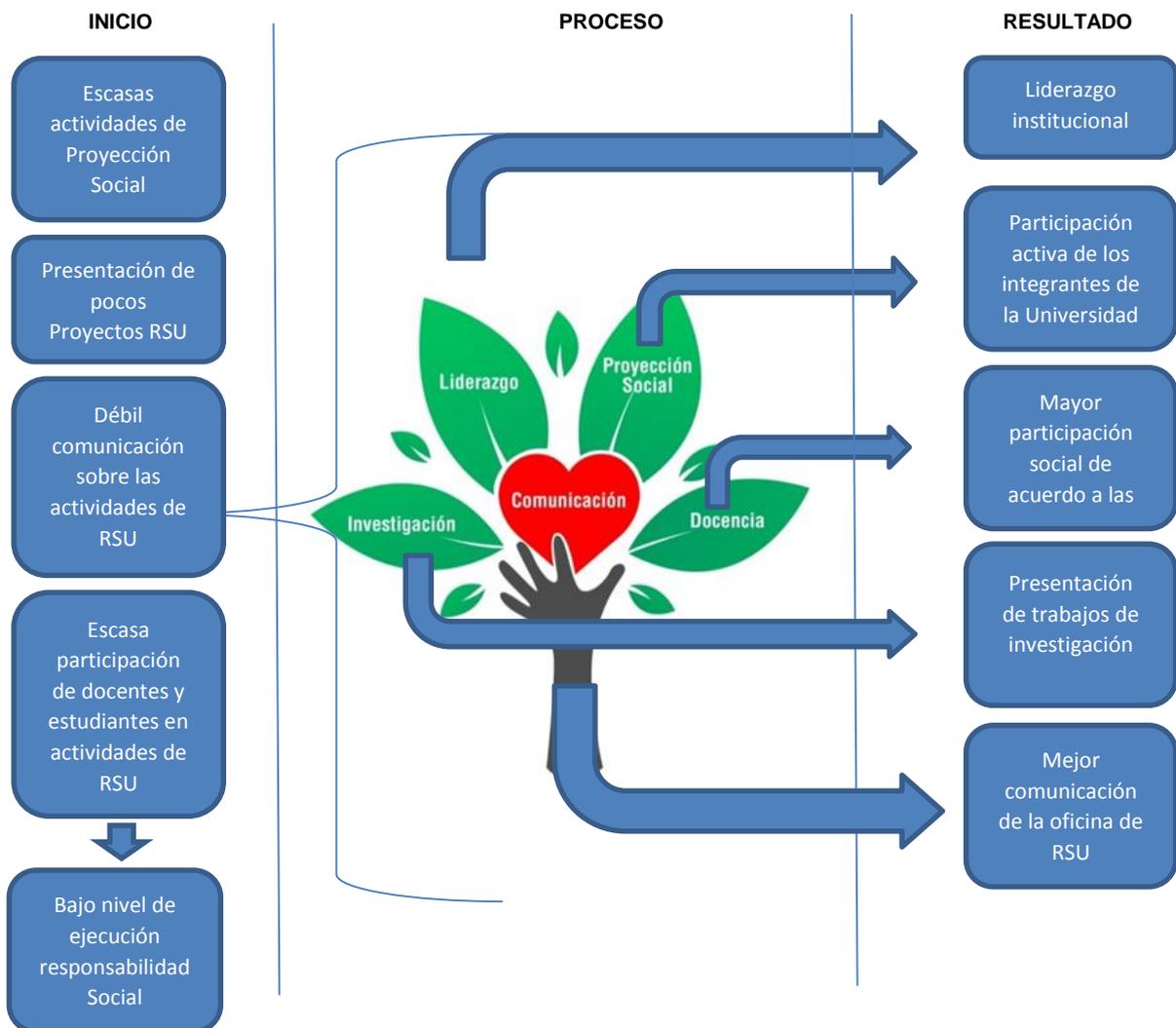
## **VI. RECOMENDACIÓN:**

- 6.1.** Al Rector implementar el modelo de responsabilidad social universitaria propuesto para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, haciendo énfasis en los ejes de investigación, voluntariado y comunicación para implantar una nueva filosofía universitaria con miras al desarrollo sostenible de la ciudad, región, país y el mundo
  
- 6.2.** A nuestras autoridades universitarias liderar las políticas de responsabilidad social universitaria generando liderazgo y transparencia en su gestión dotando también del presupuesto correspondiente del 2% según la ley universitaria a la oficina de responsabilidad social universitaria para el mejor desempeño de sus funciones.
  
- 6.3.** Al director de la oficina de RSU realizar eventos y charlas sobre Responsabilidad Social Universitaria para promover cuáles son sus acciones y sus repercusiones porque según los resultado tanto autoridades, administrativos, docentes y estudiantes desconocen las verdaderas acciones de este nuevo concepto de las universidades del mundo con miras a los estándares de calidad.
  
- 6.4.** A los encargados de la oficina de RSU incidir en los componentes de gestión universitaria, docencia, investigación, proyección social y comunicación para poder mejorar y acrecentar la buena imagen organizacional tanto dentro y fuera de la UNSM – Tarapoto.

## VII. PROPUESTA

Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018.

### 1. Representación gráfica



### 2. Introducción

Si bien es cierto el concepto de responsabilidad social no tiene una fecha exacta de iniciación algunos teóricos señalan que la responsabilidad social nace después de la segunda guerra mundial cuando muchos países quedaron devastados, algunas empresas de aquellos países decidieron apoyar a muchas personas dando espacios de ayuda social y oportunidad a las familias y personas que quedaron en

crisis por aquellos años, es decir este concepto fue adoptado por parte de las empresas privadas y hoy se conoce a aquellas iniciativas como Responsabilidad Social Empresarial, en el mismo proceso otras instituciones fueron dándose cuenta que la responsabilidad social no solo debe ser la razón de las empresas privadas e inclusive el estado, si no que toda persona u organización debería tener estas acciones como parte fundamental de su existencia.

En ese sentido muchas instituciones como las universidades se dieron cuenta que su razón principal de su creación fue el de promover enseñanza y de capacidades para los futuros gobernantes de aquellos tiempo, es decir era un espacio casi cerrado dónde sólo podían formarse a las familias de la aristocracia con el sólo fin de buscar el desarrollo armónico de la sociedad, pero luego se fue incorporando a mas actores porque el desarrollo implicaba tener más personas preparadas que contribuyan al desarrollo de sus pueblos.

Haciendo hincapié a esos inicios en los últimos años pareciera que las universidades se han olvidado de aquel fin supremo de su creación, es por ello que ahora las instituciones del mundo se han comprometido de fortalecer aquel tema porque de nada sirve formar profesionales con poca participación ciudadana y compromisos social. En nuestro país como en otros la responsabilidad social ha pasado a formar parte de los planes estratégicos con el objetivo de tener universidades y profesionales cada vez con más sentido social.

Es por ello que este documento forma parte de aquella recuperación de la imagen de nuestras universidades, en esta oportunidad este modelo es una propuesta para la UNSM – Tarapoto que se centra en 5 pilares fundamentales para lograr la repercusión que nuestras universidades necesitan para la transformación social y empatía con la sociedad.

### **3. Objetivos y/o propósito:**

#### **Objetivo General**

Mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín mediante acciones que contribuyan al desarrollo social mediante un modelo de responsabilidad social universitaria.

