

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA E IMAGEN
INSTITUCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS,
PROVINCIA DE ANDAHUAYLAS – APURÍMAC, 2023**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

Presentado por:

RONALD HUAMÁN CUYA

Andahuaylas, Perú

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA E IMAGEN
INSTITUCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS,
PROVINCIA DE ANDAHUAYLAS – APURÍMAC, 2023**

RONALD HUAMÁN CUYA

Asesor:

Dr. Joaquin Machaca Rejas

Coasesor:

Mgtr. Faviola Llacchua Quino

Andahuaylas, Perú

2024



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS**

Licenciada por la Sunedu



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANEXO 22

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el local académico de Ccoyahuacho de la Universidad Nacional José María Arguedas, ubicado en la Av. José María Arguedas s/n, distrito de San Jerónimo, de la provincia de Andahuaylas, siendo las *11.00* horas del día *...05...* del mes de *Julio* del año dos mil *veinticuatro*, en atención a la Resolución Decanal

N° *392*-2024-UNAJMA/FCE-D, se reunieron el *Dr. John Peter Aguilar Landa* presidente, *Dr. Julio Cesar Machaca Tawani* secretario y *Dr. Oscar Apaza Apaza* vocal, integrantes del jurado evaluador del informe final de tesis titulado:

Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, provincia de Andahuaylas, Apurímac 2023

cuyo autor(a) es el(la) Bachiller en Administración de Empresas *Ronald Huaman Cuya*; cuyo asesor es el *Dr. Joaquín Machaca Rojas*, con el propósito de proceder a la exposición y defensa de dicha tesis.

Luego de la sustentación de la tesis, el jurado evaluador ACORDÓ: *aprobar* por *unanimidad* al(la) Bachiller en Administración de Empresas *Ronald Huaman Cuya*, obteniendo la siguiente calificación y mención:

Nota en escala vigesimal		Mención
Números	Letras	
<i>14</i>	<i>catorce</i>	<i>Bueno</i>

En señal de conformidad, se procede a la firma de la presente acta en tres (03) ejemplares.

[Signature]

(Grado académico, título profesional, Nombres y apellidos)
Presidente del jurado evaluador
JOHN PETER AGUILAR LANDA

[Signature]

(Grado académico, título profesional, Nombres y apellidos)
Secretario del jurado evaluador

[Signature]

(Grado académico, título profesional, Nombres y apellidos)
Vocal del jurado evaluador
Dr. Oscar Apaza Apaza





**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS**
Licenciada por la Sunedu



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE FILTRO DE SIMILITUD

N° 014-2024-UNAJMA-FCE-UI/D

Quienes suscriben:

COMISIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA;

Hacen constar,

Que, la tesis denominada: Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, provincia de Andahuaylas – Apurímac, 2023, presentada por el Bachiller Ronald Huamán Cuya, cuyo asesor es el Dr. Joaquin Machaca Rejas y coasesora la Mgtr. Faviola Llacchua Quino, fue sometida al testeo de reporte de similitud, a través del software antiplagio Turnitin, encontrándose con un porcentaje de similitud del (10%), el mismo que según el Art. 50. literal h. del Reglamento de Grados y Títulos de la UNAJMA, se encuentra en el rango de *no más del 30% de similitud (...)*.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que estime por conveniente.

San Jerónimo, 15 de julio de 2024.



Dr. Percy Lima Román
DIRECTOR

(Dr. Percy Lima Román)
Director de la Unidad de Investigación de la FCE



Mgtr. Grecia Valverde Mamani
DOCENTE

(Mgtr. Grecia Valverde Mamani)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE



Mgtr. Rogelio Domingo Cahuana Tapia
DOCENTE

(Mgtr. Rogelio Domingo Cahuana Tapia)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE



Mgtr. Jubenal Mendoza Valenzuela
DOCENTE

(Mgtr. Jubenal Mendoza Valenzuela)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE

PLR/DUI
Flq/E. A.
C.c.
Archivo



Local Administrativo Central Jr. Juan Francisco Ramos N° 380 – Andahuaylas.
Local Totoral – Centro Pre Universitario y Centro de Idiomas: Jr. Sol Naciente S/N – San Jerónimo.
Local Académico Santa Rosa – Carr. Prof. (Ing. Agroindustrial e Ing. Ambiental): Av. 28 de Julio N° 1103 – Talavera.
Local Académico Ccoyahuacho – Carr. Prof. (Ing. De Sistemas, Administración de Empresas, Contabilidad y Educación Primaria Intercultural): Av. José María Arguedas S/N – San Jerónimo

NOMBRE DEL TRABAJO

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA E IMAGEN INSTITUCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NAC

AUTOR

RONALD HUAMÁN CUYA



RECUENTO DE PALABRAS

23897 Words

RECUENTO DE CARACTERES

138739 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

109 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.7MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 16, 2024 11:28 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 16, 2024 11:31 AM GMT-5

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)


UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
DOCENTE


UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Mgtr. Faviola Lacchua Quino
DOCENTE


RONALD HUAMÁN CUYA
73 98 94 28



● 10% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 10% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.unajma.edu.pe Internet	3%
2	hdl.handle.net Internet	3%
3	repositorio.autonoma.edu.pe Internet	<1%
4	1library.co Internet	<1%
5	apirepositorio.unh.edu.pe Internet	<1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Internet	<1%
7	dspace.uazuay.edu.ec Internet	<1%
8	grafiati.com Internet	<1%

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
DOCENTE

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Mga. Favola Liacchia Quino
DOCENTE

Ronald
RONALD HUONAN COYO
73989428

Descripción general de fuentes



9	pdfcoffee.com Internet	<1%
10	repositorio.unap.edu.pe Internet	<1%
11	repositorio.unc.edu.pe Internet	<1%
12	repositorio.uncp.edu.pe Internet	<1%
13	repositorio.unjbg.edu.pe Internet	<1%
14	produccioncientificaluz.org Internet	<1%
15	Elsa Leuvany Álvarez Morales, Raquel De la Fuente-Anuncibay. "Respo..." Crossref	<1%
16	atenaeditora.com.br Internet	<1%
17	edoc.pub Internet	<1%
18	repositorio.unheval.edu.pe Internet	<1%
19	repositorio.une.edu.pe Internet	<1%
20	repositorio.untumbes.edu.pe Internet	<1%

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
DOCENTE

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Mgtr. Faviola Llacchua Quino
DOCENTE

RONALDO HUONAN CUYO
73989428



21

tesis.ucsm.edu.pe

Internet

<1%


UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
DOCENTE


UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Mgtr. Faviola Linares Quino
DOCENTE


ROWOLD HUAMAN CUYD
739 894 28

DEDICATORIA

A Dios, por concederme el don más grande que es la vida, por acompañarme en cada etapa de mi subsistencia, por fortalecer mi mente e iluminar mi corazón, por cobijarme en su amor puro y enrumbar mis pasos hacia un desarrollo pleno.

A mi familia, principalmente a mi padre el Sr. Juan Pablo y mi madre la Sra. Herminia, por ser los principales autores de mi vida, quienes me inculcaron principios y pudor para desafiar los obstáculos y dichas de la vida, por el amor y apoyo definitivo. A mis hermanos y hermanas, por ser mi fuente de inspiración, por enseñarme la médula del amor, integridad y la alegría, por el apoyo incondicional en toda la etapa de mi vida, siendo parte esencial para encaminarme en mi desarrollo personal y profesional.

A la vida, por ser la fuente de inspiración para seguir escribiendo los capítulos de mi vida, para seguir obrando el bien hacia los otros y cooperando con la creación de un lugar mejor.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad Ciencias de la Empresa, Escuela Profesional de Administración de Empresas; por la oportunidad de formarme en sus aulas, de haber impartido experiencias y conocimiento durante mi instrucción profesional.

Al asesor Dr. Joaquin Machaca Rejas y coasesor Mgtr. Faviola Llacchua Quino de esta tesis, por la disposición de ser mi guía en este proyecto, mediante su amplia experiencia y profesionalismo; conocimiento y aval indispensable en la elaboración de mí trabajo de investigación, así como sus palabras alentadoras y gestiones realizadas.

A los miembros del jurado evaluador, Dr. John Peter Aguirre Landa en condición de presidente, Dr. Julio César Machaca Mamani secretario y el Dr. Oscar Apaza Apaza vocal, por las observaciones y sugerencias pertinentes en el proceso y hasta la culminación del desarrollo de mí trabajo, así logrando este objetivo anhelado.

Doy gracias a mi hermano Mgtr. Alfredo Huamán Cuya, por ser mi fuente de inspiración en mi trayectoria, por impartirme su conocimiento y sugerencias en este proceso, el apoyo incondicional de hermanos y la motivación de siempre para culminar mi tesis.

Por último, saludar en son de reconocimiento y agradecer a la disposición de los estudiantes de las seis escuelas profesionales de la Universidad Nacional José María Arguedas, por brindarme la facilidad de materializar la presente investigación.

