



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La responsabilidad social y la imagen en una institución de
educación superior universitaria de Lima Norte, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Guanilo Noriega, Hercules Alexander (ORCID: 0000-0003-0231-1075)

Mairena Fox, Petronila Liliana (ORCID: 0000-0001-9402-5601)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (ORCID: 0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a nuestra familia por el apoyo incondicional que nos brindaron a lo largo de estos largos años de estudio contribuyendo con este logro profesional.

Agradecimiento

A nuestros docentes por su valiosa enseñanza y orientación que, a lo largo de nuestra formación profesional nos guiaron por el camino del éxito; además, un agradecimiento especial al PhD. César Eduardo Jiménez Calderón por su valiosa asesoría en la realización de nuestro trabajo de investigación.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	22
3.1. Tipo y diseño de investigación	22
3.2. Variables y operacionalización	23
3.3. Población, muestra y muestreo	30
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.5. Procedimientos	33
3.6. Método de análisis de datos	34
3.7. Aspectos éticos	35
IV. RESULTADOS	36
V. DISCUSIÓN	51
VI. CONCLUSIONES	57
VII. RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS	59
ANEXOS	64

Índice de tablas

3.3.1.	Relación de universidades que se encuentran en actividades académicas en Lima Norte	31
4.1.1.	Nivel de participación en RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	36
4.1.2.	Nivel de participación en gestión como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	37
4.1.3.	Nivel de participación en la formación como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	38
4.1.4.	Nivel de participación en la cognición como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	39
4.1.5.	Nivel de intervención en la participación social como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	40
4.1.6.	Nivel de percepción de la imagen institucional de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	42
4.1.7.	Nivel de percepción como imagen ideal de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	43
4.1.8.	Nivel de percepción como imagen real de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	44
4.1.9.	Nivel de percepción como imagen estratégica de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	45

Índice de figuras

3.3.1.	Distritos que conforman Lima Norte	30
3.5.1.	Procedimiento de recogida de datos	34
4.1.1.	Nivel de participación en RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	36
4.1.2.	Nivel de participación en gestión como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	37
4.1.3.	Nivel de participación en la formación como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	38
4.1.4.	Nivel de participación en la cognición como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	40
4.1.5.	Nivel de intervención en la participación social como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	41
4.1.6.	Nivel de percepción de la imagen institucional de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	42
4.1.7.	Nivel de percepción como imagen ideal de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	43
4.1.8.	Nivel de percepción como imagen real de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	45
4.1.9.	Nivel de percepción como imagen estratégica de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	46
4.2.1.	Coeficientes de correlación de Spearman	47
4.2.2.	Prueba de hipótesis entre RSU e Imagen Institucional	48
4.2.3.	Prueba de hipótesis entre RSU e Imagen ideal	48
4.2.4.	Prueba de hipótesis entre RSU e Imagen real	49
4.2.5.	Prueba de hipótesis entre RSU e Imagen estratégica	50

Resumen

La investigación propuso determinar la relación que existe entre la responsabilidad social universitaria (RSU) y la imagen (ideal, real y estratégica) en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020. La metodología estructurada en el enfoque cuantitativo (estadística descriptiva e inferencial), método hipotético deductivo, tipo aplicada, diseño no experimental con corte transversal correlacional. La población evaluada fue la comunidad que vive en los alrededores de las instituciones de educación superior universitaria de los distritos de la Región Lima (Carabayllo, Ancón, Puente Piedra, San Martín de Porres, Santa Rosa, Comas, Independencia y Los Olivos). La muestra fue de 385 (población infinita), con muestreo aleatorio simple. Se aplicó la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de 24 ítems (RSU e imagen institucional). Los resultados demostraron que la RSU se encuentra en tránsito en las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte en el año 2020 porque se evidencia estar en un nivel medio (38,2%) y la percepción de la imagen institucional se evidencia también en un nivel medio (48,6%) porque está más posesionado en relación de la RSU. Se determinó que existe correlación positiva moderada ($r = 0,407$; $p < 0,05$) entre la RSU y la imagen institucional.

Palabras clave: Responsabilidad Social Universitaria, RSU, imagen, imagen institucional

Abstract

The research proposed to determine the relationship between university social responsibility (USR) and image (ideal, real and strategic) in a university higher education institution in North Lima, 2020. The structured methodology in the quantitative approach (descriptive and inferential statistics), deductive hypothetical method, applied type, non-experimental design with correlational cross-section. The population evaluated was the community that lives in the surroundings of the university higher education institutions of the districts of the Lima Region (Carabayllo, Ancon, Puente Piedra, San Martín de Porres, Santa Rosa, Comas, Independencia and Los Olivos). The sample was 385 (infinite population), with simple random sampling. The survey was applied, and the instrument was the 24-item questionnaire (RSU and institutional image). The results showed that USR is in transit in the university higher education institutions of North Lima in the year 2020 because it is evidenced to be at a medium level (38.2%) and the perception of the institutional image is also evidenced in a medium level (48.6%) because it is more possessed in relation to MSW. It was determined that there is a moderate positive correlation ($r = 0.407$; $p < 0.05$) between USR and institutional image.

Keywords: University Social Responsibility, USR, image, institutional image

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática se evidencia con la deficiencia observada de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte. La limitada gestión organizacional es evidente; asimismo, se percibe que la formación académica es poco conocida por la escasa información de los conocimientos impartidos a los estudiantes que consoliden los patrones y direccionamiento orientado a la RSU como parte de la misión de las universidades localizadas en Lima Norte es perceptible. La falta de participación social que proyectan los claustros universitarios es notoria.

Arias (2019) refiere que el Perú ha registrado 18 universidades que promueven la RSU; pero mediante el estudio realizado por la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA) hay evidencias que las universidades peruanas son las que menos se involucran en reportar experiencias de éxito en la práctica de la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la intervención en la comunidad como parte sustantiva de respuesta a la pertinencia social.

De otro lado, Arias refiere que un número reducido de universidades como la Universidad del Pacífico, la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Universidad Cayetano Heredia y la Universidad de Lima, han generado alianzas estratégicas mediante la conformación de un consorcio para promover la RSU y la implementación de los ODS declarados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

La deficiencia de la gestión organizacional está demostrada porque el clima laboral se desarrolla con poca armonía y la equidad de género en el trabajo, los campus universitarios poco sostenibles en la cultura ecológica; asimismo, la gestión de la ética, la transparencia en la toma de decisiones e inclusión de personas con habilidades especiales.

La evidente formación radica en el poco interés que las instituciones de educación superior universitarias hacen énfasis en impartir catedra en la metodología de aprendizaje-servicio para consolidar contenidos relevantes y pertinentes que son los propósitos de la educación. Los estudiantes frente a la poca actitud de los docentes para impartir aprendizajes armoniosos y con equidad donde

se desarrolle temáticas holísticas en el paradigma de la complejidad y del mismo modo metodologías de enseñanza aprendizaje creativas es notorio. De otro lado, los planes de estudios escasamente están articulados con las políticas de desarrollo sostenible de la educación solicitada por las Naciones Unidas (ONU) para la generación de la formación de profesionales con sentido humanista la cual se orienta a la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Hay deficiencia en los planes de estudio porque están consolidados incipientemente con los ODS donde se evidencia muy poca relevancia de la sostenibilidad en las áreas preponderantes referidas al medio ambiente, la economía y la sociedad. Así mismo, se concibe que existe inadecuada elaboración de las mallas curriculares con los actores externos porque están de espaldas a los requerimientos de profesionales que requiere el mercado de trabajo y por ende hay alto índice de desempleo que es evidente.

Se aprecia que los claustros universitarios escasamente dan por asentadas o consolidadas las habilidades en la construcción del conocimiento. Dicho de otra manera, los profesionales en formación que estarán asumiendo los roles en la sociedad está siendo abordado únicamente el conocimiento en monodisciplina y los problemas sociales son multidisciplinarios porque están interrelacionados con diferentes áreas (transdisciplinariedad) del conocimiento puesto que toda actividad sea simple o compleja está siendo proyectada de manera holística; por ende, la sociedad en su conjunto visualiza que es evidente que la calidad educativa es baja en la preparación de profesionales que tomarán las riendas de la economía.

Igualmente, la deficiente preparación en habilidades investigativas de la masa crítica en formación para la solución de problemas en y para la comunidad es evidente. La debilidad existente en la generación de investigaciones que efectivamente se desarrolle en base a necesidades reales de las organizaciones y de la comunidad estén asociadas para responder con pertinencia social de tal manera sean divulgados con asideros respondiendo a una necesidad problemática emergente, es observable.

Por último, las universidades ponen poco énfasis en la proyección social que debe ser lograda con la integración de cursos ejes como parte del aprendizaje en la formación profesional en conjunto con la investigación. hace falta que las instituciones universitarias tengan pertinencia en la sociedad donde se desarrollan

debido a que implementan proyectos sociales sin la participación de los líderes locales con la finalidad de emprender proyectos coconstruidos para tener sostenibilidad y se genere la categoría universidad-sociedad con el afán de que los planes operativos institucionales (de la universidad) respondan a la pertinencia social, por ende, el impacto es negativo frente a la sociedad.

De otro lado, las universidades trabajan de espaldas a los planes de desarrollo concertado que los gobiernos locales y nacionales promueven para la generación del desarrollo de la comunidad con la mejora del estándar de vida.

En definitiva, las instituciones de educación superior de Lima Norte escasamente están trabajando adecuadamente la responsabilidad social universitaria y en consecuencia está afectando la imagen institucional, por lo que se requiere realizar mejoras en la gestión organizacional, la formación académica, hacer énfasis en los saberes pertinentes de los profesionales en formación, la participación social de los claustros universitarios es notoria que se hace evidente como causas notables ante la deficiente imagen institucional. Frente a las deficiencias encontradas en el desarrollo pertinente de la responsabilidad universitaria se hace notorio los desatinos, la poca credibilidad y escaso interés por la comunidad receptora que acceda a la vida universitaria porque está siendo afectada la imagen institucional del conjunto de claustros universitarios localizados en Lima Norte.

La investigación plantea el siguiente problema orientado a ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?; al mismo tiempo, se proponen problemas específicos referidos a establecer (a) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?; (b) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020? y; (c) ¿Qué relación existe la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?

Este acápite contiene información sobre la importancia y finalidad del trabajo de investigación. La justificación teórica se sustenta en la aplicación del 4to Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), de la Organización de las Naciones Unidas, referido a la Educación de calidad con el propósito de certificar la educación

inclusiva, equitativa y de calidad donde se promuevan oportunidades de aprendizaje para toda la vida y para todos, en el cual se hace énfasis en la responsabilidad social universitaria. De otro lado, la imagen institucional está comprendida en el postulado de la teoría de la Gestalt donde se hace énfasis en “la forma es un todo estructurado” que se orienta a un conjunto de elementos que se relacionan entre sí.

Por otro lado, la justificación metodológica estuvo orientada a la construcción de instrumentos para la recolección de datos a medir a través de las variables en estudio, como son la RSU y la imagen institucional de las instituciones de educación superior universitarias. Además, la justificación práctica es parte de evidencia que será motivo para la generación de cambios en las instituciones de educación superior en los procesos y procedimientos de la RSU. Además, la investigación tiene el propósito de formar profesionales con capacidad de gestión y con valores, que los conocimientos que se impartan en las instituciones universitarias reflejen pertinencia de contenidos para afrontar las necesidades de la comunidad y sean personas socialmente responsables respondiendo con la generación de iniciativas plasmadas en proyectos para elevar la calidad de vida de la región donde se encuentre. Ciertamente, el profesional dejará huella y sobre todo dará renombre a la institución educativa donde se formó y en efecto resaltará la imagen institucional del claustro universitario que lo albergo.

Igualmente, el objetivo general fue determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020; así pues, los objetivos específicos estuvieron orientados a (a) determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020; (b) determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020 y; (c) determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

Por otra parte, la hipótesis general fue existe relación directa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020; en consecuencia, las hipótesis específicas fueron conducentes a si (a) existe relación directa entre la RSU y la

imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020; (b) existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020; (c) existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En referencia a los antecedentes nacionales, Miranda (2020) reportó en la investigación la descripción y explicación del cómo es entendida e internalizada la RSU en las universidades tanto públicas como privadas ubicadas en las regiones del centro del Perú. La investigación fue de carácter multimetódica con enfoque mixto, haciendo uso del método inductivo - deductivo e la sistematización de los datos, el tipo de investigación fue el básico y de nivel descriptivo. La población fue de 10 universidades (4 públicas y 6 privadas), la muestra constituida de 5 informantes claves de cada universidad haciendo un total de 50 participantes. La muestra tuvo criterio de selección (Rector o Vice Rector Académico, funcionario universitario que trabaje en la Dirección de Extensión, docente universitario del área de Investigación; docente encargado del área de Asuntos Académicos y, un dirigente estudiantil). Por la característica de la investigación de enfoque mixto, se emplearon varios instrumentos como la guía de observación, fichas bibliográficas, fichas hemerográficas, grabaciones, libreta de campo, lista de cotejo y cuestionario con escala tipo Likert. Se procesaron datos cualitativos (software Atlas Ti) y datos cuantitativos (software SPSS).

Las conclusiones de la investigación de Miranda respecto a la RSU quedaron detalladas en la falta de conocimiento de la temática orientada a la RSU y, por consiguiente, hay deficiencia en su implementación detallada en la Ley Universitaria N° 30220. Las universidades del centro del país tienen expresado en la misión, visión y objetivos de la institución universitaria las evidencias de la RSU, pero no se implementan debido a que las autoridades se resisten al cambio y asumir los desafíos que demanda la RSU donde se debe de proyectar a la sociedad para generación de impactos positivos determinados por los objetivos de desarrollo sostenible declarado por la UNESCO.

Leaño (2018) propuso establecer la relación entre la formación profesional y la satisfacción del estudiante. La defensa de la tesis estuvo bajo el enfoque cuantitativo y fue no experimental porque se analizaron las variables en su estado natural. Se aplicó un cuestionario a una población de 30 estudiantes de la escuela de educación primaria y la muestra conformada por 26 estudiantes. La investigación realizada por Leaño permitió determinar que existe relación alta y positiva entre las

variables de estudio de los estudiantes del X ciclo, los datos procesados por el Rho de Spearman, dieron por resultado 0,601, con nivel de significación = $p < 0,05$.

El reporte de Otras Fuentes (2019) referida a la RSU en Perú comunicada por el profesor Franklin Duarte, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, estipula que papel protagónico de la universidad está marcado en los pilares básicos de las instituciones de educación superior como son la función de enseñanza, investigación y la responsabilidad social con énfasis en la comunidad. De acuerdo con el análisis realizado en el caso Perú, dejan de lado la RSU y dan prioridad a la únicamente a la enseñanza y escasamente a la investigación sin tener coherencia lo que se investiga para la comunicar lo que no requiere su comunidad. Por lo tanto, toda universidad responde sólo a las políticas institucionales y a la cultura organizacional que en ese momento se desarrolla por la alta gerencia (universidades privadas) o el gobierno institucional (universidades públicas). En conclusión, la RSU para el caso de las universidades peruanas debe estar determinado mediante la divulgación de reportes periódicos con transparencia a través del portal web institucional la intervención y aportes que realiza la institución universitaria en la comunidad que; así mismo, se debe generar indicadores de medición de la RSU en los procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y la intervención en la comunidad para detectar las deficiencias y actuar sobre ellas para minimizarlas.

Montano y Guillén (2019) analizaron la asociación entre la RSU y la satisfacción generada en estudiantes de la Universidad Metropolitana del Ecuador. La investigación se realizó con una población de 1553 estudiantes y obtuvo una muestra de 309 participantes mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. El diseño de la investigación fue el pre-experimento los datos obtenidos se analizaron con el test de Wilcoxon (para datos no paramétrico), la significación alcanzada en el análisis determinó un p valor = 0.000, demostrando que existe asociación entre las variables en estudio.

Bokhari (2017) refiere que la RSU no debe estar definida como una actividad de asistencialismo de la universidad en la comunidad, sino que, involucra conceptos más complejos como estar insertados a dar respuesta pertinente de los problemas que le aquejan a la comunidad orientados a los dificultades medioambientales, económicos y sociales. El propósito de la investigación consistió en determinar un

concepto adecuado donde se relacione la RSU y el desarrollo sostenible de las comunidades, de tal manera que la comunidad educativa universitaria tome conciencia que una universidad debe formar profesionales reflexivos, con sentido humano y generar cambios en su comunidad para hacerla sustentable para las futuras generaciones.

Ríos (2018) planteó en la investigación determinar la relación entre la formación y la calidad académicas de la Facultad durante el periodo del 2018. La investigación fue de enfoque mixto, haciendo uso de la interpretación de varias concepciones de la RSU, de tipo aplicada y corte transversal para la toma de datos, con nivel descriptivo correlacional. La población estuvo integrada por 3 escuelas profesionales (Geológica, Metalúrgica y Minera) de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minera y Metalúrgica ascendiendo a un total de 994; la muestra es de 270 estudiantes y haciendo uso del muestreo estratificado aplicando la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento para la recopilación de los datos. Mediante la prueba estadística del estadígrafo de Tau-B de Kendall, con significancia inferior al p-valor (0,000), se acepta la hipótesis de trabajo, rechazándose la hipótesis nula. Se demostró una incidencia de 58.2%; por lo tanto, se concluye que existe un alto grado de relación entre la formación y la calidad académica. En conclusión, se tiene evidencias estadísticas la existencia de la relación significativa entre la RSU y la calidad académica de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minera y Metalúrgica de la Universidad Nacional de Ingeniería durante el año 2018.