### **Objetivos Específicos:**

- Promover el compromiso social en todos los actores de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto (Autoridades, administrativos, docentes y estudiantes)
- Establecer un mecanismo de comunicación y difusión de todos los actores de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto para promover todos sus trabajos y acciones interna y externamente.
- Promover la mirada del desarrollo sostenible en toda la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

## **4. Teorías**

### **4.1 La Responsabilidad Social**

Para el desarrollo de este acápite es necesario resaltar como varios autores definen claramente a responsabilidad social universitaria como Vallaes, F. (2013) en una de sus publicaciones “Responsabilidad Social Universitaria: una nueva filosofía de gestión Ética e Inteligente para las Universidades” define a la responsabilidad social universitaria como una decisión política de mejora continua hacia el logro de sus objetivos tanto internos como externos mediante cuatro procesos: Gestión universitaria ética y ambiental de la institución; Formación de ciudadanos profesionales responsables y solidarios; Producción y difusión de trabajos de investigación; Participación activa social con desarrollo humano y sostenible.

Por otro lado Martines, A. (2016) dice que una de las fortalezas de la RSU es su incidencia en las leyes y disposiciones que son propias de la universidad (docencia, investigación, extensión o vinculación con el medio) y poder contar con un modelo de rsu incorporado dentro de la gestión administrativa y académica que permita dar cuenta a la sociedad de las buenas prácticas de la IES frente a cada función. No cabe duda que esta premisa podría ayudar en la formación de los estudiantes, si es tomada con un alto respeto de contribución a la sociedad, sobre todo impulsando la investigación para ayudar en el desarrollo de nuestras sociedades, pero sobre todo con una mirada holística que nos permia trabajar en

todos los sentidos. Hace necesario también trabajar con el sector inicial y primario porque allí se van forjando los nuevos ciudadanos del mañana.

Sin embargo la Responsabilidad Social Universitaria debe generar de alguna manera una imagen positiva frente a sus públicos objetivos tal como lo señala Johnson, M., y Zinkhan, G. M. (2015) La imagen corporativa o la imagen de la organización se centraliza en la apreciación general obtenida y generada en sus diferentes espacios y segmentos de la sociedad. Esto nos indica que podríamos evaluar a todo el que labore dentro de la institución y al público beneficiario como las empresas, jóvenes pre universitarios e inclusive la población.

Esta imagen corporativa u organizacional que estamos tomando en esta investigación debe ser trabajado fuertemente con los públicos internos de la institución porque debe primar entre todos la cultura organizacional y sobre todos los valores institucionales donde cada miembro debe estar comprometido, esto implica capacitación interna en todos sus niveles y sobre todo de una mirada gerencial horizontal. En el caso de las universidades debe suceder algo parecido, en primera instancia las autoridades deben estar convencidos de los cambios que genera el tener una política de responsabilidad social universitaria, no tan sólo porque lo señala la ley universitaria sino porque ese es su verdadero rol, ya que las universidades deben recuperar el prestigio por el cual fueron creados que no es otra cosa que el desarrollo de los ciudadanos con miras al desarrollo sostenible.

Por ello la comunicación es una secuencia transversal social, diseñada para enviar y recibir información constante con una finalidad definida. Cuando esta información es diseñada desde la institución, empresa o persona mantiene su filosofía social y es mirada como el mecanismo de dialogo entre los emisores y receptores de la persona, empresa, institución u organización con sus públicos de esa manera se convierte en el vehículo de información para mejorar su imagen ante los receptores, es decir es el eje medular y transversal de la organización que no puede alejarse de las estrategia y de sus fines organizacionales. Mut y Breva (2013), por consiguiente la gestión de la comunicación es esencial para cualquier institución porque repercute tanto en la rentabilidad como en la imagen organizacional que finaliza en la competitividad. Esta comunicación debe ser abordada con más énfasis en las redes sociales, pero con un enfoque más

participativo sin ánimos de caer en la autopromoción, sino más bien debe ser muy bien planificado con un enfoque de gestión de la comunicación por parte de la universidad hacia sus públicos objetivos.

La teoría que se está recogiendo para esta propuesta es la de Francois Vallaeys quien sintetiza que la responsabilidad social tiene alcance en 04 ámbitos de acción:

1.- **Ámbito organizacional:** Es la mirada de la universidad que se desarrolla como un todo con una estrategia de políticas y lineamientos bajo una mirada institucional con valores de participación social y su entorno ambiental.

2.- **Ámbito educativo:** Que trabaja en la formación humana y profesional de sus estudiantes con valores y participación ciudadana.

3.- **Ámbito del conocimiento:** Las universidades deben generar y difundir conocimientos en todo sentido porque es parte de su creación.

4.- **Ámbito social:** Las universidades deben tener una participación activa en la sociedad porque en ella vive y se desarrolla.

Sin embargo a esta propuesta se agrega un ámbito de acción más que se considera que debe ser la parte central y/o medular de la rsu que es el ámbito comunicacional, no con la intención de que sea un espacio de marketing de la misma sino más bien de ser un mecanismo de comunicación de dar a conocer todas las acciones, internas, educativas, investigación y de proyección hacia la sociedad.

## **5. Fundamentación**

### **a) Filosófica**

Las universidades deben comprender que su fin supremo fue el desarrollo de las sociedades buscando siempre la verdad, es por ello que la razón académica de ser de una universidad no es otra cosa que la mirada académica sobre las cosas.

### **b) Epistemológica**

Este modelo también corresponde a incentivar la investigación en toda la universidad buscando siempre la identificación de los problemas y soluciones.

### c) Sociológica

Tendrá un carácter sociológico porque también ayudara en el entendimiento del desarrollo humano de nuestros profesionales inmerso en el funcionamiento de la sociedad humana o población regional.

### d) Axiológica

Porque mediante el modelo de responsabilidad social se impartirán conocimientos sobre el comportamiento de los estudiantes con el fin de hacerlos reflexionar sobre sus valores que ayuden a definir su verdadero rol protagónico en la sociedad, esta premisa debe ser siempre discusión y formación interna de los actores internos y externos de las universidades. La idea es encontrar las respuestas del porqué de las cosas, esto permitirá tener visiones de un mundo mejor, recaídos en la práctica del desarrollo humano y por ende de las sociedades.

### e) Pedagógica

Tiene un énfasis pedagógico porque en todo momento se instruye al estudiante de manera directa a como se debe participar en la investigación y posteriormente en la participación activa en la sociedad, de esta manera la educación se constituye como una parte fundamental de la construcción social y formación profesional de los estudiantes.

## 6. Pilares

Este modelo se basa en los siguientes pilares para su correcto funcionamiento:

- a) **Autoridades comprometidas:** Se necesita de autoridades comprometidas con la responsabilidad social para tener el liderazgo conjunto, así mismo dotar de presupuesto para motivar a toda la comunidad universitaria.
- b) **Personal no docente participativo:** Los administrativos deberán comprender que la rsu también es parte de su forma de vida y de trabajo para participar conjuntamente en la mejora de su ambiente y su institución.
- c) **Docentes investigadores:** Los docentes deberán promover en las asignaturas que le corresponden a estudiar con sus alumnos a realizar trabajos de investigación ayuden a resolver los problemas que aquejan las sociedades.
- d) **Alumnos voluntarios:** Gracias a la motivación docente y motivación propia los alumnos deberán participar activamente en actividades sociales que ayuden en

el desarrollo de la sociedad formando grupos de voluntariado, esto ayudará a tener una mayor presencia social.

- e) **Comunicación:** Si no se comunica lo que se hace probablemente no consigamos resultados de imagen positiva, es por ello que cada escuela o facultad deberán promover sus actividades en todo sentido, articuladamente con la oficina de imagen institucional de la universidad.