PRESENTACIÓN

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional José María Arguedas, tengo la complacencia de dirigirme a ustedes y poner a vuestra consideración el informe final de tesis: Responsabilidad Social Universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, provincia de Andahuaylas – Apurímac, 2023. Cuyo propósito de la investigación fue establecer la relación entre las variables de responsabilidad social universitaria e imagen institucional, y sus dimensiones.

La misma surge de la problemática identificada previamente en los estudiantes, que se orienta a la necesidad de consolidar y aplicar de manera efectiva los nuevos enfoques de desarrollo sostenible en un entorno académico competitivo y de constante cambio. Esto se considera esencial para una gestión académica socialmente responsable, dado el contexto de actualización de políticas educativas de calidad y la cooperación con el desarrollo sostenible de la comunidad. En la actualidad, las universidades enfatizan la importancia de la responsabilidad social universitaria como parte integral de sus políticas educativas y de gestión institucional, lo que contribuye a fortalecer sus lineamientos de gestión y acciones hacia la sociedad.

La investigación se sustentó con teorías que fundamentan las variables de estudio; responsabilidad social universitaria e imagen institucional y las dimensiones. Para determinar el grado de relación entre estas dos variables se siguió el siguiente procedimiento, la aplicación del cuestionario que facilitó la recolección de datos, en base a ello el tratamiento de datos mediante el Microsoft Excel y SPSS v27, realizando el análisis inferencial, la discusión, conclusiones y las recomendaciones. El desarrollo de la investigación se realizó acorde a las etapas y procedimientos metodológicos establecidos por la comunidad científica.

En virtud de lo mencionado, se logró con el propósito de la investigación, donde se determinó la relación entre las variables de responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes, con el propósito de contextualizar y profundizar las dimensiones y características. Asimismo, el producto de la investigación servirá como información base para las próximas investigaciones de alcance local, nacional e internacional.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN.....	20
CAPÍTULO I.....	21
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	21
1.1. Planteamiento del problema.....	21
1.2. Formulación del problema.....	25
1.2.1. Problema general.....	25
1.2.2. Problemas específicos	25
1.3. Delimitación de la investigación	26
1.3.1. Delimitación espacial	26
1.3.2. Delimitación temporal.....	26
1.3.3. Delimitación teórica.....	26
1.4. Justificación	26
1.4.1. Justificación teórica.....	26
1.4.2. Justificación práctica.....	27
1.4.3. Justificación metodológica	27
1.5. Objetivos.....	27
1.5.1. Objetivo general.....	27
1.5.2. Objetivos específicos	27
CAPÍTULO II.....	29

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2.1. Antecedentes	29
2.1.1. A nivel internacional.....	29
2.1.2. A nivel nacional.....	31
2.2. Marco teórico	33
2.2.1. Responsabilidad Social Universitaria	33
2.2.2. Enfoques teóricos	36
2.2.3. 12 metas Responsabilidad Social Universitaria.....	37
2.2.4. Impactos de la Responsabilidad Social Universitaria	40
2.2.5. Dimensiones de Responsabilidad Social Universitaria	40
2.2.6. Imagen institucional	42
2.2.7. Tipos de imagen institucional	43
2.2.8. La estructura de la imagen institucional	44
2.2.9. Importancia de imagen institucional	44
2.2.10. Dimensiones de imagen institucional	45
2.3. Marco conceptual.....	46
CAPÍTULO III.....	48
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Hipótesis	48
3.1.1. Hipótesis general	48
3.1.2. Hipótesis específicas	48
3.2. Variables.....	48
3.3. Operacionalización de variables.....	50
3.4. Metodología	52
3.4.1. Enfoque de investigación	52
3.4.2. Tipo de investigación	52
3.4.3. Nivel de investigación	52

3.4.4.	Diseño de investigación	52
3.4.5.	Método de investigación	53
3.5.	Población y muestra de estudio	53
3.5.1.	Población	53
3.5.2.	Muestra.....	54
3.6.	Técnicas e instrumentos de investigación	55
3.7.	Método de análisis de datos.....	56
CAPÍTULO IV		58
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....		58
4.1.	Resultados de la investigación	58
4.1.1.	Confiabilidad del instrumento	58
4.1.2.	Resultados descriptivos de la investigación	59
4.2.	Prueba de normalidad	70
4.2.1.	Hipótesis de normalidad.....	70
4.3.	Contrastación estadística de hipótesis	71
4.3.1.	Prueba de la hipótesis general	71
4.3.2.	Prueba de la primera hipótesis específica	72
4.3.3.	Prueba de la segunda hipótesis específica	74
4.3.4.	Prueba de la tercera hipótesis específica	75
4.3.5.	Prueba de la cuarta hipótesis específica	76
CAPÍTULO V		78
DISCUSIÓN.....		78
CONCLUSIONES		82
RECOMENDACIONES		84
REFERENCIAS		85
ANEXOS.....		90

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Conceptos de RSU y RSE.....	36
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	50
Tabla 3. Estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2023 - II	54
Tabla 4. Valores del coeficiente de correlación de rho de Spearman	57
Tabla 5. Valores de confiabilidad	58
Tabla 6. Fiabilidad del instrumento.....	59
Tabla 7. Frecuencia de estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas	59
Tabla 8. Baremación de la dimensión gestión organizacional.....	61
Tabla 9. Baremación de la dimensión formación.....	62
Tabla 10. Baremación de la dimensión participación social	63
Tabla 11. Baremación de la dimensión investigación.....	64
Tabla 12. Baremación de la variable Responsabilidad Social Universitaria	65
Tabla 13. Baremación de la dimensión identidad de la institución	66
Tabla 14. Baremación de la dimensión comunicación de la institución	67
Tabla 15. Baremación de la dimensión realidad institucional	68
Tabla 16. Baremación de la variable imagen institucional.....	69
Tabla 17. Prueba de normalidad	71
Tabla 18. Correlación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional.....	72
Tabla 19. Correlación entre la gestión organizacional y la imagen institucional.....	73
Tabla 20. Correlación entre la formación y la imagen institucional.....	74
Tabla 21. Correlación entre la participación social y la imagen institucional	75
Tabla 22. Correlación entre la investigación y la imagen institucional.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Las 12 metas de RSU del modelo de URSULA	39
Figura 2. Estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas	60
Figura 3. Porcentajes de baremación de la dimensión gestión organizacional	61
Figura 4. Porcentajes de baremación de la dimensión formación	62
Figura 5. Porcentajes de baremación de la dimensión participación social	63
Figura 6. Porcentajes de baremación de la dimensión investigación	64
Figura 7. Porcentajes de baremación de la variable Responsabilidad Social Universitaria	65
Figura 8. Porcentajes de baremación de la dimensión identidad de la institución.....	66
Figura 9. Porcentajes de baremación de la dimensión comunicación de la institución	67
Figura 10. Porcentajes de baremación de la dimensión realidad institucional	68
Figura 11. Porcentajes de baremación de la variable imagen institucional	69

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	91
Anexo 2. Matriz de operacionalización.....	93
Anexo 3. Matriz del instrumento de recojo de datos.....	95
Anexo 4. Instrumento de investigación (Cuestionario)	100
Anexo 5. Marco muestral	104
Anexo 6. Ficha de validación de juicio de expertos	105
Anexo 7. Matriz de datos.....	108
Anexo 8. Recodificación de variables y dimensiones.....	109
Anexo 9. Autorización para realizar la encuesta	110
Anexo 10. Aplicación del instrumento de investigación (Cuestionario)	111

RESUMEN

La finalidad del trabajo de investigación fue establecer la relación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023. Para el desarrollo de la investigación, se aplicó una metodología que incluye una ruta cuantitativa, tipo de investigación básica, de nivel correlacional y un diseño no experimental transversal. Además, se siguió el método deductivo-hipotético, en el cual se formuló una hipótesis en base a las investigaciones y revisiones literarias previas. Estas hipótesis se analizaron estadísticamente para determinar si eran aceptadas o rechazadas. Respecto a la población y muestra se tuvo a 290 estudiantes conformados de las seis Escuelas Profesionales de la Universidad Nacional José María Arguedas, seleccionados por medio del muestreo probabilístico aleatorio estratificado. La técnica y su instrumento para el acopio de datos fueron la encuesta y el cuestionario. El procesamiento de datos se realizó dentro del análisis no paramétrico. Se concluyó que la Responsabilidad Social Universitaria guarda una relación positiva media con la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, donde el coeficiente de correlación de rho de Spearman resulta 0.639^{**} , así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. En consecuencia, se aceptó la hipótesis alterna la cual fue existe una correlación positiva entre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, donde el resultado muestra que ambas variables de estudio cambian de manera simétrica.

Palabras claves. Responsabilidad social, desarrollo sostenible, calidad, eficiencia, imagen, público de interés, reputación y ventaja competitiva.