Guevara (2019) orientó la investigación en determinar el nivel de influencia de la percepción de la comunidad de Tacna frente a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el compromiso organizacional de la alta dirección y colaboradores de la Empresa de Generación Eléctrica de Sur – EGESUR S.A., durante el año 2018. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel explicativo causal, con diseño no experimental transversal. La población fue el censo haciendo un total de 33 personas (gerentes, funcionarios, profesionales especializados y técnicos); se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario para medir la RSE y el compromiso organizacional. Las conclusiones. Mediante la regresión lineal múltiple se evidencia que, de acuerdo con los resultados, el estadístico R cuadrado = 0,439, muestra que el modelo de regresión

lineal revela que el 43,9% de la variabilidad de los resultados obtenidos repercute en la variable dependiente Compromiso Organizacional denotada por la RSE ($p=0,00$; a un nivel de confianza de 95%). Por lo tanto, la RSE influye significativamente en el compromiso organizacional porque los funcionarios y trabajadores cumplen con el compromiso asumido con la sociedad.

Aguilar (2017) investigó referente a las diferencias encontradas de la imagen institucional entre las Escuelas de Posgrado de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (EPG-UNJBG) y la Universidad Privada de Tacna (EPG-UPT). La investigación fue de nivel descriptivo, tipo básico y de diseño no experimental transversal. La población fue de 523 egresados y se obtuvo una muestra de 60 (90% nivel de confianza) con muestreo probabilístico aleatorio simple. Se aplicó un cuestionario de 30 ítems. Los datos dieron por resultados que se evidencia que no existe diferencia significativa entre la imagen institucional de ambas escuelas de postgrado durante el año 2015; por lo que, la evidencia estadística demuestra que la imagen de la EPG-UNJBG presenta sólo una diferencia de - 7,3% a la imagen de la EPG-UPT.

Ramírez (2019) estableció evidenciar la relación entre la imagen institucional y la comunicación estratégica para la Oficina de Comunicaciones en las instalaciones del Congreso de la República durante el periodo del 2019. El estudio propuesto es con la finalidad conocer el sentir del entorno social, político y económico con el afán de disminuir las dificultades encontradas para mejorar de manera certera los requerimientos de los grupos de interés y la imagen de la entidad legislativa. La investigación siguió el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transeccional y nivel correlacional; se evaluó la imagen institucional mediante la percepción de los colaboradores del Congreso. La población fue el censo ascendiendo a un total de 30 personas, aplicando 2 cuestionarios para conocer las variables imagen institucional y comunicación estratégica; la significancia bilateral = 0.302. Esto se basó principalmente en el hecho de que la imagen comunicacional fue percibida como baja por un 66,7% y la comunicación estratégica fue percibida en un nivel medio por 63.3% de los consultados.

Cáceres (2017) propuso establecer el nivel de influencia de competencias de gerencia y la gestión por resultados en la imagen institucional de la UGEL 02 de la Región Lima durante el año 2017. La investigación fue de enfoque cuantitativo,

método hipotético deductivo, con diseño no experimental y de corte transeccional; de tipo básico. La población de estudio fue de 500 trabajadores de la UGEL 02 y se aplicó la fórmula estadística de una población conocida obteniendo como muestra a 218 colaboradores y se empleó el muestreo probabilístico aleatorio simple. La técnica utilizada fue la encuesta y los instrumentos fueron los tres cuestionarios para medir las competencias gerenciales, la gestión por resultados y la imagen institucional.

Las conclusiones de Cáceres fueron que las competencias gerenciales al igual que la gestión por resultados tienen influencia positiva sobre la imagen institucional de la UGEL 02 en un porcentaje de 84,3%. Por lo tanto, los trabajadores de una institución pública son considerados sujetos activos para generar notoriedad de la imagen institucional.

Perales y Escobedo (2016) propusieron determinar la manera en que se involucra los actores educativos (padres de familia, docentes y directivos) en la educación escolar. El estudio fue haciendo uso del enfoque cualitativo – etnográfico. Se pudo llegar a determinar que la participación social, no debe verse como parte de una gestión pública eficiente, sino debe verse como un proceso que ayude a formar un ciudadano más dispuesto a vivir en libertad con sentido participativo, en consecuencia, un ciudadano que contribuya a vivir en una sociedad justa y que ofrezca una mejor calidad de vida.

Hernández (2015) trabajó en proponer un modelo metodológico teniendo como base el modelo de triangulación, el cual permita evaluar y medir la imagen corporativa mediante la percepción determinada por un sector de clientes de una institución universitaria, a quienes se les hizo preguntas orientadas a los atributos de la institución y cuál fue el motivo que los llevo a optar por la institución predominando la importancia del claustro universitario. Tras la realización de un muestreo probabilístico al UOE a tres focus group (UMU, UCAM y UPCT) con un estudio descriptivo, cuantitativo y concluyente transversal. Los resultados determinaron que la imagen corporativa es trascendente y relevante a la hora de promocionar una institución universitaria. A su vez, la investigación se desarrolló mediante el planteamiento de la Triangulación Interdisciplinar-Metodológica (TIM) como patrón para identificar la imagen proyectada y a su vez percibida por la población objetivo en la toma de decisiones tanto para la institución como para el

interesado por el servicio educativo. El aporte metodológico de la investigación consistió permite medir y evaluar la imagen corporativa de un grupo de clientes reales y potenciales de cualquier institución universitaria.

Flores (2018) estuvo motivado en la mejora de la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín, empleando acciones de desarrollo social mediante un modelo de responsabilidad social universitaria. Se hizo uso de una población de dos segmentos, el primero conformado por la comunidad universitaria de la UNSM-Tarapoto y el segundo conformado por el público externo; la muestra seleccionada estuvo compuesta, del mismo modo, por dos segmentos; la primera incluye 67 personas de la comunidad universitaria, entre las cuales se encuentran 32 estudiantes, 20 docentes y 15 administrativos, y la segunda está conformada por 189 personas de la población externa, tras un muestreo aleatorio simple se obtuvieron 80 estudiantes pre universitarios, 40 empresarios y 69 pobladores elegidos por conveniencia. Tras haber realizado toda la evaluación e investigación conveniente se concluyó que, el modelo de responsabilidad social universitaria basado en la teoría de Francois Vallaeyes se ha replanteado, tomando así un tema esencial por su relevancia y repercusión en el fortalecimiento de la imagen organizacional; además, el nivel de conocimientos sobre la ejecución de la responsabilidad social en la UNSM-Tarapoto es baja en un 79%, denotando la deficiencia, que debe ser trabajada por las autoridades y encargados; y finalmente la imagen organizacional de la UNSM-Tarapoto es baja en un 61%, manifestado así por los públicos internos y externos, siendo necesario trabajar en una comunicación interna y externa por recuperar una buena reputación y, así mismo, estas generen una imagen positiva.

Pumacayo y Arratia (2019) decidieron hacer un estudio referido a establecer la relación entre la RSU y la calidad del servicio administrativo. La investigación siguió el enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental con corte transversal. El muestreo fue probabilístico con una muestra de 268 estudiantes. Los instrumentos fueron certificados por expertos, con una confiabilidad haciendo uso del coeficiente Alfa de Cronbach (variable 1 de 0,991 y variable 2 de 0,987). En los estadísticos descriptivos se encontró que el 35,4% (95 estudiantes) consideraron como mala la RSU en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle y el 40,7% (109 estudiantes) calificaron de mala la calidad de

servicio administrativo. La primordial conclusión revela que existe relación determinante entre la RSU y la calidad de servicio administrativo en dicha Universidad, siendo el valor significativo $p < 0,05$ y el Rho de Spearman = 0,896 correlación positiva muy alta; en consecuencia, se deduce que cuanto mejor sea la RSU incrementan los niveles en la calidad de servicio administrativo.

Rojas (2017) planteó establecer si la imagen corporativa influye en la satisfacción del usuario en Transportes Rojas E. I. R. L., Puente Piedra. Se aplicó un cuestionario a una muestra a 70 clientes frecuentes (muestreo por conveniencia). Las conclusiones fueron que existe influencia significativa de la imagen corporativa sobre la comunicación externa, la calidad percibida y la innovación ejercida por la empresa para beneplácito en la satisfacción del cliente; de otro lado, la imagen corporativa ejerce influencia en la confianza, generando interés y preferencia en la mente del público consumidor; además, se debe evidencia que la orientación hacia una óptima campaña de comunicación inicia en los colaboradores de toda empresa, reforzando el trabajo en equipo como también un cálido clima laboral, en efecto, la reorganización, la renovación y el cambio en la infraestructura tienen efectos positivos en la atención del servicio de la empresa; por consiguiente, la empresa será vista con percepción positiva con mejoras en el servicio para la disposición del cliente.

De otro lado, los antecedentes internacionales, Erazo-Coronado, Llano-Aristizábal, Garcés-Prettel y Erazo-Coronado (2020) dan por respuesta a la RSU como el cumplimiento de la misión de una universidad enmarcados en estándares orientados a la ética, respuesta a la comunidad que la demanda, respetando la vida con inclusión social y guardando equilibrio con el medio ambiente. Toda finalidad que cumple la universidad es para hacerse visible como institución formadora y profesionalizante. Los autores plantearon la investigación en base a determinar la relación causal entre la práctica de la RSU mediante la difusión de las redes sociales para la selección de universidad de acuerdo con su reputación (imagen institucional). La investigación se desarrolló en base a un enfoque cuantitativo con nivel explicativo causal, diseño no experimental y con corte transversal. La investigación tuvo como muestra 356 participantes de universidades de Barranquilla (Colombia). Los resultados determinaron que existe influencia significativa directa en la selección de universidad con práctica de la RSU, y así

como también se evidencio influencia significativa indirecta cuando dan seguimiento a la reputación que pueda influir en su decisión de elección de la universidad donde van a pasar 5 años de preparación académica.

Vallaes y Álvarez (2019) plantearon dar respuesta a cómo los estudiantes universitarios latinoamericanos entienden el paradigma de la RSU. La investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel exploratorio y descriptivo; fueron encuestados virtualmente a una muestra de 740 miembros universitarios de Latinoamérica (Colombia, Chile, Costa Rica, Argentina, Perú, México y Bolivia). Participaron 17 universidades latinoamericanas y la muestra estuvo conformada por estudiantes (37%), docentes (25.3%), personal administrativo (27%) y funcionarios (10.7%). Los datos fueron procesados aplicando estadística descriptiva con el software estadístico SPSS, se obtuvieron tablas cruzadas para hallar los análisis de frecuencias y con las gráficas respectivas. Las conclusiones determinaron que la universidad está superando el poco compromiso social universitario que imprime en los planes de estudio para formar a futuros profesionales y la investigación. En consecuencia, es necesaria la construcción de la definición latinoamericana para la RSU con base en la participación en el desarrollo territorial y la gestión de impactos administrativos y académicos.

Sunardi (2019) propuso comprobar si existe influencia directa o influencia indirecta de a RSU, la imagen institucional en el desempeño de la educación superior de Indonesia. El enfoque de la investigación fue cuantitativo y de nivel explicativo causal. Se trabajaron datos de fuentes primarias de una población de 138 participantes de 11 universidades que básicamente fueron los líderes universitarios. Para recolectar los datos se utilizó como instrumento un cuestionario compuesto de 38 ítems. Los resultados demostrados en el análisis de la información establecieron que existe impacto positivo y significativo de la RSU en la imagen institucional; y de otro, lado la RSU influyó positiva pero no trascendente en el desempeño de la educación superior universitaria. Por último, la imagen institucional incidió positiva y significativamente en el desempeño de la educación superior.

Romaní (2019) se propuso conocer la contribución en la sociedad la función que cumple la RSU en una universidad pública. Aplicó un enfoque cualitativo con un diseño de investigación cualitativa es estudiada en un caso. Se coleccionó la

información documental y normativa haciendo uso del estatuto universitario y con el marco temático. Se preparó la guía de entrevistas las cuales se aplicó a los universitarios y los resultados se comparó con los documentos existentes en función a convergencias y divergencias. La investigación determinó que se debe definir una cobertura integral en beneficio de la sociedad con normativas que integren a todos los actores con una visión de perfeccionamiento académico.

Quinto (2018) orientó el estudio a determinar la incidencia y elaborar una propuesta de comunicación para mejorar la imagen de la Escuela Profesional de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo. Se aplicó encuestas y entrevistas. La población fue de 386 estudiantes, después de aplicar la fórmula de Arkin y Colton se determinó la muestra en 73 estudiantes con un nivel de error del 9%. La aplicación de la encuesta determinó que el 52% de los estudiantes señalan que se encuentran muy poco satisfechos con el manejo interno de la comunicación, mientras que el 32% señala que está satisfecho, el 12% se encuentra muy satisfecho y el 4% señala que esta nada satisfactorio; la metodología de investigación cualitativa y cuantitativa a través de dos métodos el inductivo permitió determinar las estrategias de comunicación existentes a través del levantamiento de información. El método deductivo permitió determinar las estrategias existentes que necesitan ser reforzadas. Finalmente, el estudio permitió la formulación de una propuesta comunicacional estratégica que busca mejorar la imagen institucional de la escuela profesional de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo del periodo del 2017.

Gómez, Alvarado y Pujols (2018) hacen referencia en la investigación propuesta que la RSU hace énfasis en la gestación y transparencia de la ética educativa, los procesos y procedimientos administrativos, cognoscitivos, académicos y la visibilidad proyectada a la sociedad. La universidad cada vez está teniendo más protagonismo cuando profesa la práctica de la RSU. Países de América Latina, Norteamérica, Europa y El Caribe ejercen y dan a conocer públicamente la implementación de la RSU entre los valores, filosofía y cultura organizacional con la finalidad de disminuir el impacto negativo de las operaciones administrativas y operativas que cada institución de educación superior tiene y lo cumple para reafirmar la misión y visión que comunica a la sociedad, aunque puede causar desestabilidad económica, política y medioambiental. Aún hay pocos

estudios que divulguen la práctica de la RSU desde la parte interna del claustro universitario y de los grupos de interés.

Gómez, Alvarado y Pujols (2018) plantearon conocer la postura de la comunidad educativa interna de una universidad de Puerto Rico orientada cuanto conocen de la RSU. Se encuestó a un total de 533 participantes entre estudiantes (356), docentes (78) y administrativos (99). La investigación fue de nivel descriptivo, con enfoque cuantitativo para determinar las percepciones de los encuestados se aplicó un cuestionario para determinar el nivel de conocimiento referido a ser un campus socialmente responsable, gestión de conocimiento, participación en la comunidad y educación impartida al alumnado. Los resultados encontrados fueron que hubo homogeneidad en las respuestas de los tres grupos analizados. Los datos obtenidos sirven para incrementar literatura a la variable RSU que recién está tomando fuerza y protagonismo en la comunidad universitaria.

Larrán y Andrades (2017) reportan que en la revisión sistemática de la RSU entre el periodo del 2000 al 2015, ha habido cambios bastante drásticos alrededor de la universidad por los desafíos que la sociedad le demanda. Por la demanda social, la universidad se ha vuelto un eje principal en la formación de los nuevos profesionales que llevarán las riendas en las políticas para preservar y generar sostenibilidad a través de los claustros universitarios donde se le da la tarea de integrar los preceptos de la RSU en las principales funciones de la universidad. Se realizó el análisis documental de 15 títulos de revistas académicas especializadas en la educación superior universitaria para encontrar los vacíos de la literatura y recomendar los lineamientos de futuras investigaciones

Sánchez-Hernández & Mainardes (2016) refieren que la responsabilidad social universitaria que profesan las universidades meramente lo hacen con estilo benefactor (altruista); ahora deben cambiar y tener protagonismo en la sociedad porque tienen que generar estrategias donde formen profesionales con pertinencia social en el cual se refleje la gestión de la universidad a través de sus planes de estudios, la investigación y se plasmen en proyectos propios de la comunidad concertados con los gobiernos locales. La investigación tuvo como propósito generar un modelo teórico que evidencie el proceso de causa efecto en base a la preparación de contenidos propios de su contexto social (pertinencia) en relación con la satisfacción de los estudiantes con impacto en su sociedad más cercana. Se

propuso como hipótesis (1) hay relación directa y positiva entre la RSU y la satisfacción de los estudiantes; y (2) hay relación directa y positiva entre RSU y la cultura de intraemprendimiento social. Se tomó una muestra al azar de una universidad de Brasil donde se envió un cuestionario por correo electrónico a 400 estudiantes quienes devolvieron el cuestionario completo un 98% (392 estudiantes). El grupo objetivo fueron estudiantes de las escuelas Administración y Negocios. El cuestionario fue con escala tipo Likert de 10 puntos; donde el menor valor fue 0 (totalmente en desacuerdo) y el mayor valor fue 10 (totalmente de acuerdo). Se concluye que los estudiantes están altamente satisfechos y motivados con los planes de estudios que los orientan a la generación de proyectos con la comunidad para emerger con una economía sostenible porque los estudiantes que actúan en la sociedad con sentido de la responsabilidad.

Angel & Mittal (2016) aseveran que los claustros universitarios están al servicio de la educación, pero con sentido responsable y formando profesionales merecedores para un empleo decoroso; pero, las universidades deben articular sus planes de estudio y planes de desarrollo institucional con actitud y al servicio de la responsabilidad social con la comunidad donde se desarrolla institucionalmente haciendo énfasis en la RSU. Con la explosión y oferta educativa en nivel universitario, las universidades apuntan a captar la gran mayoría de estudiantes (como público objetivo) mediante la difusión de sus objetivos organizacionales como instituciones con sentido socialmente responsables desde las aulas mediante el aprendizaje basado en proyectos con y para la comunidad. Se planteó la siguiente interrogante: ¿Puede la universidad hallar algún método pertinente para potenciar a los estudiantes como profesionales con sentido de responsabilidad social? Pero si el grupo de interés busca claustros universitarios con énfasis en la RSU; entonces, la oferta educativa se orienta en la RSU porque las instituciones generarán ganancias a largo plazo. En conclusión, si la RSU se inculca en las nuevas generaciones de profesionales; entonces, las instituciones de educación superior generan rentas y por consiguiente el país es el más beneficiado porque se prepara a un país con responsabilidad social con su comunidad. Pero, la gran debilidad de los países radica en que el criterio que manejan los empleadores únicamente es el beneficio más próximo sin pensar en beneficiar a la comunidad sino es un pensamiento egoísta. Todo está en manos de los empleadores y las

universidades replantearían sus planes de estudio haciendo énfasis en preparar profesionales socialmente responsables y es aquí donde tendrá sentido la gestión de imagen mediante el desarrollo de la RSU.