## 7. Principios:

Si bien es cierto existen principios fundamentales en nuestra universidad consideramos que pueden ser muy bien fusionados con este modelo ya que buscamos los mismos valores y principios institucionales como:

a) **Igualdad:** La universidad deberá promover la igualdad humana tanto dentro y fuera de la universidad porque todos gozamos de los mismos derechos fundamentales.

b) **Cooperación:** La cooperación es fundamental en el desarrollo de las universidades porque cada escuela profesional puede cooperar en los diferentes proyectos así como también en cualquier iniciativa de la localidad.

c) **Compromiso:** Debe ser un compromiso de la comunidad universitaria para que toda iniciativa tenga resultados a largo plazo, no debe ser tomado como una actividad de cumplimiento sino más bien como algo propio de la persona humana hacia la comunidad.

c) **Solidaridad:** La persona es el ente fundamental del desarrollo humano pero esto debe mirarse de forma positiva con el desarrollo y capacidad técnica de nuestros profesionales y no como una actividad asistencialista.

d) **Comunicación:** La universidad debe comunicar lo que hace así como sus escuelas y facultades profesionales, así como también de sus estudiantes y su vinculación con el desarrollo de las sociedades.

## 8. Características

**Participativa:** Porque pueden involucrarse autoridades, administrativos, docentes, estudiantes, egresados e inclusive la sociedad civil, empresas privadas y personas con iniciativa personal.

**Comunicativa:** Toda actividad de responsabilidad social universitaria debe ser comunicada por diferentes medios, teniendo como prioridad a la comunidad beneficiaria para ello se contara con una persona encargada de recopilar información para su posterior comunicación con imagen institucional y con todos los medios posibles de difusión, radio, televisión, revistas, redes sociales, pagina web, etc.

**Voluntaria:** Se promoverá en todas las escuela un programa de voluntariado para que se articulen a todas las iniciativas de la universidad e incluso a lo que ellos mismos identifiquen.

**Dinámica:** La responsabilidad social debe ser dinámica y activa porque esa es la labor de la universidad debe transmitir un mensaje claro para la participación activa para todos los públicos y segmentos que ayuden a la construcción de su comunidad.

**Articuladora y multidisciplinaria:** Todas las actividades deben ser articuladas con diferentes instituciones competentes así como también debe tener una presencia multidisciplinaria para que la intervención tenga soporte técnico en todos los sentidos

**Constante:** Todo y cada uno de la familia universitaria deben tener una participación constante de las actividades para motivar a otros que lo hagan e imiten.

**Solucionador de Problemas:** Los docentes deberán motivar a sus estudiantes a ver que todo análisis parta de la identificación de problemas para luego desarrollar propuesta de mejora de acuerdo a las investigaciones realizadas

**Promotora del cambio:** Toda acción debe ser promotora de la mejora y el cambio tanto en lo humano como en la mirada profesional de ver al mundo como una necesidad de apoyo.

## **9. Contenidos**

La propuesta del modelo de responsabilidad social es propia, pero está basado en el modelo de Francois Vallaey (2009) que incluye 4 componentes, sin embargo en esta propuesta se incluye otra fase que tiene que ver con la comunicación considerada como un factor fundamental para mejorar una buena imagen organizacional que a continuación se detalla.

### **1.- Compromiso Institucional - Liderazgo**

Implica el compromiso de las autoridades e incluye la promoción de la rsu dotando de presupuesto y de liderazgo de todas sus facultades bajo el compromiso institucional de todo el personal universitario buscando mejora del clima organizacional, la gestión del talento humano, designación de presupuestos, liderazgo y motivación para la comunidad universitaria. La meta de este elemento clave consiste en motivar la cultura organizacional de todos los integrantes de la comunidad universitaria: personal docente, no docente y estudiantes. La cultura organizacional reafirmará la misión de la institución y se logrará una participación activa de sus miembros porque será un espacio de lecciones aprendidas y de fortalecimiento institucional, bajo el esquema de participación ciudadana donde todos los órganos de la comunidad universitaria se evalúa, reflexiona y accionan como parte de la verdadera labor universitaria que es la de formar profesionales y ciudadanos líderes con mirada social (BID, 2014).

### **2.- Investigación**

Implica la producción intelectual y así mismo su propia difusión mediante trabajos de investigación promovidas desde las aulas pero con proyección a resolver los problemas de la comunidad. El objetivo consiste en acercar a las autoridades, administrativo, docentes y estudiantes en la producción científica para plantear soluciones para el desarrollo sostenible con una mirada de desarrollo de local a lo global, sobre las dificultades y oportunidades del sector público como del privado incluyendo la participación de otros actores sociales y la transdisciplinariedad (BID, 2014).

### **3.- Formación integral – Docente y Estudiantes**

Este componente implica la gestión de los docentes así como también hacia los estudiantes con respecto a su formación académica, malla curricular, inserción de actividades en los sílabos, planes de trabajo, cuyas acciones aterricen en actividades relacionadas con la comunidad y de algunas forma sean didácticas y metódicas para el desarrollo de habilidades humanas responsables que incentive la investigación a favor del desarrollo sostenible de las sociedades. Para ello deberán incluir en sus planes semestrales acciones de proyección universitaria e investigación de acuerdos a cada objetivo de los cursos que conduzcan al análisis propio del territorio. Esto implica un claro análisis del acontecer económico, político, social y ambiental.

#### **4.- Participación social**

Implica la realización de acciones establecidas con la sociedad entre ellos los públicos objetivos, estas acciones y o actividades deben ser el mecanismo de comunicación para generar confianza para el aprovechamiento mutuo de acuerdos a sus coincidencias e inteses. La incidencia de la universidad es amplia y puede intervenir donde la población le solicite e inclusive dando opinión técnica y científica, la universidad puede apoyar en la organización y la asociatividad esto se puede generar a través de la promoción de grupos de voluntarios, esta congregación de diversos actores nos permitirá trabajar en equipo con miradas distintas pero finalmente con objetivos comunes, de tal manera que todos se sientas involucrados pero sobre todo comprometidos con el desarrollo armonioso de las poblaciones, es aquí dónde deben confluir autoridades, administrativos, estudiantes y docentes de la mano con los líderes de la comunidad organizada y no organizada como proceso de aprendizaje pero sobre todo de encontrar posibles soluciones en un periodo determinado.

#### **5.- Comunicación:**

Podríamos decir que si tenemos un plan de comunicación muy bien organizado, planificado, direccionado y controlado podríamos mejorar en todo sentido la incidencia institucional y por consecuencia tendríamos una imagen organizacional positiva, para ello se deberá contar con un plan

comunicacional o de marketing, para difundir todas las acciones que se realicen en el interior y fuera de la comunidad universitaria como la parte principal y transversal del que hacer universitario.

<b>“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2019”</b>							
<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de mejora</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo de ejecución</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Financiamiento</b>	<b>Responsable del seguimiento</b>
Comprometer a la gestión a dotar del presupuesto correspondiente a la oficina de Responsabilidad Social Universitaria	Reunión con autoridades universitarias y administración de la universidad	Establecer el 2% del total de fondos de la UNSM-Tarapoto para la ORSU en el presupuesto de todos los años	Rector	De 1/05/19 Hasta 30/06/19	S/ 100.00	UNSM	Jefe de Oficina de Responsabilidad Universitaria
Reestructurar el modelo organizacional de la oficina de Responsabilidad Universitaria	Determinar los componentes del modelo	Elaborar un diagrama identificando los componentes e indicadores del modelo	Jefe de la Oficina de Responsabilidad Universitaria	De 1/06/19 Hasta 31/07/19	S/ 1000.00	UNSM	Jefe de Oficina de Responsabilidad Universitaria
	Establecer el modelo organizacional	Redactar un informe fundamentando el modelo de la ORSU	Tesista				
	Presentar la propuesta de modelo de responsabilidad social universitaria	Aprobar el nuevo modelo de ORSU	Rector – Asamblea Universitaria				
Socializar el modelo de responsabilidad social universitaria	Convocar a reunión autoridades y administrativos para la implementación del modelo	Emitir un comunicado sobre el compromiso de autoridades y administrativos sobre el modelo de RSU	Rector	De 1/08/19 Hasta 30/09/19	S/ 2000	UNSM	Jefe de la Oficina de Responsabilidad Social Universitaria
	Convocar a los Decanos y docentes para la implementación del modelo	Buscar el compromiso de los decanos y docentes sobre la implementación del modelo de responsabilidad social universitaria en los	Decanos				