ABSTRACT

The purpose of the research work was to establish the relationship between University Social Responsibility and the institutional image in the students of the José María Arguedas National University, Andahuaylas, Apurímac 2023. For the development of the research, a methodology was applied that includes a route quantitative, type of basic research, correlational level and a non-experimental cross-sectional design. Furthermore, the deductive-hypothetical method was followed, in which a hypothesis was formulated based on previous research and literary reviews. These hypotheses were analyzed statistically to determine whether they were accepted or rejected. Regarding the population and sample, there were 290 students from the six Professional Schools of the José María Arguedas National University, selected through stratified random probabilistic sampling. The technique and its instrument for data collection were the survey and the questionnaire. Data processing was carried out within non-parametric analysis. It was concluded that University Social Responsibility has a medium positive relationship with the institutional image in the students of the José María Arguedas National University, where the correlation coefficient of Spearman's rho is 0.639**, likewise, the significance level $\alpha = 0.01$. Consequently, the alternative hypothesis was accepted which was that there is a positive correlation between university social responsibility and institutional image in the students of the José María Arguedas National University, where the result shows that both study variables change symmetrically.

Keywords. Social responsibility, sustainable development, quality, efficiency, image, public of interest, reputation and competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

Comprender e implementar los nuevos enfoques de desarrollo sostenible, considerando que son elementos que proyectan una administración académica socialmente responsable. A consecuencia de la actualización de políticas educativas de calidad, que promueven el desarrollo de la ciudadanía. Hoy en día, las instituciones de educación superior resaltan la implementación de la responsabilidad social universitaria como parte de sus políticas educativas y de gestión institucional, ya que esto influye en la consolidación de la imagen y la cooperación con el desarrollo sostenible de la sociedad. La responsabilidad social universitaria y la imagen institucional están estrechamente relacionados; cuando los estudiantes sientan un ambiente académico y una gestión institucional en marco de RSU tendrán mayor expectativa sobre la universidad, consolidando y fortaleciendo la imagen institucional.

En mérito a ello, se emprendió el desarrollo del trabajo de investigación para determinar el grado de relación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas, Apurímac – 2023. Además, de acuerdo con los resultados obtenidos se realizó las recomendaciones para realizar acciones concretas que solucionen los problemas diagnosticados. La responsabilidad social universitaria se estudió bajo sus dimensiones como; gestión organizacional, formación, participación social e investigación: mientras que la imagen institucional tuvo como dimensiones; identidad de la institución, comunicación de la institución y realidad institucional. El escrito académico comprende las siguientes partes:

Capítulo I, aborda sobre el planteamiento del problema, la formulación del problema general y específicos, justificación, objetivo general y específicos de la investigación. Prosiguiendo, el contenido del capítulo II, expone la fundamentación teórica, donde se muestran los antecedentes, el marco teórico y la conceptualización de términos. En el capítulo III, se expone la metodología bajo el cual se ejecutó el trabajo de investigación, el enfoque, método, tipo y nivel de investigación. Además, se considera las hipótesis, operacionalización de variables, población y muestra, técnica e instrumento y el método de análisis de datos de investigación. Asimismo, el capítulo IV, manifiesta los resultados a través de la estadística descriptiva e inferencial, la prueba de normalidad y la contrastación de hipótesis. Finalmente, el capítulo V, expone la discusión contrastados con los antecedentes y soporte teórico, así mismo, las conclusiones de la investigación y recomendaciones para la institución.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La coyuntura actual y el cambio constante que atraviesa la sociedad conlleva abordar un pensamiento crítico, de la vida social. A nivel global las instituciones públicas como las universidades forman parte fundamental del desarrollo humano y social, donde están inmersos en la formación de personas tanto académica y socialmente responsables, entre sus principales objetivos es brindar soluciones a los diferentes problemas sociales. En tal sentido, las instituciones y organizaciones en general deben enfatizar en sus actividades que ejecutan a través de políticas y lineamientos de gestión, cumpliendo una serie de procedimientos que están sujetos al desarrollo y funcionamiento de dicha institución u organización. La responsabilidad social universitaria está en proceso de implementación, de manera parcial, esta política es fundamental ya que coadyuva con el desarrollo sostenible de la comunidad, emplea políticas socialmente responsables, gestión organizacional, concientización y sensibilización, así mismo, las universidades del mundo, en comparación de las universidades rankeadas, descuidan la imagen institucional que es el medio para cuidar los atributos y características institucionales y que proyecta de manera positiva la imagen de la institución.

Las universidades de mayor prestigio como de Estados Unidos y Europa emplean políticas en base al compromiso social con el objetivo de crear un planeta mejor y sostenible en el tiempo. De acuerdo con el estudio de University Politehnica of Bucharest en Europa (2015) de los 15 países de la Unión Europea se determinó que las prácticas están centradas en el ISO 26000, que tiene correspondencia a la gobernanza, derechos humanos, prácticas justas, participación comunitaria, así mismo, se realiza acciones de innovación, calidad, prestigio internacional e investigación, también, se determinó cuarenta tipos de prácticas de las cuales con mayor frecuencia es participación comunitaria y desarrollo, medio ambiente, derechos humanos y gobernanza organizacional, de tal modo que la responsabilidad es el conjunto de elementos internos como: recursos propios, responsabilidad, transparencia y la socialización de rendición de cuenta.

La responsabilidad social universitaria es una estrategia fundamental que coadyuva con el desarrollo sostenible de la comunidad. Por otro lado, es un elemento

indispensable que influye para mejorar la imagen institucional que es un activo intangible para una universidad u organización, esto atribuye como institución de prestigio con mayor desarrollo educativo, a la vez es una estrategia común utilizada por las grandes universidades del mundo. Sin embargo, los beneficios de la responsabilidad social universitaria que recae en la institución y la comunidad universitaria, es la integración con la comunidad, forjando vínculos y la cooperación con el desarrollo sostenible y ambiental.

La Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA) tiene como finalidad desarrollar una agenda y visión sobre la Responsabilidad Social Universitaria en América Latina, con este fin presenta seis consideraciones que son: no se restringe a la filantropía, sino que incluye el modelo de gestión y la política institucional, concientización de problemas territoriales, social y trabajo mancomunado, la misma que está integrado por 72 instituciones iberoamericanas públicas y privadas, el 50% conforman de Perú y Colombia con 28% y 25%, y el 85% provienen de Sudamérica; así mismo, existe está la red de Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL), la cual se encuentra integrada por 31 universidades latinoamericanas o miembros, siendo el 48% provenientes de México y Brasil (Gaete & Álvarez, 2019).

Por otro lado, respecto a la problemática de imagen institucional es complejo encontrar datos estadísticos sobre la variable, como; las universidades que cuenten con una identidad corporativa desarrollada, estos antecedentes serían fundamental para profundizar el tema, sin embargo, existen estudios y temas relacionados como; marketing, publicidad, comunicación, entre otros, que de manera indirecta proporcionan información sobre la problemática, ya que estas forman parte del antecedente del desarrollo de una identidad institucional de una universidad.

En referencia al párrafo anterior, de acuerdo a los últimos estudios a nivel internacional, el 95% de las organizaciones sufren algún tipo de crisis a lo largo de su trayectoria, una respuesta errónea frente a la situación traería consecuencias negativos en la imagen corporativa, en su credibilidad, económica y entre otros, para revertir esta situación las organizaciones deben desarrollar mejores planes de comunicación; las cuales determinarán el fortalecimiento o desaparición de la organización (Nivel, 2015).

En el contexto nacional, la educación superior universitaria tiene un marco normativo denominado ley universitaria 30220, donde las universidades no solo deben

centrarse en el aspecto académico, también en; investigación, servicios de extensión y contribución, generando impactos sociales. Es decir, que las universidades tienen la misión y obligación de fomentar la implementación y desarrollo de responsabilidad social universitaria mediante una administración ética y efectiva Ley Universitaria (2014). Para el cumplimiento del accionamiento integral de la responsabilidad social se debe promover y gestionar desde el órgano superior (Autoridades) con una inversión mínima de 2% de presupuesto, a través de mecanismos que incentiven el desarrollo de proyectos de responsabilidad social Ley Universitaria (2014). Cabe precisar que, para el funcionamiento de las universidades estatales, el Ministerio de Educación creó la Superintendencia de Educación Superior del Estado, cuya función es controlar el estricto cumplimiento de la ley de Instituciones de Educación Superior y el reglamento de licenciamiento y entre otros.

En la capital de Perú, Lima, el accionamiento de la Responsabilidad Social Universitaria se difiere entre universidades públicas y privadas, donde la pública muestra una visión asistencialista con la sociedad sin ampliar el desarrollo de extensión universitaria y proyección social, a diferencia de las privadas cuyo objetivo es amplio y enfocado, implementan acciones y estrategias mediante las áreas correspondientes a la RSU, en beneficio del medio ambiente, investigaciones, apoyos económicos, voluntariado y consolidación de organizaciones, estas universidades son: la Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Cayetano Heredia, Universidad del Pacífico, Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Universidad San Ignacio de Loyola y Universidad ESAN (Condori & Reyna, 2019).