Patlán y Martínez (2017) atribuyen que las instituciones de educación superior están dando protagonismo a su imagen porque se encuentran en contextos de mucha competencia y; además, el público objetivo a quien se dirigen les demanda muchas exigencias basadas en la calidad de sus planes de estudio. El objetivo estuvo en valorar la imagen institucional de un centro superior de estudios. Se aplicó un cuestionario a una muestra compuesta es profesores (226) y estudiantes (541) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Los resultados determinaron que la imagen institucional estuvo determinada por 4 factores (3 factores alusivos a la imagen cognitiva y 1 factor referente a la imagen afectiva). Los resultados obtenidos permiten confirmar la presencia de cuatro factores (tres factores de imagen cognitiva y un factor de imagen afectiva); así mismo, hubo correlaciones significativas en la medición de la imagen institucional de los claustros universitarios.

Lafuente-Ruiz-de-Sabando, Zorrilla y Forcada (2018) indagaron referente a como las instituciones de educación superior invierten mucho recurso económico para hacerse visibles apara su público objetivo mediante percepciones favorables por la alta competencia en el mercado de la educación superior universitaria. No obstante, las universidades no lograr impactar al público objetivo frente al arduo trabajo que realizan a la imagen institucional que buscan proyectar. La investigación tuvo como meta identificar las brechas orientadas a la gestión de la imagen institucional mediante la percepción de la imagen y la tan aclamada reputación de la marca de la universidad para quedar en la mente del target objetivo.

Mampaey y Huisman (2016) hacen referencia respecto a la constante gestión que las universidades hacen indismayablemente para promover el claustro mediante la gestión de la imagen o gestión de la marca. La metodología de la investigación se realizó mediante el estudio de caso comparativo en una muestra de 10 universidades del Reino Unido y con diferente reputación (5 de reputación elevada y 5 con reputación deficiente). El análisis demostró que las universidades

con estándares de calidad tienen una imagen elevada y que se ve potenciada con el estilo de direccionamiento por la gerencia educativa.

Vázquez, López-Aza y Lanero (2015) tuvieron el propósito de generar un modelo teórico sobre la RSU respecto a la percepción de los estudiantes del último ciclo académico de la Universidad de León de España en las dimensiones experiencia universitaria, calidad del servicio y satisfacción en los contenidos académicos. Se aplicó un cuestionario a una muestra de 200 estudiantes y se analizaron los datos haciendo uso de técnicas factoriales y así como del PLS (Partial Least Squares). Los resultados demostraron que existe 6 factores que definen la percepción de los estudiantes al momento de elegir la universidad, pero 3 de los factores inciden como parte definitoria la orientación que la universidad da a la RSU donde el servicio educativo incide en la calidad del servicio y la experiencia de satisfacción. Por lo que, las recomendaciones están orientadas a que las estrategias de marketing incidan en entornos virtuales donde los estudiantes disfrutan del aprendizaje sirviendo a la comunidad (como ventaja competitiva) y además se forman profesionales con sensibilidad, humanistas y con capacidad de generar soluciones a la comunidad que le demande soluciones.

Conviene subrayar que Plungpongpan, Tiangsoongnern y Speece (2014) examinaron cuales fueron los efectos de la RSU en la imagen de una universidad de Tailandia. Cuando las universidades tailandesas promueven la RSU como parte esencial de sus funciones sustantivas, entonces son consideradas por la comunidad como instituciones de alto rendimiento y con garantía en la calidad académica por la promoción de la RSU y que incide en la imagen de marca de la universidad por la que tienen que competir para captar a los futuros estudiantes (clientes potenciales) la investigación fue con enfoque cualitativo con el propósito de explorar el sentir de padres y estudiantes al momento de tomar la decisión en que universidad los acogería para formarse como profesionales con las nuevas demandas de las generaciones futuras. Se utilizó la técnica de la entrevista aplicada a ejecutivos de universidades privadas, estudiantes del último nivel escolar y a sus respectivos progenitores. Los resultados demostraron que los ejecutivos tienen implementada la RSU debido al deber que tienen para con la sociedad y, de parte de los estudiantes como al igual que sus padres toman en consideración el análisis de las universidades que mejor se marketean en las redes sociales divulgando el

trabajo que realizan con la sociedad mediante la RSU por lo que manejan constantemente la imagen de marca donde a futuro los posicionará como profesionales competentes y competitivos.

El enfoque teórico, está evidenciado en el planteamiento de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2016) donde refiere que el ODS 4 está diseñado a “garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos” (p. 7). La educación de calidad debe ser un tema preponderante en las instituciones de educación superior universitarias debido a que cumplen un papel muy importante en la formación de profesionales y que tengan ética, valores, sensibles y solidarios donde predomine la sostenibilidad de la sociedad y su comunidad donde se desenvuelve. Por otra parte, el Modelo URSULA (Unión de Responsabilidad Social Universitaria para Latinoamérica) sobre la RSU, tiene por objeto la promoción de la auto-reflexión del aprendizaje en los claustros universitario donde se genere aprendizaje recíproco en mejora continua del ejercicio ético de la institución y con una relación copartícipe con su territorio, promoviendo el acercamiento de cada institución con la comunidad más cercana.

Al mismo tiempo, Sánchez (2001) refiere que la teoría de la Gestalt está avocada a que “la forma es un todo estructurado” (p. 31). La estructura es referida a un conglomerado de elementos u objetos constituidos e identificables que componen una estructura que puede ser con un mismo propósito, de relaciones o jerarquías.

El enfoque conceptual, referido a la variable Responsabilidad Social Universitaria definida como la responsabilidad que tiene por encargo la universidad a las demandas de desarrollo de la sociedad, en mejora de la calidad de vida de la comunidad. La universidad debe formar profesionales con planes de estudio pertinentes, con metodologías de enseñanza y de aprendizaje trabajados con casuísticas de la sociedad donde se genere nuevas investigaciones como resultado de las intervenciones desde investigaciones y proyectos. Por consiguiente, la RSU está orientada a la capacidad de respuesta de toda institución de educación superior universitaria frente a los desafíos de la sociedad en la práctica de la docencia, la investigación, la extensión universitaria y la gestión interna de la

universidad con el propósito de hacer frente a las demandas sociales (Tafur y Sánchez, 2019).

Las dimensiones planteadas por Vallaeys (2019) para el desarrollo de la RSU está determinada por (1) la gestión institucional; (2) la formación: (3) la cognición y; (4) la participación social. Navarro (2014) refiere que la gestión institucional mayormente está orientada a ejecutar metas previa planificación organizacional donde el equipo ejecutor debe estar dotado de actitudes, aptitudes y sobre todo experticia en el medio donde van a operar y conducir lo planificado. Igualmente, Valverde, Beita, Bermúdez, Pino, Rodríguez, y Sánchez (2011) conceptualizan a la formación profesional como el proceso esencial en las instituciones de enseñanza – aprendizaje mediante el establecimiento de directrices claras que serán desarrolladas por los docentes a una masa crítica en potencia. Al mismo tiempo; Vallaeys, Cruz y Sasia (2009) hacen alusión a que el conocimiento esta netamente referido a la producción y socialización de lo producido en los claustros universitarios hacia la comunidad y la sociedad científica; así pues, la participación social referida a la actuación permanente y pertinente de la universidad en la comunidad donde los profesionales en formación generen vínculos mediante la generación de proyectos en la comunidad.

Acerca de la variable imagen institucional, Aguilar, Salguero y Barriga (2018) refieren que los planteamientos postulados por Joan Costa a la imagen institucional están definidos por “el efecto de causas diversas: percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos que, de un modo u otro, directa o indirectamente son asociados entre sí, lo que genera el significado de la imagen” (p. 37). El concepto alusivo a la imagen institucional está susceptible a ser modificado mediante los mensajes comunicacionales detallados estratégicamente por la organización. Conviene subrayar que, la imagen institucional está estudiada mediante las fases (1) imagen ideal, (2) imagen real y, (3) imagen estratégica.

Aguilar, Salguero y Barriga (2018) hacen referencia que la imagen ideal está percibida como la identidad que desea proyectar una organización o institución. Por otro lado, la imagen real está conformado por el conjunto de percepciones reales de los diferentes grupos de personas que conforman la comunidad sobre la organización, institución o empresa. Por último, la imagen estratégica está

relacionada al análisis de todas las acciones propuestas. Adentrarse en la imagen estratégica es analizar todas las acciones que la empresa o institución trabaja para pasar de la imagen real a la imagen ideal. Se analizarían tanto las estrategias de comunicación interna, como externa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada porque se describió la relación de los procesos de las instituciones de educación superior universitaria vinculadas a responsabilidad social universitaria e imagen institucional. Baena (2014) refiere que toda investigación aplicada tiene la particularidad de llevar a la práctica las teorías generales que permitirán resolver las necesidades que requiere una sociedad en particular; una característica de la investigación aplicada es que puede integrar una teoría antes existente a la vez que se adquieren otros, dando como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

El diseño utilizado fue el no experimental con corte transversal correlacional; no experimental porque no se alteró ninguna de las variables en estudio; la recogida de los datos estuvo establecida con corte transversal porque se ejecutó en un solo momento y; es correlacional porque se buscó determinar el nivel de relación existente entre ambas variables como es la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional.

El enfoque adoptado en la investigación es cuantitativo debido a que se procesaron datos cuantitativos recolectados a través del cuestionario para medir las variables (responsabilidad social universitaria e imagen institucional) y haciendo uso de la estadística descriptiva e inferencial para dar respuesta a la hipótesis de investigación. Ñaupas, Mejía, y Novoa (2013) refieren que el enfoque cuantitativo es usado para procesar datos numéricos y realizar análisis descriptivo e inferencial; por lo cual, el enfoque responde preguntas de investigación y comprueba hipótesis.

El método establecido fue el hipotético deductivo debido a que se propusieron hipótesis para contrastarlas con la realidad observable. Cegarra (2012) refiere que las investigaciones que emplean el método hipotético deductivo es la ruta lógica para indagar las soluciones a los problemas planteados a través de la formulación de hipótesis.

3.2. Variables y operacionalización

En la investigación se describieron las variables (1) Responsabilidad Social Universitaria e, (2) imagen institucional. A continuación, se procederá a definir las variables de forma conceptual, operacional, indicadores y la escala de medición a desarrollar (ver Anexo 1):

Variable 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)

Definición conceptual

La universidad deberá formar profesionales con planes de estudio pertinentes, con metodologías de enseñanza y de aprendizaje trabajados con casuísticas de la sociedad donde se genere nuevas investigaciones como resultado de las intervenciones desde investigaciones y proyectos. Por consiguiente, la RSU está orientada a la capacidad de respuesta de toda institución de educación superior universitaria frente a los desafíos de la sociedad en la práctica de la docencia, la investigación, la extensión universitaria y la gestión interna de la universidad con el propósito de hacer frente a las demandas sociales (Tafur y Sánchez, 2019).

Definición operacional

Las dimensiones planteadas por Vallaey (2019) para el desarrollo de la RSU está determinada por (1) la gestión institucional; (2) la formación; (3) la cognición y; (4) la participación social.

Navarro (2014) manifiesta que la **gestión institucional** mayormente está orientada a ejecutar metas previa planificación organizacional donde el equipo ejecutor debe estar dotado de actitudes, aptitudes y sobre todo experticia en el medio donde van a operar y conducir lo planificado.

Igualmente, Valverde, Beita, Bermúdez, Pino, Rodríguez y Sánchez (2011) conceptualizan a la **formación profesional** como el proceso esencial en las instituciones de enseñanza – aprendizaje mediante el establecimiento de

directrices claras que serán desarrolladas por los docentes a una masa crítica en potencia.

Vallaey, Cruz y Sasia (2009) hacen alusión a que el **conocimiento** esta netamente referido a la producción y socialización de lo producido en los claustros universitarios hacia la comunidad y la sociedad científica.

Vallaey, Cruz y Sasia (2009) refieren que la **participación social** referida a la actuación permanente y pertinente de la universidad en la comunidad donde los profesionales en formación generen vínculos mediante la generación de proyectos en la comunidad.

Indicadores de gestión

Clima laboral y equidad

Vallaey (2019) refiere que, para consolidar una óptima cultura laboral con armónica, equidad de género con la finalidad de ejecutar desarrollo de libre tránsito para fines educativos y cognoscitivos, con sinergia y creatividad con el equipo de trabajo de cada unidad que conforma la organización.

Campus sostenible

Vallaey (2019) establece que las organizaciones del ámbito universitario deben gestionar campus ambientalmente responsable, con énfasis al monitoreo de la huella de carbono, pero en capacitación constante con los actores internos que integran las instituciones.

Ética, transparencia e inclusión

Vallaey (2019) expone que en la toma de decisiones debe estar predispuesto el buen gobierno donde se genere acciones participativas consensuadas, instituir en la organización la inclusión de personas con habilidades diferentes y sobre todo accionar con ética.

Indicadores de formación

Aprendizaje-servicio

Vallaeys (2019) declara que las instituciones de educación superior deben de articular el quehacer educativo mediante la metodología Aprendizaje-Servicio (A-S) en consenso con el área de proyección social para proyectarse a la comunidad.

Inclusión curricular de los ODS

Vallaeys (2019) hace hincapié que los planes de estudios de la educación superior universitaria deben insertar, como buenas prácticas en la educación, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) declarado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). La finalidad de los ODS es la universalidad, la transformación, la inclusión, mantener la sostenibilidad en la tierra de cara a la justicia, prosperidad para todos y no comprometiendo los escenarios futuros.

Malla curricular diseñada con actores externos

Vallaeys (2019) resalta que los planes de estudio y programas profesionales deben estar diseñados con pertinencia social y con la participación de los actores sociales, logrando que los egresados generen interés en los empleadores.

Indicadores de cognición

Inter y transdisciplinariedad

Vallaeys (2019) considera que la academia busque o genere espacios para realizar trabajos multidisciplinarios en la comunidad porque los problemas que se presentan en la sociedad mayormente se presentan con complejidad. Erradicar la monodisciplina en la solución de problemas emergentes.

Investigación en y con la comunidad

Vallaey (2019) refiere que se implementen la transdisciplinariedad en base a metodologías activas y participativas fomentada desde el campo de la investigación comprometiendo a los actores externos para ampliar la generación y construcción de conocimientos.

Producción y difusión de conocimientos útiles

Vallaey (2019) propone que se concreten espacios compartidos para la difundir y socializar el conocimiento útil para la solución de problemas de la comunidad con preponderancia a la pertinencia social y que los aciertos y así mismos como los errores de la investigación se publiquen y se fomente la innovación como respuesta del ensayo y error.

Indicadores de participación social

Integración de la proyección social con formación e investigación

Vallaey (2019) pone énfasis en la articulación de los ejes fundamentales de la educación superior como son la formación, investigación y extensión, con el fin de que los saberes transmitidos en la academia sirvan para resolver los problemas que le aqueja a la sociedad y retornados nuevamente al claustro universitario como insumo para la investigación donde se verán los resultados plasmados en proyectos sociales.

Proyectos cocreados, duraderos, de impacto

Vallaey (2019) comparte la idea de la generación de proyectos contextualizados en la sociedad, extendiendo vínculos con la comunidad mediante a través de convenios de cooperación a largo plazo, con el propósito de elevar el estándar de vida significativa y con mutuo aprendizaje.

Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional

Vallaey (2019) expresa que las universidades deben ser herramientas de apoyo para buscar espacios consensuados para ser partícipes en los planes de desarrollo consensuados para la generación de proyectos de inversión pública y privada.

Escala de medición

Como la variable es de naturaleza cualitativa entonces la escala de medición será ordinal porque se hará uso de un instrumento con escala tipo Likert.

Variable 2: Imagen institucional

Definición conceptual

Aguilar, Salguero y Barriga (2018) refieren que los planteamientos postulados por Joan Costa a la imagen institucional están definidos por “el efecto de causas diversas: percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos que, de un modo u otro, directa o indirectamente son asociados entre sí, lo que genera el significado de la imagen” (p. 37). El concepto alusivo a la imagen institucional está susceptible a ser modificado mediante los mensajes comunicacionales detallados estratégicamente por la organización.

Definición operacional

Conviene subrayar que, la imagen institucional está estudiada mediante las fases (1) imagen ideal, (2) imagen real y, (3) imagen estratégica. Aguilar, Salguero y Barriga (2018) hacen referencia que la imagen ideal está percibida como la identidad que desea proyectar una organización o institución. Por otro lado, la imagen real está conformado por el conjunto de percepciones reales de los diferentes grupos de personas que conforman la comunidad sobre la organización, institución o empresa. Por último, la imagen estratégica está relacionada al análisis de todas las acciones propuestas. Adentrarse en la imagen estratégica es analizar

todas las acciones que la empresa o institución trabaja para pasar de la imagen real a la imagen ideal. Se analizarían tanto las estrategias de comunicación interna, como externa.

Indicadores de imagen ideal

Signos verbales

Costa (2018) refiere que el signo verbal está referido al nombre de la organización y es bidireccional por ser el único signo lingüístico orientado a la razón social y legal; esto también es atribuible a las ciudades y países.