		planes de trabajos					
Implementar un equipo de comunicación en la ORSU	Coordinar con la oficina de imagen institucional para difundir las actividades de responsabilidad social universitaria	Realizar visita de coordinación a la oficina de imagen institucional para articular esfuerzos	Jefe de la Oficina de responsabilidad social universitaria	De 1/10/19 Hasta 31/11/19	S/ 5,000.00	UNSM	Jefe de la oficina de responsabilidad social universitaria
	Capacitar a docentes y estudiantes en temas de comunicación	Generar convocatoria para la formación de comunicadores de la UNSM					
	Elaboración de notas periodísticas y difusión por la página web o redes sociales	Generar boletines informativos, notas de prensa entre otros para comunicar las actividades dentro y fuera de la universidad					
	Implementar en cada facultad un equipo de comunicación	Reconocer a los equipos de comunicación mediante resolución					
Organizar equipos de voluntariado para la Oficina de RSU	Convocar a voluntarios ambientales sociales en toda la UNSM	Seleccionar y reconocer mediante resolución a los voluntarios de RSU	Rector	De 20/11/19 Hasta 20/12/19	S/ 1,000.00	UNSM	Jefe de la oficina de responsabilidad social universitaria

## **10. Evaluación**

Esta propuesta será presentada y luego validada a través de la una ficha de evaluación que será entregada a 05 jueces expertos, quienes emitirán el veredicto si el modelo de propuesta es viable o no.

- La implementación de la propuesta, que nos ayudarán a tomar decisiones con compromiso desde las autoridades, administrativos, docentes y estudiantes.
- La aplicabilidad de la propuesta mejorará la imagen organizacional de la UNSM – Tarapoto.

El presente trabajo deberá tener una ficha de evaluación para el control y evaluación de la misma propuesta.

## **11. Vigencia**

La propuesta será ejecutada en un plazo de 03 años, tiempo en el cual se deberá ir realizando una evaluación permanente por ciclo tanto para autoridades, administrativos, docentes y estudiantes que permitirá ir midiendo el avance del modelo en todas sus instancias.

## **12. Retos**

Que las autoridades asuman el liderazgo desde una perspectiva impulsadora de la mejora continua y promotora del cambio en la sociedad y la imagen de la universidad

Que los Administrativos asuman el compromiso participativo desde una óptica institucional en calidad de servicio y apoyo a la comunidad universitaria dentro y fuera

Que los docentes asuman su rol promotor de la investigación con una mirada de buscar la solución de los problemas en la sociedad.

Que los estudiantes participen activamente de las iniciativas de nuestra institución desde su mirada social y ambiental

Que todos en su conjunto asuman su compromiso de comunicar las acciones en todas sus formas.

## VIII. REFERENCIAS

- Aartstein, R. & Poesio, M. (2005). kappa3 = alpha (or beta). (technical report csm-437). department of computer science: university of essex.
- Aiken, L. (2003). *Test psicológicos y evaluación*. México: Pearson education.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (5ª ed.). Caracas: Episteme C. A.
- Ato, M., Benavente, A. & López, J. (2006). Análisis comparativo de tres enfoques para evaluar el acuerdo entre observadores. *psicothema*, 18(3), 638 – 645.
- Baker, S. y Brown, B. (2007). “*Images of excellence: constructions of institutional prestige and reflections in the university choice process*”. *british journal of sociology of education*, 28, 377–391. <http://dx.doi.org/10.1080/01425690701253455>.
- Beltran, J. y Mata, A. (2014) “*La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente*” *Rev. iberoam. educ. super* vol.5 no.14 México sep.
- Burns, N. y Grove, S. (2015). *investigación en enfermería*. 3ed. saunders company. p. 296.
- Casado, A. y Cuadrado, F. (2014) *La reputación corporativa: Un nuevo enfoque de las competencias transversales en el EEES*. Universidad de Sevilla Universidad Loyola de Andalucía, España.
- Cely, M. (2016) *Responsabilidad Social Universitaria: nueva identidad y compromiso: estudio de caso departamento del Meta*, Universidad de Huelva. Colombia.
- Cervantes, v. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de cronbach. en: *avances en medición*, vol.3, no. 1, p. 9-28.
- Córdoba, M. y Sánchez, E. (2016) “*Responsabilidad Social y el Voluntariado Universitario*” *Educare et Comunicare*. Volumen, 7 – 2016 -2. Investigaciones. <http://publicaciones.usat.edu.pe/index.php/educare/article/view/352/349>.
- Diario La República: <http://larepublica.pe/sociedad/750716-solo-una-universidad-peruana-figura-entre-las-400-mejores-del-mundo-en-medicina> consultada el 23 de marzo de 2016 | 10:13 h.
- Diario el Peruano, Normas legales. Ley Universitaria 30220 (2014) 09 de Julio del 2014.

- Flores, R. (2015) *“Responsabilidad social y conciencia ambiental en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín, 2015”* Lamas – Perú.
- Gaete, R. (2012) Tesis: *“Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. partes interesadas. un estudio de caso.* Universidad de Valladolid. España.
- García, J. Ramos, C. Valbuena, C y Alija, T. (2016) *“Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación”*. Facultad de Educación. Universidad Complutense de Madrid (España) Universidad Francisco de Vitoria (España)
- Herbas, C; Pinos, M; Yanchaguano E. y Miranda, C. (2017): *“Importancia de los canales de comunicación digital para los turistas millennials. Caso Guayaquil – Ecuador”*, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (enero 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/millennials.html>
- López, V. y Puerto, J. (2014) *“responsabilidad social universitaria, gestión del riesgo y resiliencia institucional. Universidad de la Salle”*. España.
- López-Aza, C., Vázquez, J.L. y Lanero, A. (2019)” *La Responsabilidad Social Universitaria como estrategia de marketing en la universidad”* Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC. N° 19 Vol 19 Primer semestre, enero-junio 2019 · Págs. 68 a 85 <https://doi.org/10.7263/adresic-019-04>.
- Marco, R. Sarmento, D. y Pinto, L (2018) *“Responsabilidad social universitaria: La perspectiva de los colaboradores en una universidad comunitaria brasileña”* Universidad Autónoma de Madrid.España. <http://hdl.handle.net/10486/680848>.
- Martí, J. y Martí, M. Revista Española del Tercer Sector. 2013 N° 25. ISSN: 1886-0400. Madrid (pp. 145-162) Una década de Responsabilidad Social Universitaria en Iberoamérica.
- Noguera, M. Ignacio, J. y Fernández, A (2018), “La responsabilidad social universitaria en Iberoamérica: análisis de las legislaciones de Brasil, España y Perú”, Revista Iberoamericana de Educación Superior (ries), México, unam-iisue/Universia, vol. ix, núm. 24, pp. 107-124, 10.22201/iisue.20072872e.2018.24.3363