Asimismo, en lo concerniente a imagen institucional, una mínima parte de todas las organizaciones construyeron su imagen institucional que aporta credibilidad a su público; empleadores, accionistas, inversionistas, clientes, estado y stakeholders. De la misma forma, la imagen institucional presenta como propósito establecer relaciones sólidas con el público mediante los resultados de sus objetivos, por intermedio de la comunicación organizacional. Finalmente, de acuerdo con el estudio la imagen institucional genera confianza y credibilidad en su público objetivo, construye posicionamiento, captan nuevos clientes, posición ante los medios, aumento de reputación online y previene riesgos (Andina, 2019). En la actualidad la educación superior está sufriendo cambios de impacto, lo cual conlleva mejorar su imagen institucional, teniendo en cuenta los aspectos tecnológicos para la promoción y

difusión. Las universidades deben tomar como aspecto fundamental su existencia, evolución y desarrollo sostenible acorde a la urgencia y demanda de la comunidad.

Particularmente, en la región Apurímac, existen cuatro universidades licenciadas, tres de gestión pública y uno de gestión privada: Universidad Nacional José María Arguedas, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (filial) y la Universidad Tecnológica de los Andes. Estas universidades presentan características históricas, resistentes al cambio y no enfatizan en los nuevos conceptos académicos como la RSU e imagen institucional, existe una carencia de implementación en las mallas curriculares y de gestión institucional, esto debido a la falta de actualización y adaptación a los cambios en el mundo académico y social, a la vez es visible el desinterés de los órganos de gobierno de las instituciones. Actualmente la RSU es un elemento fundamental de gestión en las instituciones, que coadyuva con el desarrollo de la comunidad, fortalece la atribución de la institución y proyecta una imagen institucional sólida.

En el contexto local, dentro de este contexto surge la idea de realizar la investigación en la Universidad Nacional José María Arguedas, específicamente en las seis escuelas profesionales; Administración de Empresas, Contabilidad, Educación Primaria Intercultural, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Ambiental. Es una institución donde reúne estudiantes de diversas provincias y regiones del país, uniendo diferentes culturas sociales con el objetivo de cursar una carrera profesional, formándose académicamente durante los cinco años para después ejercer su función profesional, contribuir con el cumplimiento de metas de las organizaciones y cooperando con el desarrollo de este y la sociedad. Sin embargo, la Universidad Nacional José María Arguedas presenta una serie de problemas tanto internos como externos en el marco de la responsabilidad social universitaria y la imagen que proyecta hacia sus estudiantes, usuarios y la sociedad en general. Presenta una deficiente implementación de la concepción de responsabilidad social universitaria, donde a la vez existe la falta de concientización y el deber de la comunidad universitaria, poco financiamiento a proyectos de responsabilidad social, que esto influye directamente en la imagen institucional de la universidad, originando como consecuencia la deficiente gestión de imagen institucional, donde la realidad institucional es indiferente a los nuevos cambios sociales y la ausencia de la identidad con la universidad.

Todo ello repercute a muchos factores, como las políticas tradicionales y procesos ambiguos de Responsabilidad Social Universitaria, como el desconocimiento y poco interés de autoridades, docentes y estudiantes, a esto también se debe la inadecuada administración de marketing y publicidad, dificultad de adaptación a los cambios sociales y científicos, la comunidad universitaria no se siente identificado o representado por la universidad. Los cuales, al mismo tiempo, pueden generar los pronósticos del caso, como políticas de gestión y formación deficiente, el conformismo e indiferencia de la comunidad universitaria, posicionamiento y desarrollo pausado de la universidad, falta de actualización de información e implementación de tecnologías de información y comunicación, planes curriculares y gestión institucional deficiente de la Universidad Nacional José María Arguedas.

En consecuencia, se lleva a cabo la investigación para comprender el comportamiento de las variables estudiadas, con el fin de realizar un análisis comparativo y determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la relación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?
- b. ¿Cuál es la relación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?
- c. ¿Cuál es la relación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?
- d. ¿Cuál es la relación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. Delimitación espacial

Comprende la ubicación geográfica donde se ejecutó el trabajo de investigación; por ende, la investigación se desarrolló en la Universidad Nacional José María Arguedas, ubicado en el distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac.

1.3.2. Delimitación temporal

Hace referencia al tiempo determinado que tomó el desarrollo de la investigación académica. El acopio y análisis de datos para cuantificar las variables de Responsabilidad Social Universitaria e imagen institucional comprendieron desde el mes de abril a diciembre del 2023.

1.3.3. Delimitación teórica

Comprende la organización de materias principales en secuencias lógicas y pedagógicas, que conforman parte del marco teórico (fundamento) que constriñe las variables de la pregunta de investigación. Es decir, se debe establecer un campo teórico en el que los temas de cada categoría que explican y definen el problema en estudio estén plenamente relacionados entre sí (Carrasco, 2005). En consecuencia, el presente escrito académico este sujeto a los siguientes autores como respaldo para cada variable y sus dimensiones.

- Responsabilidad social universitaria según (Vallaey, 2021), así como las dimensiones: gestión organizacional, formación, participación social e investigación.
- Imagen institucional según (Capriotti, 2013), y sus dimensiones: identidad de la institución, comunicación de la institución y realidad institucional.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

La finalidad de la investigación desarrollada fue ahondar conocimientos y teorías existentes sobre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional. Los resultados obtenidos se contrastaron en base a las teorías y/o conocimientos existentes. También, a través de este procedimiento se conocerá el nivel de relación de las variables y dimensiones de estudio. Por otro lado, comprende que “el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar

resultados o hacer epistemología del conocimiento existente” (Bernal, 2010, p. 106). Asimismo, los resultados de la investigación formarán parte del repositorio del conocimiento científico, para otras investigaciones y como información.

1.4.2. Justificación práctica

El desarrollo de la investigación pretendió mitigar la situación problemática planteada en la institución, a través de estrategias correctivas y preventivas (Bernal, 2010). Asimismo, con la caracterización e indagación del nivel de asociación entre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional se podrá ampliar y fortalecer la información para la buena toma de decisión. Ya que la óptima administración y gestión eficiente de la responsabilidad social universitaria influirá en la apreciación y el reconocimiento positivo de imagen institucional de la universidad.

1.4.3. Justificación metodológica

La investigación permitió el desarrollo y adaptación de los instrumentos para las variables; responsabilidad social universitaria e imagen institucional, validados mediante el método científico su validez y confiabilidad, formando parte de nuevos conocimientos sobre los temas estudiados.

El estudio se desarrolló acorde al método científico, conforme a los procedimientos y etapas establecidas; siguiendo un método deductivo, de tipo básica, nivel correlacional, un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y transversal, y para el acopio de información se empleó la técnica de encuesta a través de su instrumento cuestionario, realizando el análisis de datos en SPSS v27, mediante el cual se midió la fiabilidad y el nivel asociación de las variables.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Establecer la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023.

1.5.2. Objetivos específicos

a. Determinar la relación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

- b. Determinar la relación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- c. Determinar la relación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- d. Determinar la relación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

- a. Armas et al. (2019) realizaron la investigación titulada “Factores que determinan la Imagen Institucional de los Programas de Postgrado. Un caso de estudio en una Universidad Ecuatoriana” para la revista *Latín American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions*. Revista científico – profesional. Teniendo como propósito presentar una visión general de la imagen de los Programas de Postgrados. Alineado a la investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental y transversal, método cuantitativo. Teniendo una muestra de 103 estudiantes de posgrado que se determinó a través del muestreo casual, a quienes se aplicó el cuestionario. Llegando a la siguiente conclusión:

Los resultados de la investigación indican que el programa de posgrado cuenta con óptima y excelente ubicación; el paisajismo y el clima laboral, siendo las variables más destacadas por los estudiantes. Además, se determinó las variables con bajo percepción fueron; servicios deportivos, biblioteca y la página web. Finalmente, se determinó cuatro factores importantes de interés en la imagen institucional de posgrado, las cuales son; calidad pedagógica, aspectos sociales, elementos tangibles y accesibilidad. Estas proyectan la adecuada gestión, administración pedagógica e institucional, generando una apreciación positiva en sus estudiantes.

- b. Díaz et al. (2021) desarrollaron la investigación titulada “Financiamiento y competitividad de Instituciones de Educación Superior: Impacto en la Responsabilidad Social Universitaria” para la revista de *Ciencias Sociales*. Revista científico – profesional. Cuyo propósito fue medir el impacto que tiene el financiamiento y la competitividad en la Responsabilidad Social Universitaria de las Instituciones de Educación Superior en México. Alineado a la investigación descriptivo-correlacional, diseño no experimental y transversal, método cuantitativo. Tomando como muestra a 50 Instituciones de Educación Superior de México. Cuya conclusión fue la siguiente:

Las variables de financiamiento y competitividad son elemento importante de impacto para la RSU en las Instituciones de Educación Superior, una adecuada integración de planes socialmente responsables garantiza la mitad de las dimensiones implementadas de responsabilidad social universitaria. Por otro lado, las dimensiones (transparencia, inclusión y sostenibilidad) dependen del impacto de financiamiento y competitividad. Para lo cual, deben estar inmersos y comprometidos con la implementación total de este concepto y ejecución, esto conlleva a una mejor conducta y gobernanza de las autoridades universitarias.