Signos visuales

Costa (2018) afirma que el signo visual es el segundo signo visual de naturaleza gráfica donde el público espectador se centra en captar los símbolos, logo y colores del estímulo de la publicidad de una organización.

Signos culturales

Vásquez (2004) determina que el signo cultural está orientado a la unidad o franja de cultura que desea fijar en el público objetivo (espectador) mediante el uso de la publicidad.

Signos objetuales

Pineda, Sánchez y Amarillos (1998) Pineda, Sánchez y Amarillos (1998) refieren que los signos objetuales están asociados al lenguaje denotativo y al lenguaje connotativo. El lenguaje denotativo es el significado literal (concepto) visto de forma objetiva. De otro lado, el lenguaje connotativo es la subjetividad que se tiene sobre un sujeto u objeto, dándole un significado interpretado, indirecto o figurado.

Indicadores de imagen real

Imagen objetiva

Carnero (2005) determina que la imagen objetiva de un establecimiento está orientada a lo que es y lo que hace dicha organización. Del mismo modo, la historia que va acumulando la organización en el paso del tiempo.

Imagen subjetiva

Carnero (2005) reafirma que toda imagen subjetiva o autoimagen se ubica en la mente o en el imaginario de los sujetos hacia una organización sea pública o privada haciendo juicios de valor, argumentando vivencias y una cuota de carga emocional.

Indicadores de imagen estratégica

Estrategias de comunicación interna

Carvajal, García, Ormeño y Valverde (2015) afirman que la comunicación interna está referida únicamente a la comunicación que se desarrolla dentro de la organización con personal técnico, administrativo y la alta gerencia.

Estrategias de comunicación externa

Carvajal, García, Ormeño y Valverde (2015) refieren respecto a la comunicación externa a la que se realiza fuera de la empresa para conocimiento y dominio del público para marcar la pauta para la imagen de la empresa.

Escala de medición

En efecto, la naturaleza de la variable es cualitativa; por lo que, la escala de medición es ordinal y el instrumento aplicado estuvo conformado con respuestas

La población que se evaluó circuló o transitó por las instalaciones de las instituciones de educación superior de la siguiente relación determinada por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU, 2020) que a continuación se presentan en la Tabla 3.3.1:

Tabla 3.3.1

Relación de universidades que se encuentran en actividades académicas en Lima Norte

UNIVERSIDAD	TIPO DE GESTIÓN	UBICACIÓN	ESTADO
Universidad César Vallejo	Privada	Los Olivos	Licenciada
Universidad Católica Sedes Sapientiae	Privada	Los Olivos	Licenciada
Universidad de Ciencias y Humanidades	Privada	Los Olivos	Licenciada
Universidad Continental	Privada	Los Olivos	Licenciada
Universidad Tecnológica del Perú	Privada	Los Olivos	Licenciada
Universidad Privada del Norte	Privada	Los Olivos Comas	Licenciada
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Privada	Los Olivos	Licenciada

Fuente: Elaboración en base a <https://www.sunedu.gob.pe/lista-de-universidades-licenciadas/>

La muestra estuvo determinada por la cantidad de sujetos establecida a través de la fórmula estadística para población infinita. Costa (2015) refiere que la muestra es el subconjunto individuos que es parte de una población que es seleccionada como sujetos a analizar y contienen todas las características de la población total.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Z= nivel de confianza

p= porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado (q= 50% en población infinita)

e= error de estimación máximo aceptado

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0,05)^2}$$

$$n = 385$$

El muestreo que se utilizó fue el probabilístico aleatorio simple, debido a que se trabajó con una población infinita y todos los sujetos fueron elegidos de la misma población objeto de estudio y seleccionados independiente sin sesgos. Costa (2015) y Gutiérrez (2015) argumentan que el muestreo aleatorio simple bajo parámetros de poblaciones infinitas debe satisfacer dos condiciones: (1) los sujetos seleccionados pertenecen a la misma población en estudio y, (2) los elementos analizados fueron elegidos al azar.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En lo que respecta a la técnica de recolección de datos, para la medición de las variables en estudio (RSU e imagen institucional) se utilizó la técnica de la encuesta con el propósito de obtener datos muy específicos de la muestra representativa y, además, se tomaron encuestas personales que fueron tomadas en los exteriores de las universidades objeto de estudio. Martínez (2015) refiere que la encuesta es una técnica realizada para obtener información focalizada y requerida por el investigador

En cuanto al instrumento de recolección de datos que se utilizó fue el cuestionario que correspondiente a la técnica de la encuesta. Fàbregues, Meneses, Rodríguez-Gómez y Paré (2016) conceptúan a la encuesta como una herramienta muy utilizada para la recogida de datos de campo de forma sistemática y a un gran número de participantes.

En relación con el cuestionario que se utilizó en la investigación fue construido con una escala tipo Likert, compuesto por ítems que midieron las variables RSU e imagen institucional. Los ítems tienen 5 alternativas de respuesta, para conocer y determinar la cobertura de los objetivos planteados en la tesis de la investigación.

Igualmente, la validez del cuestionario de la presente investigación ha sido revisado y validado mediante el juicio de expertos, quienes han revisado y opinado respecto a la estructura de cada ítem para hallar la coherencia, pertinencia y relevancia. A continuación, se presenta en la Tabla 3.4.1 (ver anexo), el listado de expertos para la validación del instrumento y mida lo que pretenda medir de acuerdo con las variables de la investigación.

Acerca de la confiabilidad del instrumento, se determinó mediante la prueba piloto lo cual se encuestó a 10 personas que frecuentan las instalaciones externas de las instituciones de educación superior universitarias, los resultados fueron procesados mediante el Software Estadístico SPSS en la versión 22. Gómez (2006) expresa que la confiabilidad de todo instrumento que medirá una variable está orientado a determinar el grado que tiene en múltiples repeticiones la aplicación de dicho instrumento al mismo sujeto u objeto con la producción de similares resultados. Por otro lado, cuando un instrumento es construido con el propósito de medir variables, se debe aplicar una prueba piloto para determinar si las instrucciones y los ítems están midiendo la variable y es comprendida por medir lo que se pretende medir.

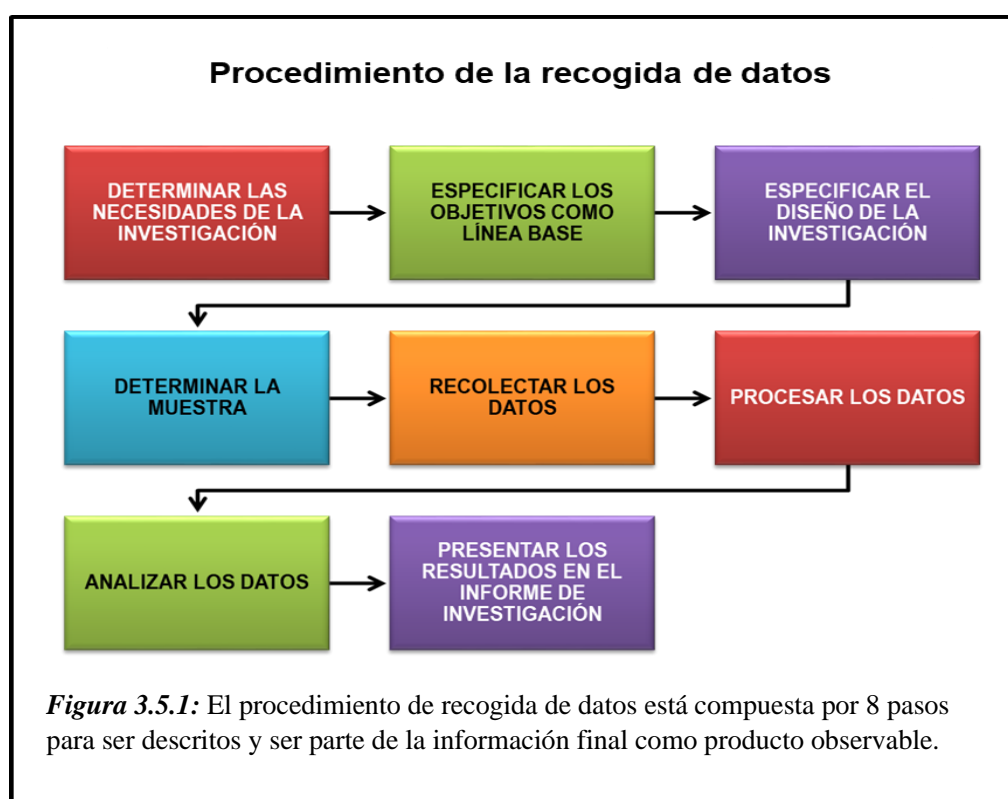
Además, obtenidos los datos se proceden a calcular la confiabilidad del instrumento mediante el estadístico Alfa de Cronbach. Sánchez (2019) afirma que la prueba de análisis del Alfa de Cronbach es una escala de medida para determinar la fiabilidad de los ítems y que midan a la variable a través de su constructo o dimensión teóricos. Los valores de la prueba del Alfa de Cronbach se encuentran entre el parámetro de 0 a 1, cuando al realizar el análisis del cuestionario los resultados se encuentren más cerca de 1, los ítems estarán más correlacionados. Los rangos del coeficiente del Alfa de Cronbach se presentan en la Tabla 3.4.2 (ver anexo).

En consecuencia, las variables analizadas en el software estadístico SPSS, se determinó que el valor de Alfa de Cronbach, que corresponde a la variable RSU fue de 0,839 (ver Tablas 3.4.3 y 3.4.4), mientras que para la variable imagen institucional fue de 0,817 (ver Tablas 3.4.5 y 3.4.6), lo cual según el baremo para estimación del nivel de confiabilidad planteados por Sánchez (2019) el nivel de confiabilidad de ambos instrumentos es bueno.

3.5. Procedimientos

Los procedimientos que se realizaron en la ejecución de la investigación, luego de la elaboración y validación del cuestionario, son:

- 1° En la recogida de datos mediante el cuestionario será en los alrededores de las Instituciones de Educación Superior Universitaria que se encuentran instaladas en Lima Norte. Las personas encuestadas serán los transeúntes y en forma presencial.
- 2° Organización de los datos
- 3° Procesamiento estadístico
- 4° Análisis de los resultados
- 5° Interpretación de los resultados
- 6° Conclusiones y recomendaciones.



3.6. Método de análisis de datos

Para analizar los datos, se utilizó el método estadístico debido a que se obtuvieron resultados descriptivos y resultados inferenciales. El análisis estadístico fue mediante tablas de frecuencia y el análisis inferencial para dar respuesta a la hipótesis de trabajo planteadas en la investigación. Ospino (2004) hace referencia que toda estadística descriptiva es deductiva porque parte de un conjunto de datos

para arribar a las conclusiones proporcionados por los mismos datos. De otro lado, la estadística inferencial a su vez es inductiva porque se obtienen conclusiones que sobrepasan los límites de conocimiento que los datos están aportando.

3.7. Aspectos éticos

La investigación siguió los principios éticos y las normas del Código Nacional de la Integridad Científica donde se hizo énfasis en la moralidad de la ciencia con el manejo y las buenas prácticas para trasladar y emplear los resultados del quehacer propio de la ciencia. Además, todas las fases de la actividad científica fueron practicadas en base a los principios de (a) Integridad (b) Honestidad intelectual, (c) Objetividad e imparcialidad, (d) Veracidad, justicia y responsabilidad, (e) Transparencia y (f) Protección del sujeto y los datos obtenidos (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2019).

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 4.1.1

Nivel de participación en RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	125	32,5	32,5	32,5
	Nivel medio	147	38,2	38,2	70,6
	Nivel alto	113	29,4	29,4	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

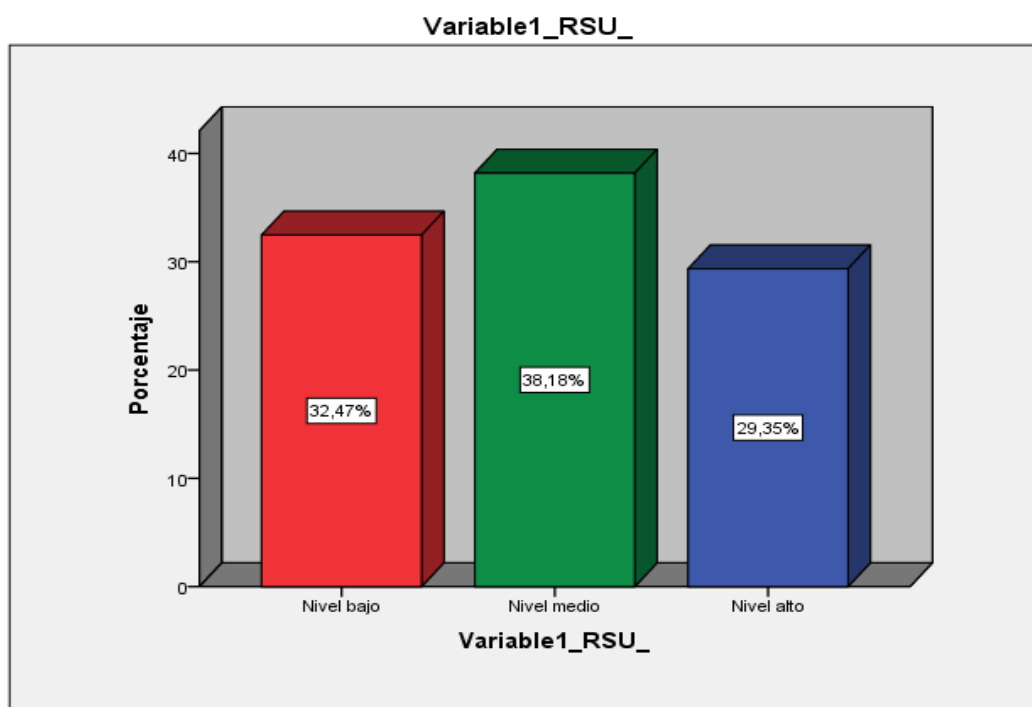


Figura 4.1.1: Nivel de participación en RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Interpretación

Se observa en la Tabla 4.1.1. y en la Figura 4.1.1 que el 38,2% de los encuestados consideran que la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte en el año 2020 se encuentra en el nivel medio porque la universidad emprende investigaciones que se realizan en la institución para satisfacer las

necesidades de los grupos sociales más vulnerables y, además es notorio que los estudiantes desarrollan actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad para sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno. Los encuestados que opinaron que la RSU está en un nivel bajo (32,47%) se debe a que las universidades escasamente divulgan los requerimientos de recurso humano para cubrir plazas vacantes (docente y/o administrativas) abiertamente para conocimiento de la comunidad. Y finalmente, los participantes de la encuesta refirieron en 29,4% que la RSU está en un nivel alto por la participación de presencia de la universidad en la comunidad mediante la oficina de proyección social haciendo participar a los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población de Lima Norte.

Tabla 4.1.2

Nivel de participación en gestión como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	116	30,1	30,1	30,1
	Nivel medio	191	49,6	49,6	79,7
	Nivel alto	78	20,3	20,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

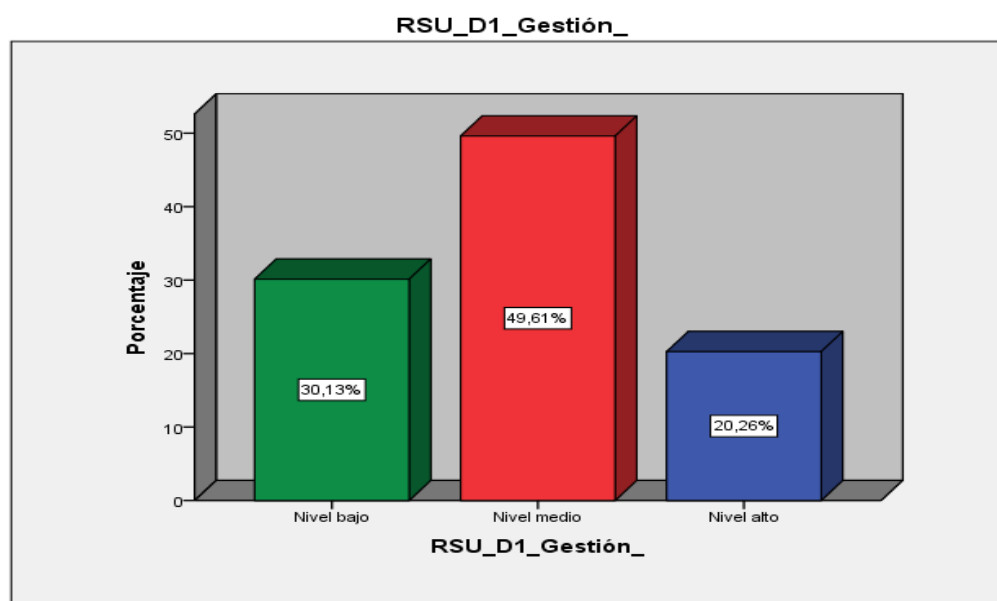


Figura 4.1.2: Nivel de participación en gestión como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Interpretación

Se observa en la Tabla 4.1.2. y en la Figura 4.1.2 que el 49,6% de los encuestados opinan que las universidades de Lima Norte gestionan la RSU en un nivel medio por lo que las instituciones universitarias brindan pocas oportunidades laborales a las personas con habilidades diferentes. Los encuestados que opinaron que la gestión de la RSU está en un nivel bajo (30,1%) se debe a que las instituciones de educación superior universitaria promueven pocas actividades en el cuidado y protección del medio ambiente en la comunidad. Por último, los encuestados refirieron en 20,3% que la gestión organizacional de la RSU está en un nivel alto porque se percibe que en las instalaciones de las universidades la infraestructura está dispuesta para acoger a personas con habilidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras) como parte de la inclusión social.