- Luengo, G (2016) Tesis doctoral “*La marca y otros recursos intangibles en la comunicación de las principales cadenas hoteleras españolas a través de sus sedes web*”. Universidad de Extremadura. España.
- Pita Fernández, S. y Pértegas Díaz, S. (2005). Metodología de la investigación. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.fisterra.com/mbe/investiga/graficos/graficos.htm> [Consulta: 2007, mayo 30]
- Purificación, P. (2017) *La imagen de las instituciones de educación superior: desarrollo de un modelo de medición y estimación aplicada a universitarios en España y Portugal*. UCOPress, España.
- Platan, J. Martínez, E. (2016) Artículo científico “*Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución de educación superior*” Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rquer, m. (1995). “*Fiabilidad humana: métodos de cuantificación*”, juicio de expertos. Centro nacional de condiciones de trabajo. Recuperado el 3 de febrero de 2018, de [http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp\\_401.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_401.htm).
- Robles, C. (2017) *La reputación y la legitimidad como bienes intangibles en el sector público. El caso del ministro y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011-2015)* Universidad Complutense de Madrid, España.
- Ruiz, c. (2010). “*Instrumentos de investigación educativa: procedimientos para su diseño y validación*”. 2 ed. barquisemeto, venezuela: ediciones cideg, c.a. p. 102-107. disponible en internet: <<http://www.carlosruizbolivar.com/articulos/archivos/curso%20cii%20%20ucla%20art.%20confiabilidad.pdf>>. 226 p
- Sagua, J. (2018) Tesis “*Análisis de la imagen institucional de la Universidad Nacional del Altiplano Puno desde las perspectivas de los estudiantes*” Universidad Nacional del Altiplano – Puno. Perú.
- Vallaesys, F. (2013), “*Responsabilidad Social Universitaria: una nueva filosofía de gestión Ética e Inteligente para las Universidades*”. Universidad Católica del Perú, Lima.
- Vallaesys, F (2013) “*La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización Recepción*”: 28/03/13. Aprobación: 12/08/13.<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S200728721471945>

Velázquez, M. (2018) “*Gestión administrativa e imagen corporativa de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios*” Revista CEPROCIMAD. Universidad César Vallejo, Escuela de Post grado, Lima, Perú.

# **Anexos**

## Matriz de consistencia

### Título: “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, 2018”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos												
<p><b>Problema general:</b> ¿De qué manera un modelo de responsabilidad social mejorará la imagen organizacional de la universidad Nacional de San Martín?</p> <p><b>Problemas específicos:</b>                      ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los actores internos de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, sobre la responsabilidad social universitaria? ¿Cuál es la imagen organizacional que tiene la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto ante la sociedad?                      ¿Qué nivel de validez tiene el modelo de responsabilidad social universitaria para mejorar la imagen organizacional de la universidad Nacional de San Martín?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Diseñar y proponer un modelo de responsabilidad social universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b>                      - Diagnosticar el nivel de conocimiento sobre responsabilidad social universitaria en la Universidad nacional de San Martín – Tarapoto.                      - Medir el nivel de la imagen organizacional que tiene la Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto                      - Validar el modelo de responsabilidad social mediante el juicio de expertos</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Si aplicamos un modelo de responsabilidad social universitaria mejorara la percepción de la imagen de la Universidad Nacional de San Martín esto nos permitirá estar a la vanguardia de otras universidades en el mundo.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>Se procederá mediante la ejecución de las encuestas y entrevistas a toda la comunidad universitaria para luego realizar las entrevistas correspondientes a los Stakeholders para luego ser baseados al sistema de datos para ser analizados. El análisis de los datos se realizará mediante gráficos estadísticos, a fin de observar de manera rápida las características de la muestra de estudio. Luego se tomaran como ejemplo algunos estudios y modelos de responsabilidad social universitaria de universidades del mundo y del país, para luego presentar una propuesta propia para ser validada por expertos y autoridades universitarias.</p>												
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones													
<p>Es de tipo descriptiva propositiva.</p> <p><b>Esquema:</b></p> <pre>                     graph TD                         Vr((Vr)) --- Vt((Vt))                         Vr --&gt; Pv((Pv))                         Vt --&gt; Pv                     </pre> <p><b>Dónde:</b></p> <p>Vr = Diagnóstico de la realidad                      VT= Teorías                      Pv= Propuesta validada</p>	<p><b>Población:</b> La población está conformada por todas las autoridades, trabajadores administrativos, docentes y estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín.</p> <p><b>Muestra:</b>                      Muestra: 300 Serán estudiantes y 50 docentes y Administrativos.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Variables</th> <th style="text-align: center;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center;">Responsabilidad Social Universitaria</td> <td style="text-align: center;">Ética y Responsabilidad Ambiental</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Formación Profesional y ciudadanía</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Gestión social del conocimiento</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Extensión y Proyección Universitaria</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">Imagen Organizacional</td> <td style="text-align: center;">Ética y Responsabilidad Ambiental</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Cultura Organizacional</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Comunicación Coporativa</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Responsabilidad Social Universitaria	Ética y Responsabilidad Ambiental	Formación Profesional y ciudadanía	Gestión social del conocimiento	Extensión y Proyección Universitaria	Imagen Organizacional	Ética y Responsabilidad Ambiental	Cultura Organizacional		Comunicación Coporativa	<p><b>Instrumentos</b></p>
Variables	Dimensiones														
Responsabilidad Social Universitaria	Ética y Responsabilidad Ambiental														
	Formación Profesional y ciudadanía														
	Gestión social del conocimiento														
	Extensión y Proyección Universitaria														
Imagen Organizacional	Ética y Responsabilidad Ambiental														
	Cultura Organizacional														
	Comunicación Coporativa														

## Instrumentos de recolección de datos

### ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Estimado (a) El objetivo de esta encuesta es recoger y analizar la **Responsabilidad Social Universitaria** de la Universidad Nacional de San Martín del alumnado y profesorado pertenecientes a ella y de la ciudadanía de Tarapoto. Se garantiza la confidencialidad de la identidad de las personas que realizan la encuesta. Conteste a cada una de las preguntas planteadas con sinceridad y objetividad. Agradecemos de antemano su colaboración.

**PARTE 1. Grupo al que pertenece: Seleccione el grupo al que pertenece:**

- Alumno actual de la UNSM. Facultad \_\_\_\_\_
- Docente actual de la UNSM. Facultad \_\_\_\_\_
- Trabajador administrativo de la UNSM \_\_\_\_\_

#### Sobre el objeto de estudio

A continuación vamos a valorar cada uno de los ejes de la Responsabilidad Social Universitaria para el cual usted deberá dar un valor de acuerdo a lo que crea conveniente, según las indicaciones siguientes:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Muy Mala</b>	<b>Mala</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>

N°	Características referentes a la universidad	1	2	3	4	5
	<b>DIMENSIÓN DE GESTIÓN</b>					
<b>1</b>	Como califica usted la política de la RSU en la universidad					
<b>2</b>	Como califica usted el presupuesto que establecen para la RSU					
<b>3</b>	Como califica usted la comunicación que establece la Oficina de RSU sobre sus actividades					
<b>4</b>	Como califica usted la decisión de las autoridades con respecto a los proyectos de RSU					
<b>5</b>	Cómo califica usted la participación de las autoridades, administrativos docentes y estudiantes en RSU					
	<b>DIMENSIÓN PROYECCIÓN UNIVERSITARIA</b>					
<b>6</b>	Como califica usted la participación de la universidad en el desarrollo de la comunidad					
<b>7</b>	Existen proyectos de RSU generados a través de la preocupación de la problemática social					
<b>8</b>	Como califica usted la preocupación ambiental de la comunidad universitaria					

9	Existen grupos ambientales en la Universidad Nacional de San Martín					
<b>DIMENSIÓN INVESTIGACIÓN</b>						
10	¿Conoce usted las investigaciones realizadas por la Universidad Nacional de San Martín?					
11	¿Cree usted que los trabajos de investigación realizados por la universidad corresponden a resolver los problemas de la sociedad?					
<b>DIMENSIÓN DOCENTE</b>						
12	El docente incluye actividades de responsabilidad social en su sílabos o plan de trabajo					
13	El docente promueve la investigación identificando los problemas sociales de la comunidad					
14	El docente realiza y publica sus trabajos de investigación					
15	El docente promueve el voluntariado en los estudiantes					

### **DIMENSIÓN COMUNICACIÓN**

16.- ¿Cuál es la mayor dificultad que tienen las oficinas de responsabilidad social universitaria?