- c. Gaete y Álvarez (2019) realizaron la investigación titulada “Responsabilidad social universitaria en Latinoamérica. Los casos de URSULA y AUSJAL” para la revista de Actualidades Investigativas en Educación. Revista científico – profesional. Cuyo objetivo fue analizar los conceptos de responsabilidad social universitaria en la planificación estratégica de las instituciones pertenecientes a la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA, 2016) y a la Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL). Alienado al método cuantitativo, exploratorio-descriptivo-documental. Tomando como muestra a las IES adscritas a URSULA y AUSJAL. Concluyendo de la siguiente manera:

Los resultados indican que existe debilidad del desarrollo de conceptos de responsabilidad social y socialmente responsable en los lineamientos de misión y visión de las IES. También, se determinó que los ejes de RSU como; Formación Profesional y Ciudadana se encuentran estipulados y conceptualizados en las declaraciones de principal razón de ser de las instituciones. Por otro lado, los ejes como campus responsable y participación social presentan una expectativa baja, estas desde la perspectiva empresarial que institucional. El efectivo accionamiento del modelo de responsabilidad social universitaria en la política institucional implica mejorar la comunidad universitaria, interiorizando efectivamente la cultura y las actividades institucionales en el marco de una administración socialmente responsable.

2.1.2. A nivel nacional

- a. La cruz et al. (2022) desarrollaron la investigación titulada “Responsabilidad social universitaria y posicionamiento de universidades en Lima-Perú” para la revista de Ciencias Sociales (Ve): Revista científico – profesional. Teniendo como propósito determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el posicionamiento de las universidades de Lima-Perú. Alineado al tipo de investigación descriptivo-correlacional, diseño no experimental transeccional. La muestra se determinó a través de muestreo no probabilístico de 607 estudiantes de pregrado de cinco universidades privadas de Lima, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento encuesta. Concluyendo de la siguiente forma:

Se concluye que, la sociedad es el principal ente beneficiado en un contexto de aplicación de responsabilidad social universitario, cooperando con el desarrollo de esta, ya que corresponde como una atribución institucional y social. También se resalta que la universidad debe enfatizar la investigación con el fin de mejorar su prestigio; asimismo, el desarrollo de la investigación influirá que los estudiantes se formen en base a principios y ética. El factor de poca identidad impide la buena imagen de una universidad, esto a la vez, limitando trabajos innovadores y afectando la reputación, ya que la sociedad está a la expectativa. Por otro lado, se destaca que la responsabilidad social universitaria es esencial en las universidades, a través de; educación, investigación, administración y extensión, esto será un aspecto elemental que proyectará el mejor posicionamiento, la identidad, comunicación e imagen con su público objetivo.

- b. Quiroz y Delgado (2020) desarrollaron la investigación titulada “Gestión por competencias en el contexto de imagen institucional en las instituciones públicas” para la revista científica Horizonte Empresarial. Revista científico – profesional. Cuyo objetivo fue conocer y proponer mejoras en la gestión por competencias y su influencia de la imagen de las instituciones del estado. Metodológicamente fue no experimental, descriptivo y análisis sistemático. Como muestra se utilizaron 9 artículos científicos como materia de análisis. Cuya conclusión fue:

Los resultados del estudio indican que, los artículos científicos en un 100%, están estrechamente relacionados y ahondan que la gestión por competencias presenta repercusión directa y elocuente en la imagen institucional, considerando como eje importante el desarrollo del talento humano y fortalecimiento de conocimientos colectivo que influye en el desenvolvimiento de capacidades individuales, de esta manera demostrando el desempeño efectivo dentro de la institución. Por otro lado, es fundamental presentar políticas y procedimientos acorde a la estructura organizacional, que forman parte de cultura y personalidad corporativa, así proyectando una imagen positiva hacia la comunidad universitaria y la sociedad.

- c. Hidalgo (2019) realizó la investigación acerca de “Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades financieras de Tacna, año 2017” para la revista científica *Veritas Et Scientia: Revista científico – profesional*. Tuvo como propósito determinar en qué medida la responsabilidad social empresarial influye en la imagen institucional que perciben los clientes de las entidades financieras de Tacna, año 2017. El estudio estuvo alineado al tipo de investigación básico y correlacional, diseño no experimental y transversal. La muestra fue conformada por 381 clientes de las instituciones financieras: Banco de Crédito del Perú, BBVA Continental, Scotiabank e Interbank, la técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. La conclusión fue la siguiente:

Se determinó que la responsabilidad social empresarial influye en la imagen institucional de las entidades financieras de Tacna, asimismo, los clientes perciben que la dimensión económico y ambiental no influyen en la imagen institucional, por otro lado, la dimensión social sí influye directamente en la imagen institucional de las entidades financieras de Tacna. En síntesis, el estudio determinó que la responsabilidad social empresarial y la imagen institucional se encuentran en nivel regular, esto implica que las entidades desarrollan sus actividades financieras en el marco de responsabilidad social, brindando mayores ganancias y a la vez apoyando a sus clientes,

esto generando mayor aceptación de los clientes, también es un factor que influye en la imagen de las entidades, fortaleciendo la reputación de estas.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Responsabilidad Social Universitaria

La responsabilidad social es un concepto dilatado y intrincado de definir, diversos autores plantean conceptos y apreciaciones diferentes, todos los conceptos se centran en que la responsabilidad social es el deber con el desarrollo sostenible de la comunidad, cerrando brechas sociales y satisfaciendo las diferentes demandas. Por otro lado, se conceptualiza como un pacto formal en conjunto que se responsabilizan todos los actores sociales, por que cada uno de estas generan impactos como consecuencias de sus actividades en los niveles de desarrollo economico, ademas, implementando la responsabilidad social se desarrolla la competitividad organizacional, mejores condiciones de trabajo, bienestar social y sostenibilidad a la sociedad (Valverde et al., 2011).

La responsabilidad social de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: (1) contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; (2) tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; (3) cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y (4) está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. (ISO 26000, 2010, como cita en Ojeda et al., 2013, p. 150)

En referencia al párrafo anterior, la responsabilidad social implica el deber de las organizaciones y instituciones ante la sociedad, que comprende sus actos o actividades que desarrollan, estas generan impactos positivos y negativos, a través de una gestión socialmente responsable garantiza el mejoramiento de condiciones de vida social, niveles de desarrollo social y el desarrollo sostenible de la sociedad.

La responsabilidad social universitaria es el compromiso que tiene una institución con la sociedad, cooperando con el desarrollo del mismo y generando impactos que coadyuvan con el desarrollo sostenible.

La responsabilidad social universitaria es un enfoque ético del vínculo mutuo entre universidad y sociedad. Se trata de un compromiso moral irrenunciable que, a la par que genera nuevo conocimiento relevante para la solución de los problemas sociales, permite la aplicación directa del saber científico y tecnológico, así como una formación profesional más humanitaria. (Domínguez & Rama, 2012, p. 24)

Así mismo, la responsabilidad social universitaria consiste en gestionar de manera efectiva la calidad ética de una universidad, abarcando cuatro procesos; administración, instrucción, investigación y extensión. Esto, junto con las políticas institucionales, busca lograr transparencia y una contribución consensuada de toda la comunidad universitaria, incluyendo autoridades, estudiantes, docentes y personal administrativo. También, considerando otros sectores sociales interesados en la formación y buen rendimiento universitario, con el fin de cooperar con la transformación social y la mitigación de problemas de marginación, desigualdad, y sustentable (Vallaey, 2009). Por otra parte, “debe ser visualizada como el sistema inmunológico de toda la IES, es decir un proceso integral y transversal que vigile que todo lo que se haga en la institución sea socialmente responsable, evite tener impactos negativos y promueva impactos positivos” (Vallaey, 2021, p. 33).

La responsabilidad social universitaria es un campo por construir, es por eso que pensar y actuar la responsabilidad social desde su ámbito más amplio, implica asumir una política de calidad ética del desempeño de la organización, que se ocupa de la gestión responsable de sus impactos generados dentro y fuera de la misma organización y/o empresa; para buscar soluciones continuas y efectivas a los problemas que se generan en la sociedad, en colaboración con las partes interesadas y/o afectadas. (Valverde et al., 2011, p. 17)

Además, la responsabilidad social universitaria se considera como una estrategia válida, para un desarrollo sostenible y justo para la comunidad. Por ende, implica ver la universidad desde una perspectiva de compromiso en la formación ciudadanía y el liderazgo de la institución como agente transformador de la sociedad (Araque, 2015).

Por otro lado, es un concepto nuevo y modelo de gestión para las universidades, que mantiene una relación directa y fluida con la ciudadanía. Para lo cual, se tiene en cuenta los efectos, repercusiones y expectativas que la actividad universitaria genera como consecuencia en la comunidad universitaria y la ciudadanía (Pérez, 2009).

Asimismo, el Perú destaca por tener enmarcado la Responsabilidad Social Universitaria en la ley universitaria N° 30220 del año 2014, esta ley obliga a todas las universidades que cumplan con la responsabilidad social en su gestión institucional y pedagógica.