Tabla 4.1.3

Nivel de participación en la formación como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	184	47,8	47,8	47,8
	Nivel medio	140	36,4	36,4	84,2
	Nivel alto	61	15,8	15,8	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

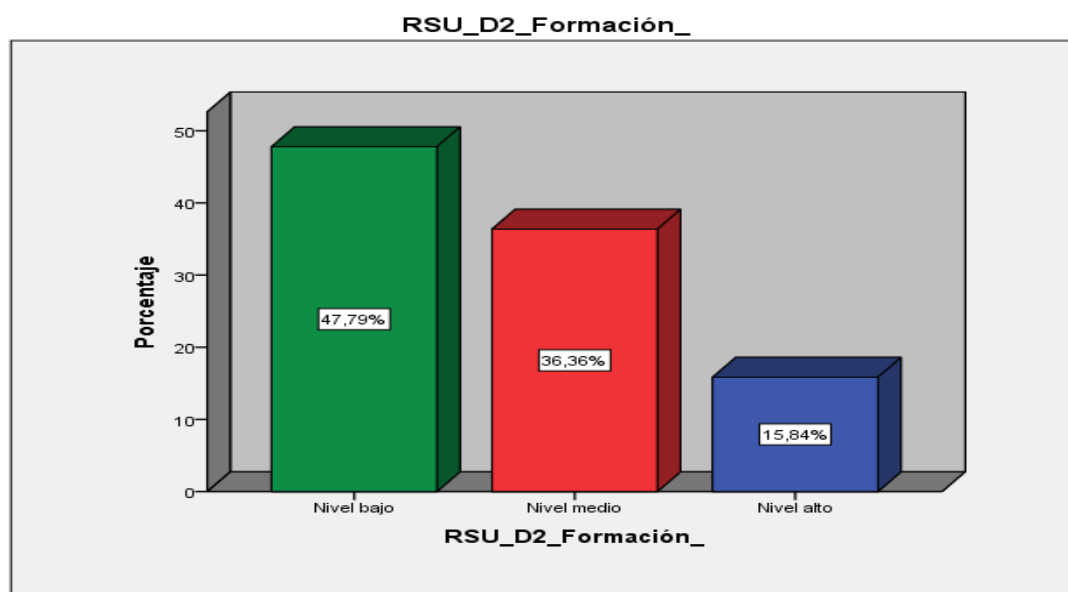


Figura 4.1.3: Nivel de participación en la formación como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Interpretación

Se observa en la Tabla 4.1.3. y en la Figura 4.1.3 que el 47,8% de los encuestados opinan que está en un nivel bajo la formación de los estudiantes debido a que poco conocen la realidad y las necesidades de la comunidad es por lo que las universidades de Lima Norte escasamente impactan en la RSU. Los encuestados que opinaron en un nivel medio (34.6%) piensa que los estudiantes desarrollan limitadamente actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad con el propósito de sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno teniendo que consolidar su formación en RSU. Por último, los encuestados refirieron en un 15.8% que la formación de los estudiantes en RSU está en un nivel alto porque la comunidad percibe que la comunidad ha sido consultada para determinar cuáles son los contenidos de las necesidades reales de la población para formar a los profesionales en competencias de desarrollo social y ambiental.

Tabla 4.1.4

Nivel de participación en la cognición como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	179	46,5	46,5	46,5
	Nivel medio	164	42,6	42,6	89,1
	Nivel alto	42	10,9	10,9	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.4. y en la Figura 4.1.4 que el 46,5% de los encuestados opinan que el conocimiento impartido por las universidades de Lima Norte en RSU debido a que la universidad poco promueve investigaciones que busquen satisfacer las necesidades de los grupos sociales más vulnerables. Los encuestados que opinaron en un nivel medio (42.6%) determinan que la comunidad es escasamente frecuentada por equipos de docentes de diferentes especialidades con el propósito de orientar a la población en temas de interés comunal (medio ambiente, seguridad, empresa y otros). Finalmente, los encuestados detallaron que en un 10.9% que la

universidad promueve y divulga proyectos de desarrollo social en conjunto con las instituciones públicas (proyectos de inversión pública).

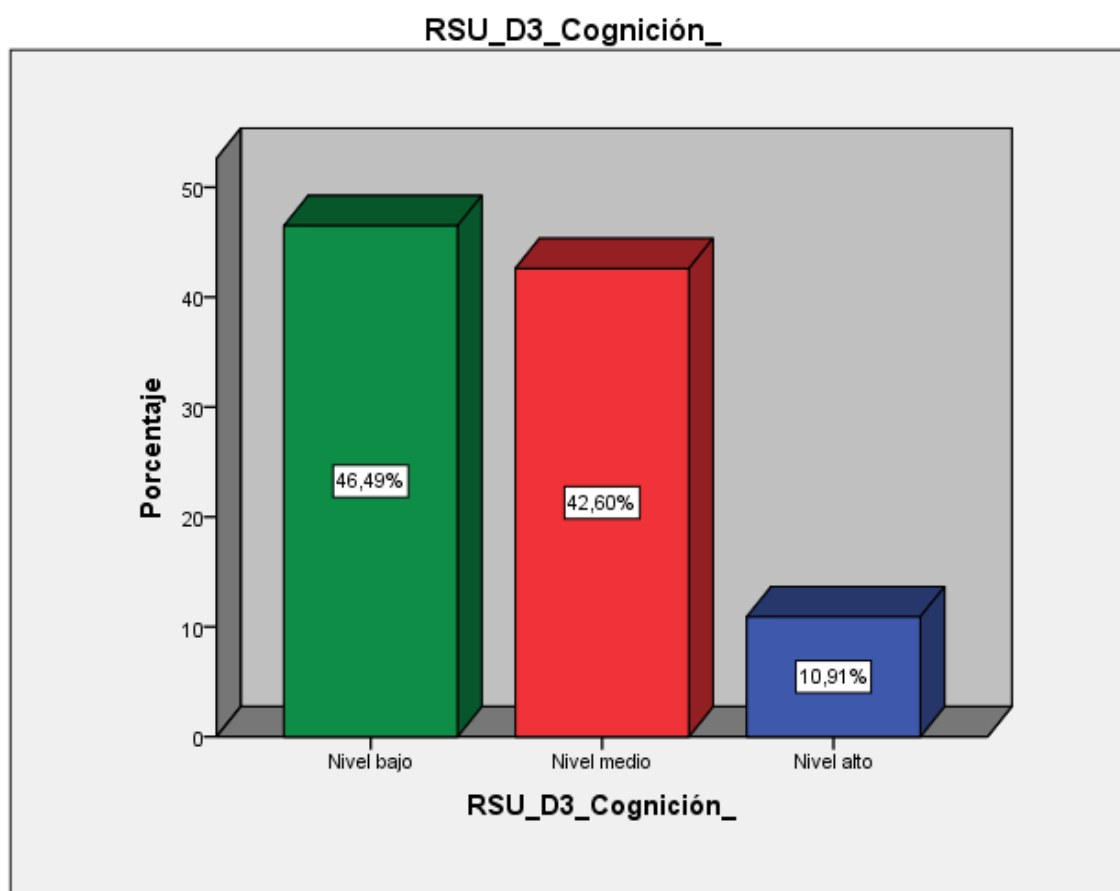


Figura 4.1.4: Nivel de participación en la cognición como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tabla 4.1.5

Nivel de intervención en la participación social como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	109	28,3	28,3	28,3
	Nivel medio	169	43,9	43,9	72,2
	Nivel alto	107	27,8	27,8	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

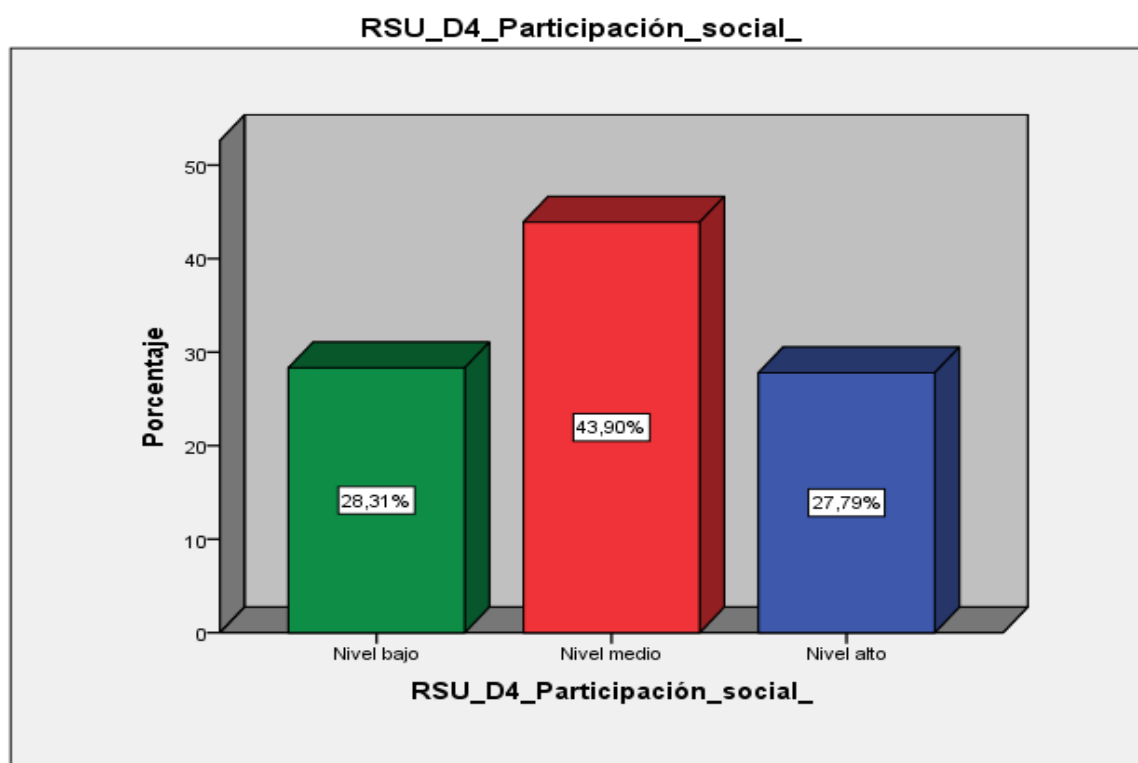


Figura 4.1.5: Nivel de intervención en la participación social como dimensión de la RSU de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.5 y en la Figura 4.1.5 que el 43,9% de los encuestados opinan que las universidades de Lima Norte se encuentran en un nivel medio la participación social que involucra a la RSU debido a que es notorio que la universidad posee el área de asesoramiento y el área de apoyo a la comunidad con el propósito de generar de proyectos conjuntos. Los encuestados que opinaron que la participación de la RSU está en un nivel bajo (28,3%) debido a que la universidad raras veces participa en la comunidad a través de las oficinas de proyección social haciendo participara los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población. Por último, los encuestados refirieron en un 27,8% que la participación social en RSU está en un nivel alto porque se observa que la universidad apoya a las instituciones de la comunidad (municipalidad, gobierno regional, concejales, etc.) mediante el asesoramiento de sus equipos docentes de varias disciplinas del conocimiento visibles a través de las prácticas preprofesionales que desarrollan los estudiantes en dichas instituciones estatales.

Tabla 4.1.6

Nivel de percepción de la imagen institucional de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	115	29,9	29,9	29,9
	Nivel medio	187	48,6	48,6	78,4
	Nivel alto	83	21,6	21,6	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

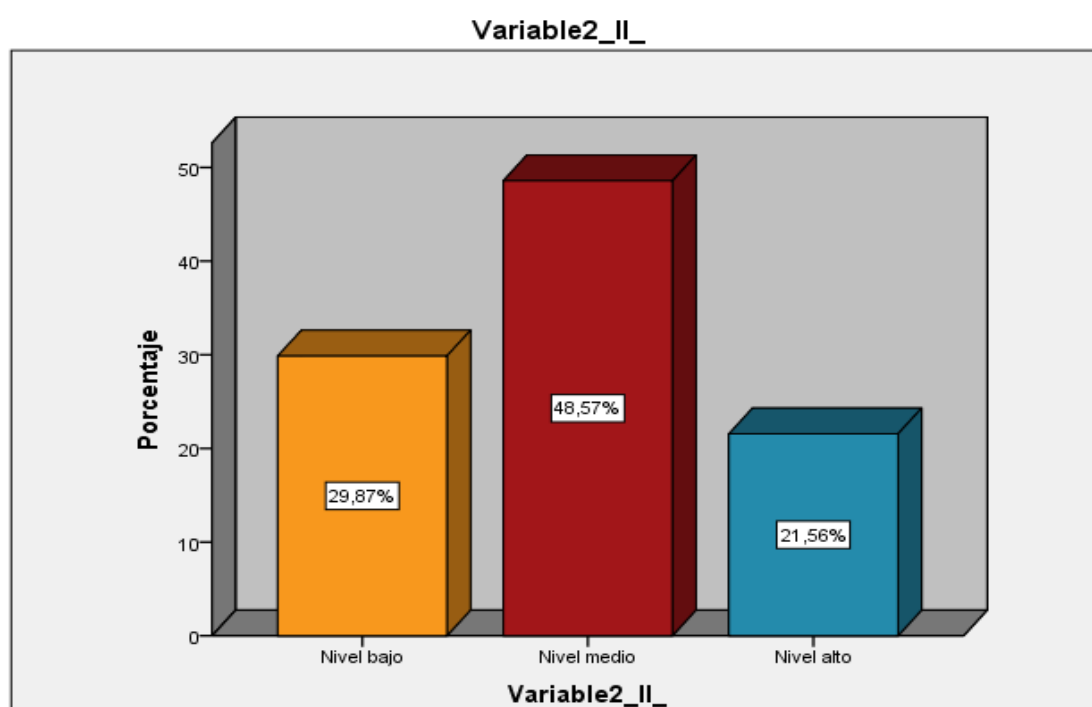


Figura 4.1.6: Nivel de percepción de la imagen institucional de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.6 y en la Figura 4.1.6 que el 48,6% de los encuestados consideran que la imagen institucional de las universidades de Lima Norte en el año 2020 se encuentra en el nivel medio porque poco se conoce cómo es la comunicación interna en una universidad y en tal sentido se desconoce la identidad que puede proyectar la universidad y si es que verdaderamente la organización tenga estrategias para motivar al equipo humano que promueve las actividades académicas y administrativas. Los encuestados que la imagen institucional se

encuentra en un nivel bajo (29,9%) se debe a que la ciudadanía escasamente reconoce y diferencia a una universidad de otras universidades por su marca o por su logotipo. Y finalmente, los participantes de la encuesta refirieron en 21,6% que la imagen institucional está en un nivel alto porque las universidades promueven actividades de comunicación y divulgación para la comunidad externa con el propósito de fortalecer la imagen ideal que desean proyectar las universidades a la población de Lima Norte.

Tabla 4.1.7

Nivel de percepción como imagen ideal de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	3	0,8	0,8	0,8
	Nivel medio	110	28,6	28,6	29,4
	Nivel alto	272	70,6	70,6	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

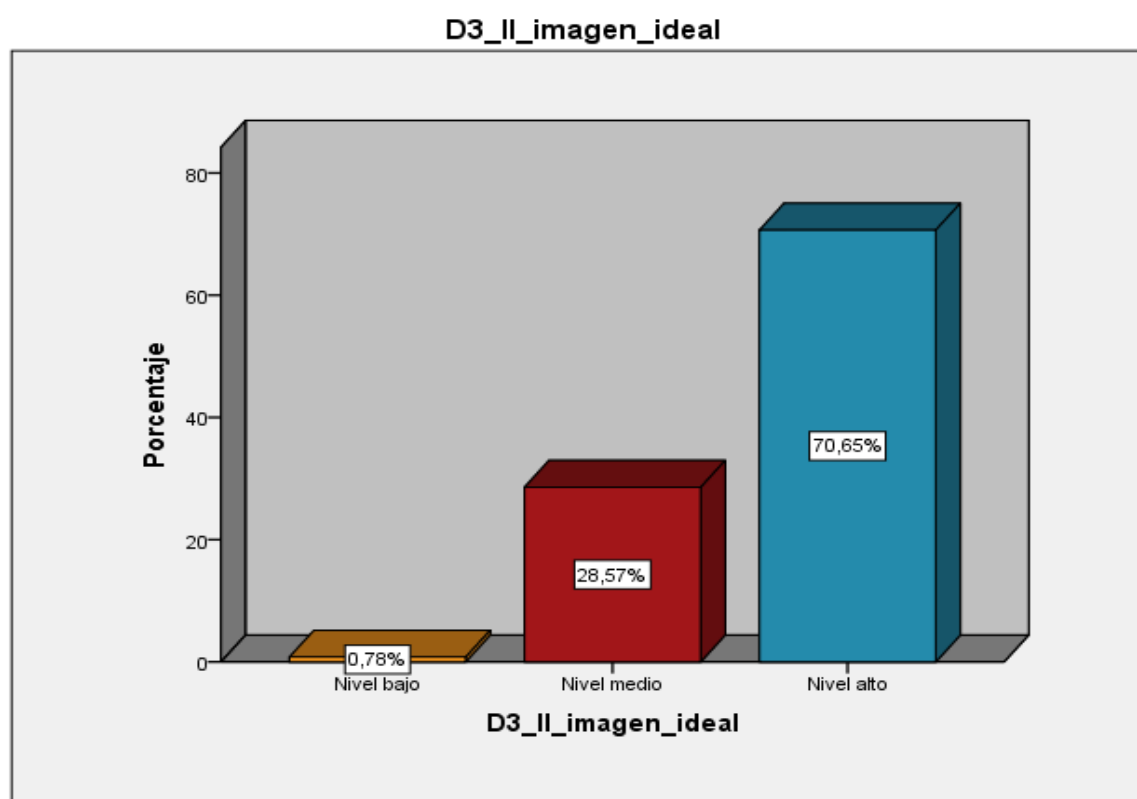


Figura 4.1.7: Nivel de percepción como imagen ideal de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.7. y en la Figura 4.1.7 que el 70,6% de los encuestados consideran que las universidades de Lima Norte permanentemente impulsan una imagen ideal en un nivel medio por lo que el lema (slogan) de la universidad coincide con lo que realmente proyecta a la comunidad. Los encuestados que opinaron que la imagen institucional visualizada como ideal o perfecta está en un nivel medio (28,6%) se debe a que las instituciones de educación superior universitaria escasamente divulgan a la comunidad los valores impartidos en la universidad, los ideales que aspiran a llegar como organización, actitud y conocimientos que la universidad imparte y dan forma al comportamiento humano para el cual la sociedad les ha encomendado en la formación humanística. Por último, los encuestados refirieron en un 0,8% que reconoce y diferencia a una universidad de las otras universidades por su marca o logotipo por lo que se encuentra en un nivel bajo para difundir la imagen ideal.