- a) Conseguir presupuesto
- b) Comunicar lo que hace
- c) Difundir sus actividades
- d) Dedicarse hacer acciones que no tienen que ver con el acontecer universitario
- e) Conseguir el apoyo de los docentes

PARTE 5:

17.- En su opinión, ¿A qué debe que la sociedad no conoce el trabajo de la oficina de responsabilidad social universitaria que realiza la Universidad Nacional de San Martín?

- a) No se difunden
- b) No hay publicaciones
- c) No hay presupuesto
- d) No hay concursos
- e) Otros.....

18.- ¿Cree usted que las actividades de Responsabilidad Social Universitaria ayudarían en la mejora de la imagen organizacional de las universidades? Sí o No y ¿Por qué?

## ENCUESTA SOBRE LA IMAGEN ORGANIZACIONAL

Estimado (a) El objetivo de esta encuesta es recoger y analizar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín del alumnado y profesorado pertenecientes a ella y de la ciudadanía de Tarapoto. Se garantiza la confidencialidad de la identidad de las personas que realizan la encuesta. Conteste a cada una de las preguntas planteadas con sinceridad y objetividad. Teniendo en cuenta la valoración siguiente: 5 es el calificativo positivo y 1 el negativo. Agradecemos de antemano su colaboración.

<b>Parte 1. Grupo al que pertenece: Seleccione el grupo al que pertenece:</b>
<input type="checkbox"/> Estudiante Pre Universitario _____ <input type="checkbox"/> Empresario _____ <input type="checkbox"/> Ciudadano ajeno a la UNSM

Si usted marca que es ciudadano ajeno a la universidad por favor continúe con la **parte 5** de esta encuesta.

A continuación vamos a valorar cada uno de los ejes de la Responsabilidad Social Universitaria para el cual usted deberá dar un valor de acuerdo a lo que crea conveniente, según las indicaciones siguientes:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Muy Mala</b>	<b>Mala</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>

**Parte 2.** ¿Cuál es la imagen que tienes de nuestra Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto?

N°	Características referentes a la Universidad	1	2	3	4	5
<b>1</b>	La enseñanza de los profesores es buena					
<b>2</b>	La educación es buena					
<b>3</b>	Los profesores son muy exigentes					
<b>4</b>	Centrada en el estudiante					
<b>5</b>	Es una universidad innovadora					
<b>6</b>	Es una universidad actualizada					
<b>7</b>	Cuenta con un buen prestigio					
<b>8</b>	Tiene una buena reputación					
<b>9</b>	Cuenta con buenas instalaciones					
<b>10</b>	Cuenta con gran variedad de programas educativos					
<b>11</b>	El ambiente es bueno					
<b>12</b>	Nuestros egresados son competitivos					
<b>13</b>	Nuestros egresados tienen actitudes positivas de responsabilidad social					
<b>14</b>	Nuestros estudiantes participan de manera voluntaria en las actividades de la comunidad					

**Parte 3. ¿Cómo es nuestra Universidad Nacional de San Martín?**

		1	2	3	4	5
15	Es una institución que promueve la investigación					
16	Es una institución que promueve proyectos de desarrollo para la población					
17	Es una institución que participa de manera activa en las organizaciones de base					
18	Es una institución que promueve acciones ambientales positivas					
19	Es una institución que tiene buena infraestructura					
20	Es una institución que promueve el voluntariado					
21	Es una institución que siempre busca la participación activa social					
22	Es una institución que trabaja organizadamente?					

**Parte 4. ¿Cómo consideras que es la imagen general de nuestra Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto?**

		1	2	3	4	5
23	Es una Institución muy positiva					
24	Es una institución con buena reputación					
25	Es una institución admirable					
26	Es una institución ambientalmente responsable					
27	Es una institución transparente					
28	Es una institución participativa					
29	Es una institución comunicativa					
30	Es una institución que cuenta con docentes de prestigio					
31	Es una institución que se preocupa por sus colaboradores					

**Parte 5. Preguntas acerca de la imagen en la Universidad**

32.- ¿Qué atributo considera más importante en una Universidad?

\_\_\_\_\_

33.- Anote en un adjetivo qué imagen le sugiere o cómo definiría a la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto \_\_\_\_\_

34.- Cite una ventaja de estudiar en la Universidad Nacional de San Martín:

\_\_\_\_\_

**35.-** ¿Cuáles serían los medios adecuados para comunicar las acciones de la Universidad Nacional de San Martín? \_\_\_\_\_

**36.-** ¿Recomendaría la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto ? (Valore del 1 al 5, siendo el 1 nunca la recomendaría y el 5 la recomendaría seguro)    1     2     3     4     5

**37.-** ¿Cuál es la imagen organizacional que usted tiene de la universidad con respecto a la participación de sus docentes, estudiantes frente a los problemas sociales de la región San Martín?

- a) Muy Bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Muy Malo

## Validación de instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Juarez Diaz, Juan Rafael  
 Institución donde labora : UNSM-T y UCV  
 Especialidad : Dr. en Administración  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Responsabilidad Social Universitaria  
 Autor (s) del instrumento (s): Rony Flores Ramirez

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b>					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						47

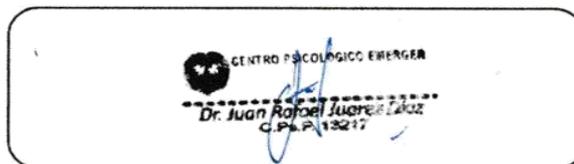
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Claro y objetivo para su aplicación. Instrumento válido por su consistencia y coherencia.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.7

Tarapoto, 17 de Enero de 2018



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Juarez Diaz, Juan Rafael  
 Institución donde labora : UNSM-T y UCV  
 Especialidad : Dr. en Administración  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Imagen Organizacional.  
 Autor (s) del instrumento (s): Rony Flores Ramirez

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Imagen Organizacional</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>46.</b>

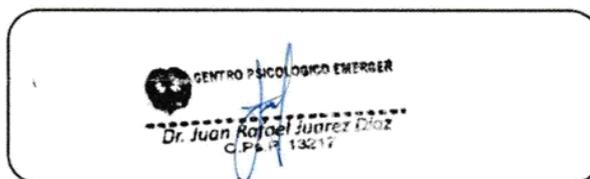
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Organizado y pertinente. Instrumento válido por su consistencia y coherencia

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6.

Tarapoto, 17 de Noviembre de 2018



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: VÁSQUEZ RUIZ, MILTON SEGUNDO  
 Institución donde labora : UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN  
 Especialidad : Dr. GESTIÓN UNIVERSITARIA  
 Instrumento de evaluación : CUESTIONARIO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIV.  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. RONY FLORES RAMÍREZ

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>48</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, CONSIDERANDO LOS CRITERIOS E INDICADORES DEL CUESTIONARIO

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 14 de ENERO de 2018

  
 Milton Segundo Vásquez Ruiz  
 DOCTOR EN GESTIÓN UNIVERSITARIA



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: VÁSQUEZ RUIZ, MILTON SEGUNDO  
 Institución donde labora : UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN  
 Especialidad : Dr. GESTIÓN UNIVERSITARIA  
 Instrumento de evaluación : CUESTIONARIO SOBRE IMAGEN ORGANIZACIONAL  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. RONY FLORES RAMÍREZ

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					x
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Imagen Organizacional</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					x
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					x
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				x	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					x
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					x
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				x	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					x
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					x
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>48</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, CONSIDERANDO LOS CRITERIOS E INDICADORES DEL CUESTIONARIO

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 14 de ENERO de 2018

  
Milton Segundo Vásquez Ruiz  
DOCTOR EN GESTIÓN UNIVERSITARIA



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Soria Bardales, Norman  
 Institución donde labora : Contador Independiente  
 Especialidad : Dr. Gestión Empresarial  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Imagen Organizacional  
 Autor (s) del instrumento (s): Rony Flores Ramírez

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Imagen Organizacional</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>48</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Instrumento claro y objetivo para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 13 de Enero de 2018