La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye la gestión del impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria, sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas. La responsabilidad social universitaria es fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Comprometer a toda la comunidad universitaria. (Ley Universitaria N° 30220, 2014, p. 55)

Por consiguiente, la responsabilidad social universitaria consiste en crear convenio con la ciudadanía organizada para el desarrollo sustentable, formando profesionales competitivos en lo académico y socialmente responsable, a través de políticas institucionales con enfoque en calidad ética, como institución integrando a la sociedad y resolviendo los diferentes problemas que demanden, y generando impactos sociales por medio del cumplimiento de sus roles, en la instrucción, investigación y la extensión.

Tabla 1
Conceptos de RSU y RSE

Temas	Concepto
Responsabilidad Social Universitaria	Comprende que “las universidades, en su inmensa mayoría, afirman tener un claro compromiso social desde su misión y visión, y hacen a menudo esfuerzos para promover programas y proyectos que fomenten el desarrollo sostenible” (Matilde et al., 2019, p. 19).
Responsabilidad Social Empresarial	Es “la organización responsable y sostenible ha de responder a los lineamientos y propósitos que se identifican con la responsabilidad social, la que algunas veces es denominada responsabilidad social empresarial, corporativa u organizacional” (Rojas et al., 2013, p. 27).

Nota. Elaboración propia en base a los autores citados.

2.2.2. Enfoques teóricos

De acuerdo a Gaete (2011) quien plantea tres enfoques, que a través de estas, se orientan las diversas propuestas y apreciaciones teóricos de responsabilidad social universitaria:

- Enfoque gerencial o directivo. Comprende un enfoque que busca la eficiencia, la capacidad del uso adecuado de recursos y la adaptación a las demandas sociales del sistema productivo. Enfocado en diagnosticar el impacto en la percepción de estudiantes, trabajadores y usuarios (Araque, 2015). Asimismo, es un enfoque que a menudo trata de identificar a los actores (stakeholders) ante los que deben rendir cuentas, contrastando con la considerable soberanía que la sociedad concede al trabajo de sus universidades (Gaete, 2011).
- Enfoque transformacional. Según Gaete (2011) indica que es un enfoque que tiene como objetivo liderar aportes y reflexiones que garanticen la transformación y mejora de la comunidad o sociedad, la universidad como actor principal demostrando las mejores estrategias y formas de construir una sociedad desarrollada y sostenible. Se asume un rol más activo más activo, reivindicativo y propositivo en relación con la resolución de

principales problemas que aqueja y las necesidades sociales existentes, de esta manera proyectando un desarrollo sostenible.

- Enfoque normativo. De acuerdo a Gaete (2011) es la aplicación de políticas y principios éticos desarrollados en el entorno universitario, para construirlos con la cultura de la sociedad y efectuar una sucesión de transferencia e conmutación. Su característica principal es la formación de redes nacionales e internacionales de universidades que promuevan valores, principios, la responsabilidad social y la ética a través de códigos éticos.

2.2.3. 12 metas Responsabilidad Social Universitaria

La Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana URSULA es una corporación no gubernamental, que velan por una gestión enmarcada de ética, socialmente responsable de la educación superior en América Latina, asimismo, establecen políticas y lineamientos para el accionamiento de la responsabilidad social universitaria.

Vallaes (2021) define qué, para encaminar una universidad hacia el desarrollo de responsabilidad social universitaria, la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana establece un modelo basado en 12 metas, un paradigma cabal para la formación de la educación superior, estas a la vez está clasificada en cuatro procesos que comprende: gestión organizacional, educación, cimentación de conocimiento y el deber social:

- Meta 1: Buen clima laboral y equidad
Hace referencia al desarrollo de una cultura laboral en concordia que se enmarca en el desarrollo eficiente y efectivo de los objetivos pedagógicos, con la integración y la contribución de la comunidad universitaria afrontando las consecuencias negativas de la conveniencia institucional y promoviendo la igualdad de género.
- Meta 2: Campus sostenible
Comprende la conservación del medio ambiente o la ecología del campo de la universidad, a través de políticas que buscan la solución creativa y la formación personal a través de talleres y capacitación en gestión ecológica.
- Meta 3: Ética, transparencia e inclusión
Comprende la administración institucional efectiva con la intervención de la comunidad universitaria para optar buenas decisiones, promoviendo la

inclusión social y un gobierno en marco de principios éticos, transparente en el manejo de recursos.

- Meta 4: Aprendizaje basado en desafíos sociales

Las metodologías pedagógicas deben incluir la mitigación de problemas sociales que rodean, para que el estudiante intervenga directa y conocimiento de situaciones reales de la sociedad, así cooperando con el desarrollo sostenible de la comunidad.

- Meta 5: Inclusión curricular de los ODS

El plan de estudios de todas las carreras profesionales de las instituciones educativas superiores debe ser indispensable de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, con el objetivo de lograr una educación integral.

- Meta 6: Mallas diseñadas con actores externos

Los actores sociales deben ser partícipes de la formulación y elaboración de las mallas curriculares de las instituciones educativas superiores, ya que son actores externos interesados por los profesionales y a la vez afectados por un inadecuado desempeño laboral esto como consecuencia de una inadecuada formación profesional.

- Meta 7: Inter y transdisciplinariedad

Comprende permitir a los científicos superar métodos disciplinarios estrictos, ser capaces de resolver brechas sociales con pensamiento complejo y comprender cómo poner en diálogo todos los conocimientos académicos y no académicos en un desarrollo de conocimiento.

- Meta 8: Investigación en y con la comunidad

Se refiere a incorporar un enfoque de investigación participativa interdisciplinaria que involucre a actores sociales en la creación de conocimiento y asegure que la investigación tenga relevancia social.

- Meta 9: Producción y difusión pública de conocimientos útiles

Comprende adquirir conocimientos apropiados para resolver problemas. Comunicar cuestiones sociales a las audiencias que las necesitan y utilizar medios apropiados para diferentes audiencias, así lograr el impacto social a través de las investigaciones.

- Meta 10: Integración de la proyección social con la formación y la investigación

Integrar tres componentes esenciales en la instrucción profesional: educación, investigación y extensión, con el objetivo de que los proyectos sociales que se ejecuten sean en favor de la utilidad de los tres aspectos y cuenten con el respaldo de la institución.

- Meta 11: Proyectos cocreados, duraderos y de impactos
Asegurar la implementación de programas sociales. La comunidad exterior se construye en conjunto sobre la base de acuerdos de asistencia a largo plazo, logra un efecto positivo significativo, evita dádivas, despectivo y fragmentación.
- Meta 12: Partición en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional
Convertir la institución educativa superior en un agente fundamental para el desarrollo territorial y promover la mejora de la sociedad a niveles local, regional, nacional e internacional. Esto en base de los lazos extendidos entre instituciones y actores sociales.

Figura 1

Las 12 metas de RSU del modelo de URSULA



Nota: Modelo de responsabilidad social universitaria (URSULA, 2021).

2.2.4. Impactos de la Responsabilidad Social Universitaria

De acuerdo con Vallaey (2009) sostiene que, para contextualizar e interiorizar mejor el concepto de la responsabilidad social universitaria es importante evaluar y tener en cuenta los impactos que ocasiona la organización o institución en su ámbito. Asimismo, clasifica en cuatro categorías:

- Impactos organizacionales. Comprende que la universidad como una organización laboral tiene impacto en la vida de sus empleados, administrativos, profesores, estudiantes, y en la forma de su organización de trabajo diario que tienen impactos ambientales. Una institución socialmente responsable hace prevalecer su imagen institucional.
- Impactos educativos. La universidad es el centro de formación profesional, donde influye directamente en su desarrollo de principios, la forma de interpretar el universo y de su accionar. También, repercute en la deontología profesional e instruye la moral profesional en cada doctrina y su función social. La universidad responsable debe tener en consideración sus resultados de la formación profesional, y garantizar una óptima enseñanza que formen socialmente responsables a sus estudiantes.
- Impactos cognitivos. La universidad es el campo de creación del conocimiento, trasciende en la verdad social, ciencia, racionalidad, legitimidad, enseñanza, entre otros, fomenta (o no) la fragmentación y compartimentación del conocimiento al dividir cada profesión u ocupación. Es decir, la universidad debe tener en cuenta el tipo de conocimiento que genera, su relevancia social y su público objetivo.
- Impactos sociales. Hace referencia a que las universidades tienen la responsabilidad de fomentar el progreso, desarrolla capital social y familiarizar a los estudiantes con la realidad del contorno. Por ende, una universidad responsable debe cooperar con el desarrollo sostenible de la sociedad y solucionar los principales problemas demandados.