Tabla 4.1.8

Nivel de percepción como imagen real de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	69	17,9	17,9	17,9
	Nivel medio	201	52,2	52,2	70,1
	Nivel alto	115	29,9	29,9	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.8 y en la Figura 4.1.8 que el 52,2% de los encuestados opinan que las universidades de Lima Norte promueven y proyectan una imagen real quedando establecido en un nivel medio reflejado en la universidad como institución educativa, que es consecuente con sus propósitos en beneficio de la comunidad. Los encuestados que opinaron que la verdadera imagen de las instituciones de educación superior universitaria está en un nivel alto (29,9%) se debe a que la comunidad percibe como positivo las acciones que realiza la universidad lejos de interés o deseos de la organización. Por último, los

encuestados refirieron que en un 17,9% la imagen real de cada una de las universidades ubicadas en Lima Norte está en un nivel bajo porque la comunidad siente escaso protagonismo de la institución universitaria, desconoce las acciones que realiza porque hay poca difusión del trabajo con la comunidad y por consiguiente la universidad tiene interés creados para su propio beneficio.

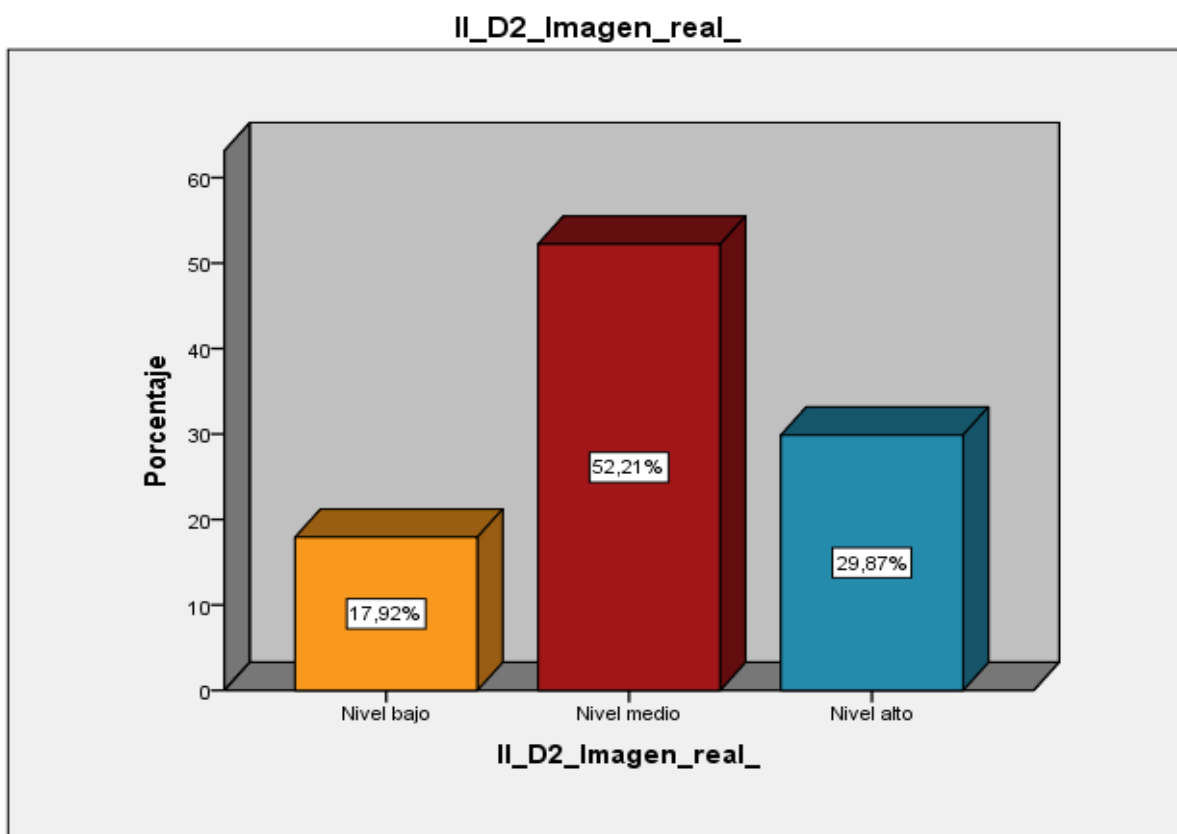


Figura 4.1.8: Nivel de percepción como imagen real de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tabla 4.1.9

Nivel de percepción como imagen estratégica de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	70	18,2	18,2	18,2
	Nivel medio	202	52,5	52,5	70,6
	Nivel alto	113	29,4	29,4	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración en base a la técnica de la encuesta en las universidades de Lima Norte, 2020

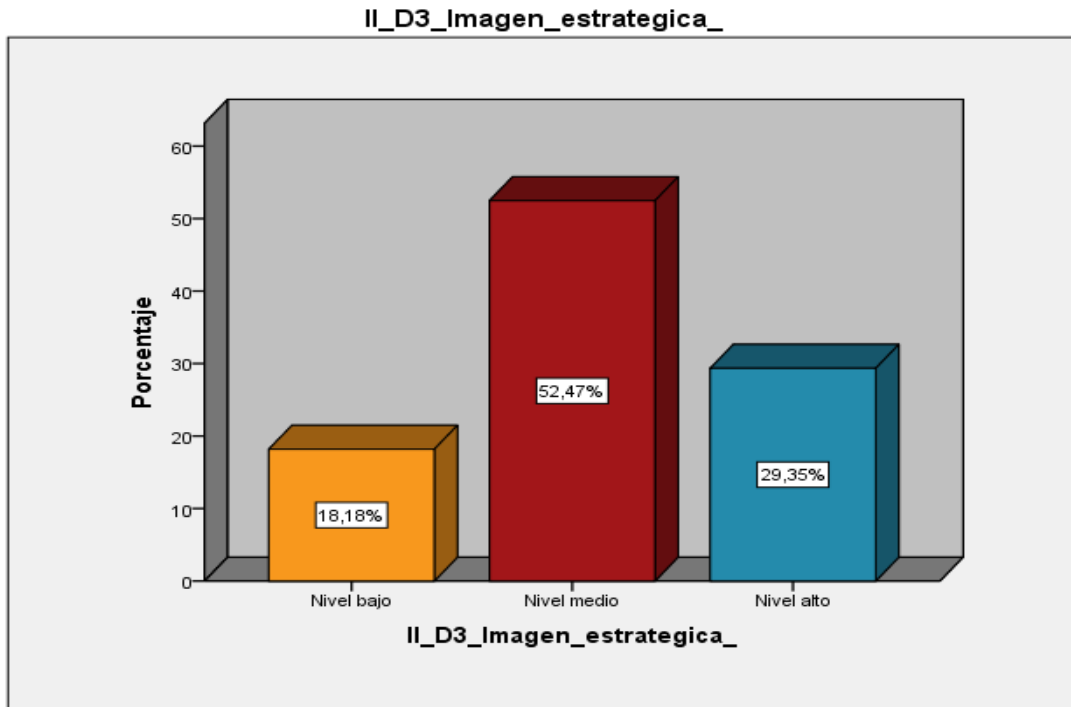


Figura 4.1.9: Nivel de percepción como imagen estratégica de las instituciones de educación superior universitaria de Lima Norte

Interpretación:

Se observa en la Tabla 4.1.9. y en la Figura 4.1.9 que el 52,5% de los encuestados opinan que las universidades de Lima Norte gestionan su imagen institucional estratégicamente en un nivel medio debido a que la comunicación interna permitiendo fortalecer la identidad del recurso humano para con su organización. Los encuestados que opinaron que toda universidad gestiona su imagen de forma estratégica en un nivel alto (29,4%) se debe a que las instituciones de educación superior universitaria logran poner énfasis para divulgar lo que poseen con comunicación acertada a la colectividad para generar protagonismo y presencia para ser visibles con una imagen ideal en la comunidad. Finalmente, los encuestados refirieron en 18,2% que la universidad poco promueve su imagen estratégicamente y alcanza un nivel bajo porque la comunicación que proyecta a la colectividad no contribuye a fortalecer la imagen ideal que desea proyectar.

4.2. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación directa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

H₁: Existe relación directa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

Tabla 4.2.1.
Coefficientes de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez, 2009

Significancia de tabla = 0.05; nivel de aceptación = 95%

Significancia y decisión

Si la Significancia Bilateral < 0.05, entonces se rechaza H₀ y se acepta la H₁

Si la Significancia Bilateral > 0.05, entonces se rechaza H₁ y se acepta H₀

Tabla 4.2.2*Prueba de hipótesis entre RSU e Imagen Institucional*

			V1_RSU	V2_IMAGEN_INSTITUCIONAL
Rho de Spearman	V1_RSU	Coeficiente de correlación	1,000	,407**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	V2_IMAGEN_INSTITUCIONAL	Coeficiente de correlación	,407**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable RSU posee relación directa con la variable imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, porque hay una significancia de $0,000 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0.407; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas

H₀: No existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

H_{E1}: Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tabla 4.2.3*Prueba de hipótesis entre RSU e imagen ideal*

			V1_RSU	V2_D1_Imagen_ideal
Rho de Spearman	V1_RSU	Coeficiente de correlación	1,000	,331**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	V2_D1_Imagen_ideal	Coeficiente de correlación	,331**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable RSU posee relación directa con la dimensión imagen ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, porque hay una significancia de $0,000 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0.331; por lo tanto, existe una correlación positiva baja.

H₀: No existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

H_{E2}: Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tabla 4.2.4
Prueba de hipótesis entre RSU e imagen real

			V1_RSU	V2_D1_Imagen _real
Rho de Spearman	V1_RSU	Coeficiente de correlación	1,000	,215**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	V2_D1_Imagen _real	Coeficiente de correlación	,215**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable RSU posee relación directa con la dimensión imagen real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, porque hay una significancia de $0,000 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de

Spearman, se estableció que la correlación es de 0. 215; por lo tanto, existe una correlación positiva baja.

H₀: No existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

H_{E3}: Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tabla 4.2.5
Prueba de hipótesis entre RSU e imagen estratégica

		V1_RSU	V2_D1_Imagen_estratégica
Rho de Spearman	V1_RSU	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,187**
		N	,000
	V2_D1_Imagen_estratégica	Coeficiente de correlación	385
		Sig. (bilateral)	,187**
		N	1,000

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable RSU posee relación directa con la dimensión imagen estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, porque hay una significancia de $0,000 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0. 187; por lo tanto, existe una correlación positiva muy baja.

V. DISCUSIÓN

Se tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, en el año 2020. Mediante la correlación del Rho de Spearman se demostró que con el nivel de significancia de $0,000 < 0,05$, a un nivel de aceptación de 95%; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; se estableció que la correlación es 0.407 teniendo una evidencia estadística de una correlación positiva moderada. Por lo tanto, la hipótesis general de trabajo ha quedado demostrada. La investigación de Sunardi (2019) en el contexto de Indonesia, estuvo orientada a comprobar si existe influencia directa o influencia indirecta de la RSU, la imagen en el desempeño de la educación superior. La investigación se realizó con enfoque cuantitativo y nivel causal. La población fue de 138 participantes líderes universitarios de 11 universidades, aplicando un cuestionario de 38 ítems. Los resultados establecieron que existe impacto positivo y significativo de la RSU en la imagen universitaria; y de otro lado, la RSU influyó positivamente, pero sin trascendencia en el desempeño de la educación superior universitaria fundamentando su investigación en la Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de Archie B. Carroll que se avoca netamente a desarrollar la responsabilidad económica desde la base de la pirámide para consolidar la economía de la organización, seguidamente la responsabilidad legal, como tercer enfoque y de mucho protagonismo para ser visualizado socialmente con la responsabilidad ética y como punto final y en la cúspide de la pirámide la responsabilidad filantrópica. Asimismo, la imagen de la universidad incidió positiva y significativamente en el desempeño de la educación superior. Se coincide con la conclusión de Sunardi porque se evidencia que existe relación positiva directa entre la RSU y la imagen institucional tal es el caso para las universidades de Lima Norte. Pero se tomó otro camino en cuestión de fundamentar la base teórica para evidenciar la RSU que difiere de la RSC. La RSU del presente informe de investigación tuvo como soporte al Modelo URSULA (Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana) y la aplicación del cuarto Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que hace referencia al acrecentamiento considerable

en el número de jóvenes y adultos que posean las competencias necesarias, en particular las profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento

De otro lado, en Arabia Saudita, Bokhari (2017) orientó la investigación en determinar que la RSU no debe ser visualizada por la comunidad como una actividad de asistencialismo de la universidad, sino que debe trascender. Se coincide con el objetivo de la investigación de Bokhari porque tuvo el propósito de identificar y trascender con la RSU para formar profesionales sensibles a dar respuesta pertinente a los problemas medioambientales, económicos y sociales. De tal manera, la relación entre la RSU y la imagen educativa mediante la formación de profesionales reflexivos, con sentido humano y generadores de cambio en su comunidad haciéndola sustentable para las futuras generaciones. En cuanto, al 4to Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), de la Organización de las Naciones Unidas, hace énfasis a la Educación de calidad con la finalidad de certificar la educación inclusiva, equitativa y de calidad promoviendo oportunidades de aprendizaje para toda la vida y para todos, dando cobertura a la responsabilidad social universitaria con la formación de profesionales sensibles a problemas ambientales, sociales y económicos. Asimismo, las instituciones buscan protagonismo y es la imagen que desean proyectar a un público objetivo como la lo planteado por la Teoría de la Gestalt cuyos exponentes son Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka. La universidad quiere transmitir una percepción que las partes que conforman a la institución es a la vez un todo en beneficio y mejora del estándar de vida de la comunidad cercana a la universidad.

Se tuvo como objetivo específico 1, determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, en el año 2020. Mediante la correlación del Rho de Spearman se demostró que con el nivel de significancia de $0,000 < 0,05$, a un nivel de aceptación de 95%; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_{E1}) como verdadera; se estableció que la correlación es $r = 0.331$ teniendo una evidencia estadística de una correlación positiva baja. Por lo tanto, la hipótesis específica 1 de trabajo ha quedado demostrada.

Teniendo en cuenta a Erazo-Coronado, Llano-Aristizábal, Garcés-Prettel y Erazo-Coronado (2020) dieron respuesta a determinar la relación entre la habilidad de la implementación de la RSU divulgada en las redes sociales para la captación de estudiantes y la visualización de su imagen universitaria. La investigación tuvo enfoque cuantitativo, explicativa causal, no experimental y con corte transversal en universidades de Barranquilla (Colombia). Los resultados comprobaron la existencia de influencia significativa directa en la elección de claustro universitario con evidencias de la práctica de la RSU con visibilidad de alto valor en la imagen institucional. Se tiene concordancia con el diseño y enfoque de la investigación de Erazo-Coronado, Llano-Aristizábal, Garcés-Prettel y Erazo-Coronado, pero se difiere del nivel de la investigación porque se optó por realizar el nivel correlacional.

Desde la posición de Miranda (2020) en profundizar la descripción e internalización de la RSU en las universidades de la Región Centro del Perú; se demostró que únicamente el personal directamente involucrada a los claustros universitarios conocen muy bien que es la RSU, pero no se proponen a implementarla porque hay resistencia al cambio y por consiguiente no es percibido por la comunidad. Se coincide con los planteamientos de Miranda respecto a la conceptualización muy bien definida de la RSU en la misión, visión y objetivos institucionales pero se difiere de la percepción de la comunidad educativa de las universidades de Lima Norte porque uno de los parámetros muy valorados para la captación de usuarios mediante la visualización de la imagen institucional está orientado a la divulgación de la RSU a la comunidad educativa para mantener la vigencia del Licenciamiento (SUNEDU) y la Acreditación (SINEACE) de las universidades para mantener vigencia en el mercado educativo de la educación superior universitaria.

Se concuerda con los planteamientos cualitativos de Tafur y Sánchez (2019) con respecto a la RSU donde manifiestan que es la responsabilidad de toda universidad y, además, tiene el encargo social de generar desarrollo y bienestar en mejora del estándar y calidad de vida del ciudadano. La universidad debe formar profesionales con pertinencia social para que den respuesta a los desafíos de la sociedad demandante. De otro lado, Aguilar, Salguero y Barriga (2018) hacen referencia a la imagen institucional como el efecto de múltiples causas (percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias,

sensaciones, emociones y vivencias de los individuos) que están asociados directa e indirectamente y que repercuten en la imagen de la institución. De igual forma, se hace el esfuerzo de proyectar una imagen ideal y que ésta sea percibida como la más idónea para que el mercado meta centre su mirada al servicio educativo que ofrecen. Así mismo, el Modelo URSULA (Unión de Responsabilidad Social Universitaria para Latinoamérica) respecto a la RSU, profundiza en la auto-reflexión del aprendizaje en los centros universitarios que es el emporio del aprendizaje recíproco, con mejora continua del ejercicio ético de las instituciones de educación superior universitaria y con una relación copartícipe con su territorio, promoviendo el acercamiento de cada institución con la comunidad más cercana.