  
 .....  
 Dr. Norman Soria Bardales  
 C.P.C.C.-MAT 19-214



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Soria Bardales, Norman  
 Institución donde labora : Contador Independiente  
 Especialidad : Dr. Gestión Empresarial  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Responsabilidad Social Univ.  
 Autor (s) del instrumento (s): Rony Flores Ramírez

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					×
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> .					×
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				×	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					×
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					×
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				×	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b>					×
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					×
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					×
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>4.8</b>

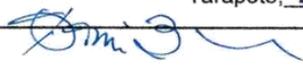
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento claro y objetivo para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 13 de Enero de 2018

  
 Dr. Norman Soria Bardales  
 C.P.C.C. - MAT 19 - 214



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rossana Herminia Hidalgo Pozzi  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Dra. en Planificación y Gestión  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre Imagen Organizacional  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. Rony Flores Ramírez

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Imagen Organizacional</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						49

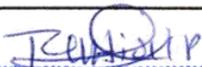
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento de Investigación evidencia una buena sistematicidad en las diferentes criterios, por tanto tiene validez y es aplicable.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.9

Tarapoto, 19 de Enero de 2018

  
 Rossana H. Hidalgo Pozzi  
 DRA. EN PLANIFICACIÓN  
 Y GESTIÓN



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rossana Herminia Hidalgo Pozzi  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Dra. en Planificación y Gestión  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Responsabilidad Social Universitaria  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. Rony Flores Ramírez

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b>					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>49</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es claro, pertinente y objetivo, lo cual le hace válido y puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.9

Tarapoto, 19 de Enero de 2018

  
 .....  
 Rossana H. Hidalgo Pozzi  
 DRA. EN PLANIFICACIÓN  
 Y GESTIÓN



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Espino, Yoni Meri  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Dr. Gestión Universitaria  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre Responsabilidad Social Universitaria  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. Pamy Flores Ramirez

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					x
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					x
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> .					x
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					x
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				x	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					x
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				x	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Responsabilidad Social Universitaria</b>					x
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					x
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es válido y listo para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 19 de Enero de 2018

  
 .....  
 Dra. Yoni Meri Rodríguez Espino  
 BIÓLOGA - MICROBIÓLOGA  
 C.B.F. N° 3-108

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Rodriguez Espejo, Yoni Meni  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Dr. Gestión Universitaria  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre Imagen Organizacional  
 Autor (s) del instrumento (s): Mg. Rony Flores Ramírez

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Imagen Organizacional</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Imagen Organizacional</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Imagen Organizacional</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>48</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

el instrumento es válido y listo para ser aplicado

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 19 de enero de 2018

  
 .....  
 Dra. **Yoni Meni Rodriguez Espejo**  
 BIÓLOGA • MICROBIÓLOGA  
 C.B.P. N° 3408

## Índice de confiabilidad

**Tabla 03:**

Prueba de Confiabilidad de la investigación con alfa de Cronbach.  
Instrumento 01. Variable: Responsabilidad Social Universitaria

ITEMS	SUJETOS																				TOT AL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	3	3	1	2	3	1	3	3	2	3	46
2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	44
3	3	1	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	2	48
4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	46
5	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	3	3	2	2	3	2	44
6	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	3	2	50
7	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	2	2	3	48
8	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	3	3	2	49
9	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	3	2	3	2	3	2	47
10	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	47
11	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2	3	45
12	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	49
13	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	53
14	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1	1	3	2	2	3	2	36
15	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	33
	0. 52	0. 31	0. 64	0. 46	0. 35	0. 46	0. 27	0. 26	0. 26	0. 35	0. 84	0. 46	0. 64	0. 7	0. 67	0. 41	0. 27	0. 27	0. 27	0. 24	8.619 048
$\alpha$ Cronb ach																					0.81

sección 01	1.04
sección 02	0.78
absoluto	0.78
alpha de cronbach	0.81

### V.- Conclusión

Concluyo que el presente instrumento de validación y de confiabilidad, ha sido validado por 5 jueces expertos, y la confiabilidad se demuestra con el método de alfa de Cronbach, previa encuestas y análisis de las variables en la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



*Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto*

*Rectorado*

*"Somos tu llave para triunfar"*

Jr. Maynas N° 177 – Teléfonos (042) 524253 - Anexo 106 - Email : rector@unsm.edu.pe

*El Rector de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto,*  
**que suscribe;**

### **AUTORIZA**

A **Mg. RONY FLORES RAMÍREZ**, identificada con DNI N° 42408638, estudiante del Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad César Vallejo sede Tarapoto, para realizar el recojo de información en esta institución de Educación Universitaria, referente al área de Responsabilidad Social Universitaria, con la finalidad de desarrollar la tesis doctoral **"Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para Mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín en el año 2017"**, considerando la importancia de la investigación y el valor que genera para la institución.

Se expide la presente, a solicitud del interesado.

Tarapoto, enero 31 de 2018

  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN  
TARAPOTO  
Dr. Anibal Quinteros García  
RECTOR

## Validación de la propuesta

Estimado experto(a): *Dra. Alicia Bartra Reátegui.*

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el Programa, Propuesta o Modelo, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica de formación profesional de estudiantes universitarios.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del modelo de “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, 2018”.

C1	C2	C3	C4	C5
Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

N°	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas		X			
2	Importancia de los componentes	X				
3	Fundamentación de cada componente		X			
4	Argumentos de la organización		X			
5	Relevancia del componente teórico			X		
6	Coherencia entre los componentes		X			
7	Importancia de la normatividad		X			
8	Importancia de los contenidos		X			

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1	—	
2	—	
3	—	
4	—	
5	—	
6	—	
7	—	
8	—	

- b. Valoración de algunos aspectos del Programa, Propuesta o Modelo, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en el Programa, Propuesta o Modelo, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

N°	Aspectos a valorar del Modelo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del modelo refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.								X	
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del Modelo.						X			
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.									X
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el modelo, como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.									X
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.								X	
8	Valorar la contribución que realiza el modelo a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.									X
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.									X

4. Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

N°	POSIBLE CAMBIO SUGERIDO	BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1	—				
2	—				
3	—				
4	—				
5	—				
6	—				
7	—				
8	—				
9	—				

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el modelo teórico, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

La propuesta es adecuada para su aplicabilidad.

Fecha: 24/05/2019

  
 Sello, firma, DNU  
 ALICIA  
 DOCTOR EN GESTIÓN UNIVERSITARIA

Estimado experto(a): **Dr. Milton Segundo Vasquez Ruiz**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el Programa, Propuesta o Modelo, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica de formación profesional de estudiantes universitarios.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del modelo de “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, 2018”.

C1	C2	C3	C4	C5
Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

N°	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas		X			
2	Importancia de los componentes	X				
3	Fundamentación de cada componente	X				
4	Argumentos de la organización		X			
5	Relevancia del componente teórico	X				
6	Coherencia entre los componentes	X				
7	Importancia de la normatividad		X			
8	Importancia de los contenidos	X				

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1	_____	_____
2	_____	_____
3	_____	_____
4	_____	_____
5	_____	_____
6	_____	_____
7	_____	_____
8	_____	_____

- i. Valoración de algunos aspectos del Programa, Propuesta o Modelo, que se relatan a continuación, marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en el Programa Propuesta o Modelo, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del modelo refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.								X	
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del Modelo.							X		
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.							X		
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el modelo, como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.								X	
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.								X	
8	Valorar la contribución que realiza el modelo a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.								X	

4. Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

N°	POSIBLE CAMBIO SUGERIDO	BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1	—				
2	—				
3	—				
4	—				
5	—				
6	—				
7	—				
8	—				
9	—				

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el modelo teórico, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

LA PROPOSTA ES ADECUADA PARA SU APLICABILIDAD

---



---

Fecha: 24/05/2019

Milton Segundo Vásquez Ruiz  
DOCTOR EN GESTIÓN UNIVERSITARIA

Sello, firma, DNI

Estimado experto(a): *Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz*

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el Programa, Propuesta o Modelo, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica de formación profesional de estudiantes universitarios.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del modelo de “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, 2018”.