2.2.5. Dimensiones de Responsabilidad Social Universitaria

A juicio de Vallaey (2021), establece cuatro dimensiones que hacen comprender mejor y medir la responsabilidad social universitaria, a continuación, se desarrollan:

- a) **Gestión organizacional.** Hace referencia a una administración socialmente responsable de una entidad y el proceso institucional que sigue; cultura organizacional, administración de recursos humanos, políticas internas y la conservación del ecosistema o medio ambiente. El propósito principal es conllevar un procedimiento institucional responsable de toda la comunidad universitaria: instructores, estudiantes, personal administrativo y de servicio. Empleando los buenos valores de trato interpersonal, responsabilidad, el cumplimiento de los derechos laborales y políticas de la institución en general, esto influye en el aprendizaje de la comunidad universitaria y se desarrollan en el marco de los principios éticos.
- b) **Formación.** Se refiere a la administración socialmente responsable de la educación universitaria (asignaturas, estructura de cursos, métodos y propuestas pedagógicas). El adoctrinamiento profesional y humanista debe desarrollar habilidades de responsabilidad al ejercer sus funciones como profesional. Esto comprende que las metodologías, temáticas y la malla curricular debe estar establecido de acuerdo con el contexto de su realidad de la sociedad; económicos, sociales, políticos, ecológicos y entre otros, y estén involucrados. También, el aprendizaje debe estar sujeto a proyectos sociales, socializando las mallas curriculares entre diferentes universidades y por especialidad, que son estrategias que ayudan fortalecer, con la finalidad de promover el desarrollo de la comunidad.
- c) **Participación social.** Es la administración socialmente responsable de la intervención de la universidad con la ciudadanía. La finalidad consiste en realizar proyectos juntamente con otros sectores sociales constituyendo vínculo de aprendizaje y desarrollo social. La universidad no debe limitarse e involucrar todas las comunidades sin excepción y promover la instrucción mutua para el desarrollo. Esto se realiza con la participación de universitarios y no-universitarios, con tal que se promueva el trabajo en equipo y una acción colectiva fortaleciendo los conocimientos y cooperando con proyectos consensuados que ayuden ventilar las brechas existentes de la sociedad.
- d) **Investigación.** Comprende la administración socialmente responsable del conocimiento, investigación y modelos epistemológicos. El propósito consta

de sistematizar la actividad científica a través de líneas de investigación concertadas con actores externos sociales en marco de la agenda del desarrollo local y nacional y con programas sociales del sector público.

2.2.6. Imagen institucional

Todo ser humano tiene una mirada y apreciación diferente sobre una institución, en base a políticas, principios, culturas y de acuerdo con el desarrollo, desempeño que demuestra dentro de una sociedad o lugar que se ubica. A juicio de Capriotti se conceptualiza como “la estructura o esquema mental sobre una compañía que tiene sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar y diferenciar a esa compañía de las demás” (como se cita en Delgado & Gallardo, 2019, p. 1).

La imagen institucional es la proyección de una institución en base a sus características estructurales y el comportamiento hacia los diferentes agentes o públicos de interés que tiene la institución para complementar su funcionamiento. Es decir, es la reputación o apreciación que tienen los usuarios y organizaciones que están involucrados con el conjunto de acciones y decisiones de la institución.

También la imagen institucional se asimila al concepto de la imagen corporativa se puede definir como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo. (Pintado y Sánchez, 2013, p. 18)

Por lo tanto, de acuerdo con el párrafo anterior, la imagen institucional es la apreciación que tiene los usuarios; público de interés, sociedad civil, proveedores, y entre otros, sobre el funcionamiento y desarrollo de sus actividades dentro o en el lugar que se ubican.

Por otro lado, las diversas definiciones establecen que la imagen de una institución es el resultado del diagnóstico individual del público, en ese sentido La Porte (2012) menciona:

La imagen institucional es el reflejo que la institución merece en los destinatarios de sus servicios. Refleja cómo se ha captado la identidad, misión y cultura (...) existen elementos prioritarios de consideración

antropológica, aspectos intangibles no fáciles de cuantificar, pero configuradores de la imagen institucional: comportamiento y actitud de las personas, coherencia entre lo prometido y lo realizado. (p. 282)

La estructura de la organización forma parte fundamental de la construcción de la imagen, a través del desarrollo integral construye el activo intangible que le hace diferente y competitiva a los demás, sostenible en el tiempo y adaptándose a los nuevos cambios que impone el universo y la sociedad.

2.2.7. Tipos de imagen institucional

La imagen institucional comprende conceptos intangibles que tiene o se origina en la mente de los clientes o usuarios acerca de una compañía u organización determinada. Según Instasent (2018) la imagen institucional se clasifica en cuatro tipos:

- Imagen subjetiva. Se refiere a la apreciación de los empleadores o usuarios que tienen acerca de la misma organización o institución donde se desempeñan. Estas comprenden las diversas opiniones y conceptos de los componentes, elementos, características internas. De modo que, la imagen tiene que ser percibida de manera positiva posible porque ellos conforman como principales portavoces fuera de la organización o institución.
- Imagen deseada. Es el tipo de imagen que busca comunicar los fundadores y responsables de la institución hacia su público de interés. Los principales profesionales y desarrolladores de la imagen de la organización tienen la función de crear una visión de acuerdo como ellos planteen y quieran apreciar la organización.
- Imagen percibida. Hace referencia a la imagen real tal cual se percibe (objetiva), sin ningún atributo internos, externos o subjetivos. En virtud de lo mencionado, es la imagen de la institución que se percibe tal cual desde afuera. Razón cual, se debe enfatizar en cimentar una imagen positiva proyectándose hacia la percepción externa o sociedad.
- Imagen difundida. Es el modelo de imagen que se transmite a todos los grupos de interés en general; usuarios, clientes, inversionistas, proveedores, entre otros. Existe la probabilidad de que los objetivos de difusión no tengan el mismo resultado y enfoque, por ello se debe tomar en

consideración a otros elementos que también son parte de la cimentación de una imagen institucional de la organización.

2.2.8. La estructura de la imagen institucional

A juicio de (Capriotti, 2013) la estructura de la imagen se subdivide en dos componentes: La estructura mental de la organización y que forman los públicos.

- La estructura mental de la organización. Comprende el conjunto de atributos de la organización. Esta estructura se origina a consecuencia del conocimiento adquirido por parte del público de interés acerca de la organización a través del tiempo, de esta manera se establece la imagen como estructura cognitiva de los públicos, que posteriormente se darán las apreciaciones y procesos conductuales.
- Que se forman los públicos. Hace referencia a la persona donde se desarrolla la imagen. Estos se originan en los clientes y usuarios de la organización, desde ocupar un status y desarrollar actividades relacionados con la organización, envase a las atribuciones que diferencias de los demás serán motivos para percibir la información e interpretar a criterio de cada uno.

2.2.9. Importancia de imagen institucional

La naturaleza de la sociedad es dinámica, lo cual, implica que las organizaciones e instituciones consideren parte fundamental la gestión de imagen corporativa, por la competitividad de las empresas e instituciones, clientes y usuarios que cada vez más son exigentes, donde la responsabilidad social universitaria y la investigación son factores principales que a través de estas cooperan con el desarrollo social y sostenible de lugar donde se ubican.

El principal propósito de una correcta imagen corporativa consiste en que ésta se configure en la mente del público de forma que no experimente desviaciones con la identidad a la que la institución que la proyecte pretenda asociarse. Esto se obtendrá, fundamentalmente, logrando que lo que la empresa dice que hace, lo que en realidad hace y la influencia entre los diferentes públicos sobre lo que hace y dice que hace reflejen la mayor unicidad posible. (Gutiérrez, 2011, p. 7)

La imagen institucional va más allá de la reputación y la percepción, es encontrar la forma de posicionarse en la mente del cliente o usuario a través de la atención y prestación de servicios, creando experiencias únicas que hagan sentir identificados con la entidad u organización. De modo que, es fundamental la adecuada gestión y administración de la imagen corporativa u institucional, ya que el público de interés o la sociedad requiere que las entidades e instituciones estén sujetos al desarrollo sostenible de la sociedad y cooperando con los mismos, asimismo, adicionalmente a su objetivo lucrativo o servicio que se dediquen.

Por otro lado, la imagen corporativa logra la importancia a través de la creación de valor para la organización y decretándose estratégicamente como un activo intangible para esta. También, es fundamental la imagen institucional porque permite a la institución a posicionarse en la mente de su público de interés una imagen positiva, facilita su distinción de otras instituciones, añade valor creando valor y reduce la contribución de los factores situacionales en la decisión de optar por el servicio. Esto permite a los usuarios tener un marco de referencia previo sobre la adquisición de los servicios que ofrecen las instituciones u organizaciones (Capriotti, 2013).

Así mismo, de los elementos importantes nombrados en el párrafo anterior, la imagen corporativa creará valor para la organización mediante la venta de productos y servicios con márgenes altos, ya que, la imagen corporativa garantiza la calidad de la entidad a diferencia de sus competencias. También, la imagen corporativa influye directamente que los mejores inversionistas participen aportando sus capitales en la empresa, así mismo, atrae a los mejores trabajadores por la referencia y reputación de la entidad (Capriotti, 2013).

2.2.10. Dimensiones de imagen institucional

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se emplea las dimensiones establecidas por Capriotti (2013) respecto a la imagen institucional, qué, el autor plantea tres dimensiones en la definición de la identidad, las cuales se desarrollan a continuación:

- a) Identidad de la institución. Es la naturaleza de la organización, la misión y visión. Comprende su desarrollo que se dio a través del tiempo, lo que

construyó a la organización como tal, esto le distingue y hace único frente a otras instituciones.