Se tuvo como objetivo específico 2, determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, en el año 2020. Mediante la correlación del Rho de Spearman se demostró que con el nivel de significancia de $0,000 < 0,05$, a un nivel de aceptación de 95%; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_{E2}) como verdadera; se estableció que la correlación es $r = 0.215$ teniendo una evidencia estadística de una correlación positiva baja. Por lo tanto, la hipótesis específica 2 de trabajo ha quedado demostrada.

Desde la posición de Montano y Guillén (2019) quienes determinaron analizar en la Universidad Metropolitana - Ecuador la prevalencia de asociación entre la RSU y la satisfacción de los estudiantes. La población fue en un número de 1553 estudiantes y con una muestra de 309 participantes con muestreo probabilístico aleatorio simple. Se empleó un diseño preexperimental, se analizaron los datos con el test de Wilcoxon (por ser datos no paramétricos), la significación demostró la existencia de asociación entre las variables (p valor = 0.000). Se concuerda con el muestreo aleatorio simple utilizado por Montano y Guillén para determinar la RSU y la imagen real de para determinar el nivel de satisfacción en la percepción de la población externa a la universidad.

Como lo hace notar la investigación de Aguilar (2017) que planteó establecer diferencias en torno a la imagen institucional entre dos instituciones de educación superior con relación a las escuelas de postgrado donde se mostraron evidencias estadísticas que no existe diferencia significativa entre la imagen institucional

proyectadas de ambas escuelas de postgrado durante el año 2015 (diferencia de -7,3%). Se concuerda con los hallazgos de Aguilar donde se demuestra que toda universidad siempre se esmera en ser percibida de una manera natural y real para no ofrecer lo que no puede dar. Por consiguiente, Aguilar, Salguero y Barriga (2018) acotan que la imagen real está constituida por el conjunto de percepciones reales de los diferentes grupos de interés que conforman la comunidad respecto a la organización, institución o empresa. A juicio de Carnero (2005) la imagen real está estructurado por el cúmulo de percepciones juiciosas, reales (objetivas) y subjetivas de diversas personas que forman parte de la comunidad educativa respecto a la institución universitaria.

Se tuvo como objetivo específico 3, determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, en el año 2020. Mediante la correlación del Rho de Spearman se demostró que con el nivel de significancia de $0,000 < 0,05$, a un nivel de aceptación de 95%; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_{E3}) como verdadera; se estableció que la correlación es $r = 0.187$ teniendo una evidencia estadística de una correlación positiva baja. Por lo tanto, la hipótesis específica 3 de trabajo ha quedado demostrada.

La investigación de Ramírez (2019) se orientó a evidenciar la relación entre la imagen institucional y la comunicación estratégica de una institución del estado peruano. El estudio propuesto fue trabajado para conocer el sentir del entorno social, político y económico con el afán de reducir los problemas encontradas para tener la aprobación de los grupos de interés y cambiar la imagen de la institución. Los resultados demostraron que no existe relación entre la imagen institucional y la comunicación estratégica de acuerdo con la percepción de los empleados de la Oficina de Comunicaciones del Congreso de la República, determinada por la evidencia estadística del $Rho = 0.195$; sig. bilateral = 0.302. Se concuerda con el nivel correlacional y diseño no experimental, pero se difiere con los resultados de Ramírez debido a que tiene mucho protagonismo la comunicación estratégica frente a como es percibida la imagen institucional desde el lado de la comunidad y desde el lado del colaborador que muchas veces dan testimonios enmascarados y, por lo tanto, no puede ser juez ni parte.

Los hallazgos de la investigación realizada a la RSU y la imagen estratégica demuestran evidencias estadísticas que si tiene relación ($r = 0.187$). Para Aguilar, Salguero y Barriga (2018) denotan que la imagen estratégica está relacionada al análisis de todas las acciones propuestas. Desde el punto de análisis de la imagen estratégica, toda institución educativa debe tener muy bien estructurados los mensajes y acciones que la organización desea proyectar para captar la atención y seducción del público objetivo al cual se orienta.

VI. CONCLUSIONES

Primera

Se determinó que existe relación significativa ($r = 0,407$; $p < 0,05$) entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

Segunda

Se determinó que existe relación significativa ($r = 0,331$; $p < 0,05$) entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Tercera

Se determinó que existe relación significativa ($r = 0,215$; $p < 0,05$) entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

Cuarta

Se determinó que existe relación significativa ($r = 0,187$; $p < 0,05$) entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

A las autoridades de las universidades de Lima Norte, reforzar la difusión de sus actividades de RSU debido a que repercuten en la buena imagen de sus instituciones haciendo uso de estrategias de la comunicación integrada del marketing.

Segunda

Las autoridades universitarias de Lima Norte pueden generar alianzas estratégicas trascendentes para que la comunidad y los grupos de interés perciban la importancia de estas instituciones y elaboren sus planes de desarrollo y crecimiento profesional.

Tercera

A las autoridades de las universidades de Lima Norte mediante sus unidades de comunicación y marketing se encarguen de la difusión de las acciones que se llevan a cabo referente a la responsabilidad social universitaria con la finalidad de mostrar a realidad objetiva de la RSU que tienen las instituciones y el éxito que alcanzan con la imagen institucional real.

Cuarta

A los grupos de interés vinculados a las instituciones de educación superior de Lima Norte, realizar actividades estratégicas basadas en la cadena de valor de las organizaciones de las cuales mantienen relaciones empresariales exitosas.

REFERENCIAS

- Aguilar, S., Salguero, R. y Barriga, S. (2018). *Comunicación e imagen corporativa*. Machala, Ecuador: UTMACH.
- Angel, R. & Mittal, A. (2016). A Review of University Social Responsibility and Its Role in University Brand Image In India. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*. 06 (08), 27-30. Recuperado de http://indusedu.org/pdfs/IJRMEC/IJRMEC_909_23208.pdf
- Arias, A. (2019). Stakeholders Sostenibilidad. Recuperado de <http://stakeholders.com.pe/informes/responsabilidad-social-universitaria-cuanto-nos-falta/>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación: Serie integral por competencias*. México: Grupo Editorial Patria
- Bokhari, A. (2017). Universities' Social Responsibility (USR) and Sustainable Development: A Conceptual Framework. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 4 (12), 8-16. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V4I12P102>
- Carnicero, P. (2005). *La comunicación y la gestión de la información en las instituciones educativas*. Madrid, España: CissPraxis.
- Carvajal, L. G., García, J. M., Ormeño, J. y Valverde, M. A. (2015). *FPB - Aplicaciones básicas de ofimática*. Madrid, España: Editex
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2019). Código Nacional de la Integridad Científica. Recuperado de https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/codigo_integr/codigo_nacional_integridad_cientifica.pdf
- Costa, F. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados*. UF1780.España: Elearning
- Costa, S. (2018). *DirCom, estrategia de la complejidad: nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación*. Universitat de València.
- Erazo-Coronado, L., Llano-Aristizábal, S., Garcés-Prettel, m. y Erazo-Coronado, A. M. (2020). Impacto de la comunicación de la responsabilidad social universitaria en la selección de universidad y efecto mediador de la

- reputación. *Profesional de la Información*, 29 (4). doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.38>
- Fàbregues, S., Meneses, J., Rodríguez-Gómez, D., Paré, M.-H. (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. Barcelona, España: Oberta UOC
- Flores, R. (2018) *Modelo de Responsabilidad Social Universitaria para mejorar la imagen organizacional de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018*.
- Gómez, L. M., Alvarado, Y. y Pujols, A. (2018). Implementing University Social Responsibility in the Caribbean: Perspectives of Internal Stakeholders. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(1), 101-120. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.12.714>
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Gutiérrez, F. J. (2015). Apuntes de conceptos básicos para muestreo estadístico: Para estudiantes de programas de doctorado en ciencias administrativas. United States: Lulu.com
- Hernández, F. (2015). Análisis de la imagen percibida de las instituciones universitarias: una propuesta metodológica basada en el modelo de triangulación.
- Lafuente-Ruiz-de-Sabandoa, A., Zorrilla, P. y Forcada, J. (2018). A review of higher education image and reputation literature: Knowledge gaps and a research agenda. *European Research on Management and Business Economics*, 24 (1), 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.06.005>Get rights and content
- Larrán, M. y Andrades, M. J. (2017). Analysing the literature on university social responsibility: A review of selected higher education journals. *Higher Education Quarterly*. <https://doi.org/10.1111/hequ.12122>
- Leaño, A. (2018). *Formación profesional y la satisfacción del estudiante del X ciclo de la Facultad de Educación Primaria de la Universidad Cesar Vallejo Lima Norte-2018*.
- Manpaey, J. & Huisman, J. (2018). Branding of UK Higher Education Institutions. An Integrated Perspective on the Content and Style of Welcome Addresses. *Les universités face à l'injonction au changement*. <https://doi.org/10.4000/rsa.1636>
- Martinez, I. (2015). *UF2120: Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación*.

- Ignacio Martínez Candil. España: Elearning.
- Montano, F. y Guillén, L. (2019). Realidad y perspectiva de la Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Metropolitana del Ecuador. *Revista Espacios*, Vol. 40 (26), 1-17. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n26/a19v40n26p17.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagomez, A. (2013). *Metodología de la Investigación Científica y elaboración de Tesis* (3a ed.). Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos
- Ospino, J. A. (2004). *Metodología de la investigación en ciencias de la salud*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia
- Otras Fuentes. (2019). Responsabilidad Social Universitaria en Perú. Recuperado de <http://sirse.info/responsabilidad-social-universitaria-en-peru/>
- Patlán, J. y Martínez, E. (2017). Evaluation of the organizational image of a university in a higher education institution. *Contaduría y Administración*. 62 (1), 123 – 140. <https://doi.org/10.1016/J.CYA.2016.01.007>
- Perales, F. de J. y Escobedo, M. M. (2016). La participación social en la educación: entre propuestas innovadoras u tradición educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 18(1), 69-81. Recuperado de <http://redie.uabc.mx/redie/article/view/738>
- Pineda, E., Sánchez, M. y Amarillos, D. (1998). *Lenguajes objetuales y posicionamiento*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Plungpongpan, J., Tiangsoongnorn, L. & Speece, M. (9 – 11 de Enero del 2014). *University social responsibility and brand image of private universities in Bangkok*. Paper presentado en 12th EBES Conference – Singapore (Eurasia Business and Economics Society), Singapore. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2014-0136>
- Pumacayo, I. y Arratia, G. (2019). *Responsabilidad social universitaria y calidad de servicio administrativo en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, 2018*.
- Quinto, J. (2018). *Plan comunicacional para mejorar la imagen institucional de la carrera comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo en el año 2017*

- Rojas, E. (2017). *Imagen corporativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Transportes Rojas E.I.R.L en el distrito de Puente Piedra, año 2017*
- Romaní, V. (2019). *Responsabilidad social universitaria: Estudio de caso en una universidad pública, Lima 2018.*
- Sánchez, J. E. (2019). *Cadena de valor e innovación.* Durango, México: Universidad Juárez del Estado de Durango.
- Sánchez-Hernández, M. I. & Mainardes, E. W. (2016). University social responsibility: a student base analysis in Brazil. *Int Rev Public Nonprofit Mark*; 13 (2), 151–169. <https://doi.org/10.1007/s12208-016-0158-7>
- Sunardi. (2019). University Social Responsibility, University Image, And Higher Education Performance. *Indonesian Management and Accounting Research* 18(01), 62-78, doi: <http://dx.doi.org/10.25105/imar.v18i1.4081>
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. (2020). Universidades licenciadas. Recuperado de [https://www.sunedu.gob.pe/lista-de-universidades-licenciadas/University social responsibility as antecedent of students' university](https://www.sunedu.gob.pe/lista-de-universidades-licenciadas/University-social-responsibility-as-antecedent-of-students-university)
- Tafur, R. M y Sánchez, A. O. (2019). La gestión de la responsabilidad social en las universidades de Perú. En J. Gairín y S. López-Crespo (Coord.), *La gestión de la Responsabilidad Social en las universidades Iberoamericanas* (pp. 201-224). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2019/219318/gesressoc_a2019.pdf
- Vallaey, F. (2019). *El Modelo URSULA: Responsabilidad Social Universitaria, estrategias, herramientas, indicadores.* Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Vallaey, F. y Álvarez Rodríguez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XX1*, 22(1), 93-116, doi: 10.5944/educXX1.19442
- Valverde, J., Beita, W., Bermúdez, J.C., Pino, G., Rodríguez, G. y Sánchez, R. (2011). *Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria: dimensiones y estudios de caso.* Heredia, Costa Rica: Fondo Institucional para el Desarrollo Académico (FIDA).

Vásquez, F. (2004). *La cultura como texto: lectura, semiótica y educación*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Vázquez, J. L., López-Aza, C. y Lanero, A. University social responsibility as antecedent of students' university experience. *Responsibility and Sustainability. Socioeconomic, political, and legal issues*, 3(3), 33-46

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

La Responsabilidad Social y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	
GENERAL: ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?	GENERAL: Determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020	GENERAL: Existe relación directa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.	VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	La investigación es hipotético - deductivo	
				FORMACIÓN		
				COGNICIÓN		
				PARTICIPACIÓN SOCIAL	ENFOQUE	Cuantitativo
ESPECÍFICOS: a) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020? b) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020? c) ¿Qué relación existe la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?	ESPECÍFICOS: a) Determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020. b) Determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020. c) Determinar la relación que existe la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.	ESPECÍFICOS: a) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte. b) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020. c) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.	VARIABLE 2: Imagen institucional	IMAGEN IDEAL	TIPO	Básica
				IMAGEN REAL	NIVEL	Descriptivo - correlacional
				IMAGEN ESTRATÉGICA	DISEÑO	No experimental y de corte transversal

Fuente: Elaboración de los autores

ANEXO 2

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	RANGOS
VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	La universidad debe formar profesionales con planes de estudio pertinentes, con metodologías de enseñanza y de aprendizaje trabajados con casuísticas de la sociedad donde se genere nuevas investigaciones como resultado de las intervenciones desde investigaciones y proyectos. Por consiguiente, la RSU está orientada a la capacidad de respuesta de toda institución de educación superior universitaria frente a los desafíos de la sociedad en la práctica de la docencia, la investigación, la extensión universitaria y la gestión interna de la universidad con el propósito de hacer frente a las demandas sociales (Tatur y Sánchez, 2019).	La variable 1, RSU, será medida mediante las dimensiones gestión, formación, cognición y participación social.	GESTIÓN	Clima laboral y equidad	Ordinal tipo Likert 1. TOTAL DESACUERDO (TD) 2. DESACUERDO (D) 3. INDIFERENTE (I) 4. ACUERDO (A) 5. TOTAL ACUERDO (TA)	1. BAJO 2. MEDIO 3. ALTO
				Campus sostenible		
				Ética, transparencia e inclusión		
			FORMACIÓN	Aprendizaje-servicio		
				Inclusión curricular de los ODS		
				Malla curricular diseñada con actores externos		
			COGNICIÓN	Inter y transdisciplinariedad		
				Investigación en y con la comunidad		
				Producción y difusión de conocimientos útiles		
			PARTICIPACIÓN SOCIAL	Integración de la proyección social con formación e investigación		
				Proyectos cocreados, duraderos, de impacto		
				Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional		
VARIABLE 2: Imagen institucional	Aguilar, Salguero y Barriga (2018) refieren que la imagen institucional propuesta por Joan Costa (2009) está orientada a un constructo mental compartido por un grupo medianamente homogéneo, con respecto a una entidad. Este constructo puede ser modificado a través de los mensajes comunicacionales elaborados estratégicamente por la corporación.	La variable 2, imagen institucional, será medida mediante las dimensiones imagen ideal, imagen real e imagen estratégica.	IMAGEN IDEAL	Signos verbales	Ordinal tipo Likert 1. TOTAL DESACUERDO (TD) 2. DESACUERDO (D) 3. INDIFERENTE (I) 4. ACUERDO (A) 5. TOTAL ACUERDO (TA)	1. BAJO 2. MEDIO 3. ALTO
				Signos visuales		
				Signos culturales		
			IMAGEN REAL	Signos objetuales		
				Imagen objetiva		
				Imagen subjetiva		
			IMAGEN ESTRATÉGICA	Estrategias de comunicación interna		
				Estrategias de comunicación externa		

Fuente: Elaboración de los autores.

ANEXO 3

CARTA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Lima, 21 de junio del 2020

Estimado Dr. Teodoro Carranza Estela

Aprovecho la oportunidad para saludarlo y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada **“La Responsabilidad Social y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020”**. Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, nos despedimos de usted.

Atentamente,



Hércules Alexander Guanilo Noriega
DNI: 09888425



Pétronila Liliana Mairena Fox
DNI: 16631152

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IMAGEN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DE LIMA NORTE, 2020”**1. Problema****1.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?

1.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?
- b) ¿Qué relación existe entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?
- c) ¿Qué relación existe la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020?