C1	C2	C3	C4	C5
Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

N°	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas		X			
2	Importancia de los componentes	X				
3	Fundamentación de cada componente	X				
4	Argumentos de la organización	X				
5	Relevancia del componente teórico	X				
6	Coherencia entre los componentes	X				
7	Importancia de la normatividad		X			
8	Importancia de los contenidos		X			

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1	—	—
2	—	—
3	—	—
4	—	—
5	—	—
6	—	—
7	—	—
8	—	—

3. Valoración de algunos aspectos del Programa, Propuesta o Modelo, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en el Programa Propuesta o Modelo, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

N°	Aspectos a valorar del Modelo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del modelo refleja los principios teóricos que la sustentan							X		
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.							X		
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del Modelo.								X	
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.							X		
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el modelo, como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.							X		
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.							X		
8	Valorar la contribución que realiza el modelo a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.							X		
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.								X	

4. Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

N°	POSIBLE CAMBIO SUGERIDO	BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1	—				
2	—				
3	—				
4	—				
5	—				
6	—				
7	—				
8	—				
9	—				

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el modelo teórico, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

LA PROPOSTA ES APLICABLE

Fecha: 25 / 05 / 2019

  
 .....  
 Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz  
 LIC. EN TURISMO Y HOTELERIA  
 COLITUR - SM N° 10-004  
 DNI: 07217837.....  
 Sello, firma, DNI

Estimado experto(a): *Dra. Yoni Meni Rodríguez Espejo*

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el Programa, Propuesta o Modelo, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica de formación profesional de estudiantes universitarios.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del modelo de “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, 2018”.

C1	C2	C3	C4	C5
Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas	✓				
2	Importancia de los componentes	✓				
3	Fundamentación de cada componente	✓				
4	Argumentos de la organización		✓			
5	Relevancia del componente teórico	✓				
6	Coherencia entre los componentes	✓				
7	Importancia de la normatividad		✓			
8	Importancia de los contenidos		✓			

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1	—	—
2	—	—
3	—	—
4	—	—
5	—	—
6	—	—
7	—	—
8	—	—

3. Valoración de algunos aspectos del Programa, Propuesta o Modelo, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en el Programa, Propuesta o Modelo, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

N°	Aspectos a valorar del Modelo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del modelo refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.								X	
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del Modelo.								X	
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.								X	
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el modelo, como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.								X	
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.							X		
8	Valorar la contribución que realiza el modelo a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.								X	

4. Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

N°	POSIBLE CAMBIO SUGERIDO	BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1	—				
2	—				
3	—				
4	—				
5	—				
6	—				
7	—				
8	—				
9	—				

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el modelo teórico, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

\_\_\_\_\_ *La propuesta es aplicable* \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Fecha *25/05/2019*

  
 .....  
 Dra. Yami Almir Rodríguez Espejo  
 BIÓLOGA · MICROBIÓLOGA  
 C.B.F. N° 3408

.....  
 Sello, firma, DNI

*18179075*

Estimado experto(a): *Dr. Sixto Alejandro Morey Trigozo*

Usted ha sido seleccionado, por su calificación científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta el Programa, Propuesta o Modelo, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica de formación profesional de estudiantes universitarios.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del modelo de “Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, 2018”.

C1	C2	C3	C4	C5
Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

N°	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas		X			
2	Importancia de los componentes	X				
3	Fundamentación de cada componente	X				
4	Argumentos de la organización		X			
5	Relevancia del componente teórico	X				
6	Coherencia entre los componentes	X				
7	Importancia de la normatividad		X			
8	Importancia de los contenidos	X				

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1	<i>_____</i>	<i>_____</i>
2	<i>_____</i>	<i>_____</i>
3	<i>_____</i>	<i>_____</i>
4	<i>_____</i>	<i>_____</i>
5	<i>_____</i>	<i>_____</i>
6	<i>_____</i>	<i>_____</i>
7	<i>_____</i>	<i>_____</i>
8	<i>_____</i>	<i>_____</i>

3. Valoración de algunos aspectos del Programa, Propuesta o Modelo, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en el Programa, Propuesta o Modelo, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

N°	Aspectos a valorar del Modelo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del modelo refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.									X
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del Modelo.									X
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.								X	
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el modelo, como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.									X
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.									X
8	Valorar la contribución que realiza el modelo a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.									X

4. Marque cuál de los siguientes ítems usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

N°	POSIBLE CAMBIO SUGERIDO	BIEN CONCEBIDO	HARIA CAMBIOS	HARIA ADICIONES	HARIA SUPRESIONES
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1	_____				
2	_____				
3	_____				
4	_____				
5	_____				
6	_____				
7	_____				
8	_____				
9	_____				

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y señalamientos críticos contribuirán a perfeccionar el modelo teórico, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

\_\_\_\_\_

*La Propuesta es Adecuada*

\_\_\_\_\_

Fecha: 25/05/2019

  
 Sinto Alejandro Morey Triguero, M.D.  
 ... DOCTOR EN CIENCIA POLÍTICA Y COMERCIO  
 Sello, firma, DNI

## Autorización de publicación de tesis al repositorio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
“César Acuña Peralta”

# FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

## 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

**Flores Ramírez, Rony**

D.N.I. : 42408638  
Domicilio : Jirón 09 de Abril 177 - Tarapoto  
Teléfono : Fijo : ..... Móvil 942980525  
E-mail : ronyfenix@hotmail.com

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Posgrado  
 Maestría  Doctorado  
Grado : Doctor  
Mención : Gestión Pública y Gobernabilidad

## 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

**Flores Ramírez, Rony**

Título de la tesis:

**“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”**

Año de publicación : 2019

## 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : .....

Fecha : 24 de octubre de 2019

# Informe de originalidad

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1196995601&s=1&lang=es&u=1072787371

feedback studio | Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de Sa... /0 < 40 de 48 > ?

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

\*Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín (Tampón, 2018)

TESIS PARA OPTENER EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

AUTOR:  
Mg. Rony Flores Rueda  
(https://orcid.org/0000-0002-5917-9537)

ASESOR:  
Dr. José Manuel Delgado Rueda  
(https://orcid.org/0000-0001-6371-2729)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
Reflexión y Modernización del Estado

**Resumen de coincidencias**

**18 %**

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	nulan.mdp.edu.ar Fuente de Internet	1 %
4	es.scribd.com Fuente de Internet	1 %
5	helvia.uco.es Fuente de Internet	1 %
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
7	www.revistalatinacs.org Fuente de Internet	1 %

Página: 1 de 61 | Número de palabras: 15549 | Text-only Report | High Resolution | Activado

12:12 a.m. 21/10/2019

## Acta de aprobación de originalidad



### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

La Dr. **JOSÉ MANUEL DELGADO BARDALES**, ha revisado la tesis del estudiante Mg. **RONY FLORES RAMÍREZ**, titulado **“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”** constato que la misma tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa **TURNITIN**.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 11 de octubre de 2019

  
-----  
**Dr. José Manuel Delgado Bardales**  
**DOCENTE POS GRADO**

Autorización de la versión final del trabajo de inves



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

**Dra. ROSA MABEL CONTRERAS JULIÁN**

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**Mg. Rony Flores Ramírez**

**INFORME TÍTULADO:**

**“Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:**

**Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad**

**SUSTENTADO EN FECHA: 10 de agosto de 2019**

**NOTA O MENCIÓN: Aprobar por unanimidad**



**Dra. Rosa Mabel Contreras Julián**  
**CPPe: 0324802**