2. Hipótesis**2.1. Hipótesis general**

Existe relación directa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

2.2. Hipótesis específicas

- a) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional ideal en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte.
- b) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional real en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.
- c) Existe relación directa entre la RSU y la imagen institucional estratégica en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IMAGEN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DE LIMA NORTE, 2020

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre la RSU y la imagen en una institución de educación superior universitaria de Lima Norte, 2020

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo con el ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA


N°	Ítems	TD	D	I	A	TA
1	Percibe que la universidad tiene un clima de trabajo de cordialidad.	1	2	3	4	5
2	Las actividades que promueve la universidad para la comunidad la conforman estudiantes, administrativos, docentes y plana jerárquica.	1	2	3	4	5
3	Cuando la universidad proyecta actividades para la comunidad, puede distinguir quien es estudiante, personal administrativo o personal docente.	1	2	3	4	5
4	La institución promueve actividades de protección del medio ambiente dentro del campus en la comunidad.	1	2	3	4	5
5	La universidad divulga la convocatoria de empleos abiertamente para conocimiento de la comunidad.	1	2	3	4	5
6	La universidad da oportunidades está acondicionada para recibir en sus instalaciones a personas con habilidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras).	1	2	3	4	5
7	La institución brinda oportunidades de trabajo a personas con habilidades diferentes	1	2	3	4	5
8	La formación de los estudiantes está en base a las necesidades de la comunidad más cercana de la universidad.	1	2	3	4	5
9	Considera que los estudiantes desarrollan actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad para sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno.	1	2	3	4	5
10	La comunidad ha sido consultada para determinar cuáles son los contenidos de las necesidades reales de la población para formar a los profesionales en competencias de desarrollo social y ambiental	1	2	3	4	5
11	La comunidad es visitada por equipos de docentes de diferentes especialidades para orientar a la población en temas de interés comunal (medio ambiente, seguridad, empresa y otros).	1	2	3	4	5
12	La universidad promueve investigaciones que se realizan en la institución buscan satisfacer las necesidades de los grupos sociales más vulnerables.	1	2	3	4	5
13	La universidad promueve y divulga proyectos de desarrollo social en conjunto con las instituciones públicas (proyectos de inversión pública).	1	2	3	4	5
14	La universidad participa en la comunidad mediante la oficina de proyección social haciendo participara los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población.	1	2	3	4	5
15	La universidad tiene un área de asesoramiento y apoyo a la comunidad para la generación de proyectos conjuntos.	1	2	3	4	5
16	La universidad apoya a las instituciones de la comunidad (municipalidad, gobierno regional, concejales, etc.) mediante el asesoramiento de sus equipos docentes de varias disciplinas del conocimiento.	1	2	3	4	5



17	Usted considera que el Lema (slogan) de la universidad coincide con lo que realmente proyecta a la comunidad.	1	2	3	4	5
18	Reconoce y diferencia a una universidad de otras universidades por su marca / logotipo.	1	2	3	4	5
19	La comunidad percibe los valores, ideales, actitudes y conocimientos que la universidad imparte y dan forma al comportamiento humano.	1	2	3	4	5
20	Las publicaciones que realiza la universidad es una proyección de la formación brindada a los estudiantes.	1	2	3	4	5
21	Lo que proyecta la universidad como institución educativa, es consecuente con sus propósitos en beneficio de la comunidad.	1	2	3	4	5
22	La comunidad percibe como algo positivo las acciones que realiza la universidad lejos de interés o deseos.	1	2	3	4	5
23	Considera usted que la comunicación interna en una universidad permite consolidar la identidad con la organización motivando a su equipo humano.	1	2	3	4	5
24	Considera usted que la comunicación externa de una universidad contribuye a fortalecer la imagen ideal que desea proyectar.	1	2	3	4	5

Gracias por su colaboración

Título de la investigación: "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IMAGEN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DE LIMA NORTE, 2020"							
Apellidos y nombres de los Investigadores: Guanilo Noriega, Hércules Alexander - Mairena Fox, Petronila Liliana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Carranza Estela Teodoro							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	CLIMA LABORAL	1. Percibe que la universidad tiene un clima de trabajo de cordialidad.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			2. Las actividades que promueve la universidad para la comunidad la conforman estudiantes, administrativos, docentes y plana jerárquica.				
		EQUIDAD	3. Cuando la universidad proyecta actividades para la comunidad, puede distinguir quien es estudiante, personal administrativo o personal docente.		X		
			4. La institución promueve actividades de protección del medio ambiente dentro del campus en la comunidad.				
		ÉTICA, TRANSPARENCIA E INCLUSIÓN	5. La universidad divulga la convocatoria de empleos abiertamente para conocimiento de la comunidad.		X		
			6. La universidad está acondicionada para recibir en sus instalaciones a personas con habilidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras).		X		
			7. La institución brinda oportunidades de trabajo a personas con habilidades diferentes		X		
	FORMACIÓN	APRENDIZAJE-SERVICIO	8. La formación de los estudiantes está en base a las necesidades de la comunidad más cercana de la universidad.		X		
		INCLUSIÓN CURRICULAR DE LOS ODS	9. Considera que los estudiantes desarrollan actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad para sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno.		X		
		MALLA CURRICULAR DISEÑADA CON ACTORES EXTERNOS	10. La comunidad ha sido consultada para determinar cuáles son los contenidos de las necesidades reales de la población para formar a los profesionales en competencias de desarrollo social y ambiental.		X		
	COGNICIÓN	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	11. La comunidad es visitada por equipos de docentes de diferentes especialidades para orientar a la población en temas de interés comunal (medio ambiente, seguridad, empresa y otros).		X		
		INVESTIGACIÓN EN Y CON LA COMUNIDAD	12. La universidad promueve investigaciones que se realizan en la institución buscan satisfacer las necesidades de los grupos sociales más vulnerables.		X		
		PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTOS ÚTILES	13. La universidad promueve y divulga proyectos de desarrollo social en conjunto con las instituciones públicas (proyectos de inversión pública).		X		


	PARTICIPACIÓN SOCIAL	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	14. La universidad participa en la comunidad mediante la oficina de proyección social haciendo participara los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población.		X		
		PROYECTOS COCREADOS, DURADEROS, DE IMPACTO	15. La universidad tiene un área de asesoramiento y apoyo a la comunidad para la generación de proyectos conjuntos.		X		
		PARTICIPACIÓN EN LA AGENDA DE DESARROLLO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	16. La universidad apoya a las instituciones de la comunidad (municipalidad, gobierno regional, concejales, etc.) mediante el asesoramiento de sus equipos docentes de varias disciplinas del conocimiento.		X		
VARIABLE 2: Imagen institucional	IMAGEN IDEAL	SIGNOS VERBALES	17. Usted considera que el Lema (slogan) de cada universidad coincide con lo que realmente proyecta a la comunidad.		X		
		SIGNOS VISUALES	18. Reconoce y diferencia a una universidad de otras universidades por su marca / logotipo.		X		
		SIGNOS CULTURALES	19. La comunidad percibe los valores, ideales, actitudes y conocimientos que la universidad imparte y dan forma al comportamiento humano.		X		
		SIGNOS OBJETUALES	20. Las publicaciones que realiza la universidad es una proyección de la formación brindada a los estudiantes.		X		
	IMAGEN REAL	IMAGEN OBJETIVA	21. Lo que proyecta la universidad como institución educativa, es consecuente con sus propósitos en beneficio de la comunidad.		X		
		IMAGEN SUBJETIVA	22. La comunidad percibe como algo positivo las acciones que realiza la universidad lejos de interés o deseos de la organización.		X		
	IMAGEN ESTRATÉGICA	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	23. Considera usted que la comunicación interna en una universidad permite consolidar la identidad con la organización motivando a su equipo humano.		X		
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA		24. Considera usted que la comunicación externa de una universidad contribuye a fortalecer la imagen ideal que desea proyectar.		X			
Firma del experto:			DR. TEODORO CARRANZA ESTELA CLAD 08171 Fecha 08 / 07 / 20				

Título de la investigación: "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IMAGEN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DE LIMA NORTE, 2020"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Guanilo Noriega, Hércules Alexander - Mairena Fox, Petronila Liliانا							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Jose Luis Merino Garcés							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	CLIMA LABORAL	1. Percibe que la universidad tiene un clima de trabajo de cordialidad.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	✓		
			2. Las actividades que promueve la universidad para la comunidad la conforman estudiantes, administrativos, docentes y plana jerárquica.		✓		
		EQUIDAD	3. Cuando la universidad proyecta actividades para la comunidad, puede distinguir quien es estudiante, personal administrativo o personal docente.				
		CAMPUS SOSTENIBLE	4. La institución promueve actividades de protección del medio ambiente dentro del campus en la comunidad.		✓		
		ÉTICA, TRANSPARENCIA E INCLUSIÓN	5. La universidad divulga la convocatoria de empleos abiertamente para conocimiento de la comunidad.		✓		
			6. La universidad está acondicionada para recibir en sus instalaciones a personas con habilidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras).		✓		
			7. La institución brinda oportunidades de trabajo a personas con habilidades diferentes		✓		
	FORMACIÓN	APRENDIZAJE-SERVICIO	8. La formación de los estudiantes está en base a las necesidades de la comunidad más cercana de la universidad.		✓		
		INCLUSIÓN CURRICULAR DE LOS ODS	9. Considera que los estudiantes desarrollan actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad para sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno.		✓		
		MALLA CURRICULAR DISEÑADA CON ACTORES EXTERNOS	10. La comunidad ha sido consultada para determinar cuáles son los contenidos de las necesidades reales de la población para formar a los profesionales en competencias de desarrollo social y ambiental.		✓		
	COGNICIÓN	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	11. La comunidad es visitada por equipos de docentes de diferentes especialidades para orientar a la población en temas de interés comunal (medio ambiente, seguridad, empresa y otros).		✓		
		INVESTIGACIÓN EN Y CON LA COMUNIDAD	12. La universidad promueve investigaciones que se realizan en la institución buscan satisfacer las necesidades de los grupos sociales más vulnerables.		✓		
		PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTOS ÚTILES	13. La universidad promueve y divulga proyectos de desarrollo social en conjunto con las instituciones públicas (proyectos de inversión pública).		✓		

	PARTICIPACIÓN SOCIAL	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	14. La universidad participa en la comunidad mediante la oficina de proyección social haciendo participara los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población.		✓		
		PROYECTOS COCREADOS, DURADEROS, DE IMPACTO	15. La universidad tiene un área de asesoramiento y apoyo a la comunidad para la generación de proyectos conjuntos.		✓		
		PARTICIPACIÓN EN LA AGENDA DE DESARROLLO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	16. La universidad apoya a las instituciones de la comunidad (municipalidad, gobierno regional, concejales, etc.) mediante el asesoramiento de sus equipos docentes de varias disciplinas del conocimiento.		✓		
VARIABLE 2: Imagen institucional	IMAGEN IDEAL	SIGNOS VERBALES	17. Usted considera que el Lema (slogan) de cada universidad coincide con lo que realmente proyecta a la comunidad.		✓		
		SIGNOS VISUALES	18. Reconoce y diferencia a una universidad de otras universidades por su marca / logotipo.		✓		
		SIGNOS CULTURALES	19. La comunidad percibe los valores, ideales, actitudes y conocimientos que la universidad imparte y dan forma al comportamiento humano.		✓		
		SIGNOS OBJETUALES	20. Las publicaciones que realiza la universidad es una proyección de la formación brindada a los estudiantes.		✓		
	IMAGEN REAL	IMAGEN OBJETIVA	21. Lo que proyecta la universidad como institución educativa, es consecuente con sus propósitos en beneficio de la comunidad.		✓		
		IMAGEN SUBJETIVA	22. La comunidad percibe como algo positivo las acciones que realiza la universidad lejos de interés o deseos de la organización.		✓		
	IMAGEN ESTRATÉGICA	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	23. Considera usted que la comunicación interna en una universidad permite consolidar la identidad con la organización motivando a su equipo humano.		✓		
		ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	24. Considera usted que la comunicación externa de una universidad contribuye a fortalecer la imagen ideal que desea proyectar.		✓		
Firma del experto:		 JOSE LUIS MERINO GARCES <small>MAGISTER EN CIENCIAS EMPRESARIALES</small>		Fecha <u>30/06/2020</u>			

Título de la investigación: "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IMAGEN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DE LIMA NORTE, 2020"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Guanilo Noriega, Hércules Alexander - Mairena Fox, Petronila Liliana							
Apellidos y nombres del experto: Magaly Ericka Luna Gamarra							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria (RSU)	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	CLIMA LABORAL	1. Percibe que la universidad tiene un clima de trabajo de cordialidad.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	✓		
			2. Las actividades que promueve la universidad para la comunidad la conforman estudiantes, administrativos, docentes y plana jerárquica.		✓		
		EQUIDAD	3. Cuando la universidad proyecta actividades para la comunidad, puede distinguir quien es estudiante, personal administrativo o personal docente.		✓		
			4. La institución promueve actividades de protección del medio ambiente dentro del campus en la comunidad.		✓		
		ÉTICA, TRANSPARENCIA E INCLUSIÓN	5. La universidad divulga la convocatoria de empleos abiertamente para conocimiento de la comunidad.		✓		
			6. La universidad está acondicionada para recibir en sus instalaciones a personas con habilidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras).		✓		
			7. La institución brinda oportunidades de trabajo a personas con habilidades diferentes		✓		
	FORMACIÓN	APRENDIZAJE-SERVICIO	8. La formación de los estudiantes está en base a las necesidades de la comunidad más cercana de la universidad.		✓		
		INCLUSIÓN CURRICULAR DE LOS ODS	9. Considera que los estudiantes desarrollan actividades educativas en base a problemas y necesidades reales de su comunidad para sensibilizarse como un ciudadano activo en defensa de las necesidades sociales de su entorno.		✓		
		MALLA CURRICULAR DISEÑADA CON ACTORES EXTERNOS	10. La comunidad ha sido consultada para determinar cuáles son los contenidos de las necesidades reales de la población para formar a los profesionales en competencias de desarrollo social y ambiental.		✓		
	COGNICIÓN	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	11. La comunidad es visitada por equipos de docentes de diferentes especialidades para orientar a la población en temas de interés comunal (medio ambiente, seguridad, empresa y otros).		✓		
		INVESTIGACIÓN EN Y CON LA COMUNIDAD	12. La universidad promueve investigaciones que se realizan en la institución buscan satisfacer las necesidades de los grupos sociales más vulnerables.		✓		
		PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTOS ÚTILES	13. La universidad promueve y divulga proyectos de desarrollo social en conjunto con las instituciones públicas (proyectos de inversión pública).		✓		

	PARTICIPACIÓN SOCIAL	INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	14. La universidad participa en la comunidad mediante la oficina de proyección social haciendo participara los docentes para evaluar las necesidades que aquejan a la población.		✓		
		PROYECTOS COCREADOS, DURADEROS, DE IMPACTO	15. La universidad tiene un área de asesoramiento y apoyo a la comunidad para la generación de proyectos conjuntos.		✓		
		PARTICIPACIÓN EN LA AGENDA DE DESARROLLO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	16. La universidad apoya a las instituciones de la comunidad (municipalidad, gobierno regional, concejales, etc.) mediante el asesoramiento de sus equipos docentes de varias disciplinas del conocimiento.		✓		
VARIABLE 2: Imagen institucional	IMAGEN IDEAL	SIGNOS VERBALES	17. Usted considera que el Lema (slogan) de cada universidad coincide con lo que realmente proyecta a la comunidad.		✓		
		SIGNOS VISUALES	18. Reconoce y diferencia a una universidad de otras universidades por su marca / logotipo.		✓		
		SIGNOS CULTURALES	19. La comunidad percibe los valores, ideales, actitudes y conocimientos que la universidad imparte y dan forma al comportamiento humano.		✓		
		SIGNOS OBJETUALES	20. Las publicaciones que realiza la universidad es una proyección de la formación brindada a los estudiantes.		✓		
	IMAGEN REAL	IMAGEN OBJETIVA	21. Lo que proyecta la universidad como institución educativa, es consecuente con sus propósitos en beneficio de la comunidad.		✓		
		IMAGEN SUBJETIVA	22. La comunidad percibe como algo positivo las acciones que realiza la universidad lejos de interés o deseos de la organización.		✓		
	IMAGEN ESTRATÉGICA	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	23. Considera usted que la comunicación interna en una universidad permite consolidar la identidad con la organización motivando a su equipo humano.		✓		
		ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	24. Considera usted que la comunicación externa de una universidad contribuye a fortalecer la imagen ideal que desea proyectar.		✓		
Firma del experto:			Fecha <u>01 / 07 / 2020</u>	<i>Hay suficiencia</i>			


 Lic. Adm. Víctor H. Fernández Solares
 INVESTIGADOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES
 CLAD RÉGULO 819824

ANEXO 5

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Tabla 3.4.1

Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	OPINIÓN DE EXPERTO
Doctor	Teodoro Carranza Estela	Aplicable
Magister	José Luis Medina Garcés	Aplicable
Magister	Víctor Hugo Fernández Bedoya	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Tabla 3.4.2

Baremo para estimación del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Coeficiente alfa $>,9$	Es excelente
Coeficiente alfa $>,8$	Es bueno
Coeficiente alfa $>,7$	Es aceptable
Coeficiente alfa $>,6$	Es cuestionable
Coeficiente alfa $>,5$	Es probable
Coeficiente alfa $<,5$	Es inaceptable

Fuente: Sánchez, J. E. (2019). *Cadena de valor e innovación*. Durango, México: Universidad Juárez del Estado de Durango.

Tabla 3.4.3

Resumen de procesamiento de casos del instrumento RSU

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	10	100,0

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

Tabla 3.4.4*Estadísticos de fiabilidad del instrumento RSU*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	16

Tabla 3.4.5*Resumen de procesamiento de casos del instrumento imagen institucional*

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	10	100,0

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

Tabla 3.4.6*Estadísticos de fiabilidad del instrumento imagen institucional*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,817	8