- b) Comunicación de la institución. Es la trasmisión de mensajes de la institución hacia sus usuarios o público de interés, mediante de los diversos canales de comunicación propiamente dicha y su acción diaria de la organización.
- c) Realidad institucional. Es la fotografía de la organización, la estructura material en general como: oficinas, fábricas, personal, productos y etc. Comprende todo lo tangible de la organización y las que se encuentran vinculadas a la propiedad de la institución.

2.3. Marco conceptual

Calidad.

Es la propiedad inherente de cualquier cosa u objeto: productos, servicios, organización y etc. Que cumplen con los requisitos y satisface las necesidades.

Desarrollo social.

Comprende un proceso que consta de desarrollar las mejores condiciones de vida de la sociedad en todos los sectores. Considerando a las personas como elemento principal en el proceso, asimismo, promoviendo la inclusión social.

Desarrollo sostenible.

Hace referencia a la satisfacción de necesidades existentes a través de la resolución de problemas que implica desarrollar ciertas acciones a largo plazo, a la vez, éstas no comprometen a futuras generaciones.

Imagen.

Es la representación gráfica o estructural de una organización o entidad, estas pueden ser representadas de manera física o visual.

Público de interés.

Son los miembros que tienen relación directa e indirecta con una organización o institución; clientes, usuarios, proveedores, instituciones, sociedad civil, y entre otros.

Responsabilidad social.

Es el deber voluntario de las instituciones y personas de contribuir con el desarrollo de la sociedad, canalizando los diferentes requerimientos de la sociedad y la solución de esta.

Universidad.

Es una institución donde se construyen conocimientos a través de investigaciones y experiencias, asimismo, se denomina centro de formación profesional.

Gestión organizacional

Es la administración integral y responsable de la institución, abarcando sus procesos institucionales, recursos humanos, la implementación de fases democráticas internos y la protección del medio ambiente.

Formación

Comprende la administración responsable desde el aspecto social de educación universitaria, abarcando su contenido, organización curricular, metodologías y enfoques didácticos.

Participación social

Es la administración responsable desde el aspecto social de la integración de la universidad con la comunidad, mediante proyectos sociales, creando así vínculos que fomenten el aprendizaje compartido y el desarrollo social.

Investigación

Comprende la gestión responsable desde una mirada social de la generación y divulgación del conocimiento, así como de la investigación y los modelos epistemológicos fomentados desde la universidad.

Identidad

Comprende lo que es y aspira a ser. Es la representación histórica, ética, comportamiento de las instituciones.

Comunicación

Es lo que la institución trasmite a su audiencia, mediante los mensajes y de diversos canales de comunicación o mediante su comportamiento diario (su conducta cotidiana).

Realidad

Es la fotografía de la institución, comprende los elementos tangibles, intangibles y relacionado con la propiedad de la institución.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe una correlación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

3.1.2. Hipótesis específicas

- a. Existe una correlación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- b. Existe una correlación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- c. Existe una correlación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- d. Existe una correlación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

3.2. Variables

En general, los estudios de fenómenos o hechos se indagan a través de propiedades que se modifican. Estas se denominan variables que comprenden la “característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación” (Arias, 2012, p. 57). Por ende, el presente escrito académico presenta las siguientes variables:

a) Responsabilidad social universitaria. Comprende una “gestión integral y transversal de todos los impactos sociales y ambientales de las instituciones educativas superiores, desde todos los procesos de formación, investigación, extensión y gestión organizacional, en miras a alcanzar los ODS en su ámbito social de incidencia” (Vallaey, 2021, p. 14).

Dimensiones:

- Gestión organizacional.
- Formación.
- Participación social.

- Investigación.

b) Imagen institucional. Se conceptualiza como “la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (Capriotti, 2013, p. 29).

Dimensiones:

- Identidad de la institución.
- Comunicación de la institución.
- Realidad institucional.

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable 1: Responsabilidad Social Universitaria	“Es la gestión integral y transversal de todos los impactos sociales y ambientales de las instituciones educativas superiores, desde todos los procesos de formación, investigación, extensión y gestión organizacional, en miras a alcanzar los ODS en su ámbito social de incidencia” (Vallaey, 2021, p. 14).	La responsabilidad social universitaria es un factor determinante para el desarrollo de la sociedad, a través de la comunidad universitaria, canalizando las problemáticas sociales y a la vez planteando soluciones satisfactorias, a través de la creación de conocimientos y la formación de profesionales socialmente responsables.	Gestión organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Clima laboral y equidad. • Campus sostenible. • Ética, transparencia e inclusión.
			Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en desafíos sociales. • Inclusión curricular de los 17 ODS. • Mallas diseñadas con actores externos.
			Participación social	<ul style="list-style-type: none"> • Integración de la proyección social con formación. • Proyectos cocreados, duraderos, de impacto. • Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional.
			Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Inter y transdisciplinariedad. • Investigación en y con la comunidad.

			<ul style="list-style-type: none"> • Producción y difusión de conocimientos útiles.
Variable 2: Imagen Institucional	“La estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (Capriotti, 2013, p, 29).	Hace referencia al conjunto de características y cualidades que tiene una organización o universidad, estas comprenden; la gestión política, creación de conocimiento y formación profesional, esto proyectando la imagen de la Universidad hacia la sociedad o público objetivo.	Identidad de la institución <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de objetivos • Cumplimiento de políticas • Estructura organizacional
			Comunicación de la institución <ul style="list-style-type: none"> • Trato directo • Comunicación interna • Atención al cliente • Capacidad de respuesta a las reclamaciones e incidencias
			Realidad institucional <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Instalaciones • Equipos tecnológicos • Atuendo y uniformidad

Nota. Elaborado en base a los autores citados.

3.4. Metodología

3.4.1. Enfoque de investigación

Para el desarrollo de la investigación, es fundamental conocer las rutas establecidas por la comunidad científica, mediante las cuales, se plantea cualquier situación problemática. El trabajo de investigación se desarrolló en el marco del enfoque cuantitativo, puesto que para la validación de hipótesis se acudió a un conjunto de procesos secuenciales, sin eludir y acorde a la metodología establecida. Asimismo, para determinar las magnitudes u hechos de los fenómenos se realizó a través de los métodos estadísticos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.4.2. Tipo de investigación

Las investigaciones científicas se desarrollan con el objetivo de solucionar los diferentes problemas que demanda la sociedad. Razón cual, la investigación se fundamenta en tipo básica, ya “que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal del conocimiento científicos existentes a cerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituye las teorías científicas, mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos” (Carrasco, 2005, p. 43).

En consecuencia, la investigación desarrollada tuvo como prioridad ahondar y ampliar los conocimientos existentes acerca de responsabilidad social universitaria e imagen institucional, asimismo, aportar nuevos conocimientos con los resultados obtenidos.

3.4.3. Nivel de investigación

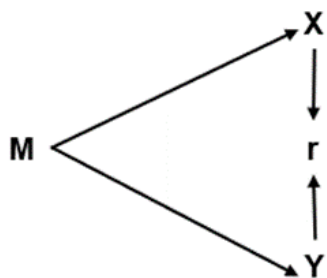
Comprende la magnitud o el grado del estudio de un hecho o fenómeno. La investigación desarrollada fue de nivel correlacional, implica que las “investigaciones que pretenden asociar conceptos, fenómenos, hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 109). A través del estudio de nivel correlacional, se determinó el nivel de relación que existe entre los dos conceptos o variables.

3.4.4. Diseño de investigación

El diseño de la investigación comprende la metodología que se adopta para contrastar hipótesis o responder al problema planteado (Arias, 2012). El

escrito académico se enmarcó en tipo no experimental transeccional correlacional, “estos diseños tienen la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de realidad (variable) para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, buscan determinar el grado de relación entre las variables que se estudia” (Carrasco, 2005, p. 73).

En tal sentido, la investigación desarrollada se realizó en secuencia acorde al proceso del diseño de tipo no experimental transeccional correlacional, donde se determinó fenómenos o hechos ya ocurridos, asimismo, la recopilación de datos se dio en un solo momento, relacionados a responsabilidad social universitaria e imagen institucional.



M: Muestra

X: Responsabilidad social universitaria

Y: Imagen institucional

r: Relación entre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional

3.4.5. Método de investigación

La comunidad académica científica, plantea diferentes métodos para la resolución de las diversas situaciones problemáticas. En tal sentido, el estudio académico se desarrolló mediante el método hipotético deductivo, puesto que se fundamente en emitir hipótesis de las posibles alternativas de solución al problema planteado y a través de informaciones disponibles se contrastan (Cegarra, 2004). Por consiguiente, las aseveraciones de hipótesis se deben refutar o falsear, deduciendo conclusiones que deben verificarse con hechos (Bernal, 2010).

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Para el desarrollo de la investigación académica se definieron esencialmente los elementos de la investigación. La población “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (Carrasco, 2005, p. 236).

En consecuencia, se determinó como población a los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, de las seis escuelas profesionales: Administración de Empresas, Contabilidad, Educación Primaria Intercultural, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Ambiental, de quinto (5°) a décimo (10°) ciclo, matriculados en el semestre académico de 2023 – II respectivamente.

Tabla 3
Estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2023 - II

Escuelas Profesionales	Cantidad	%	A encuestar
Administración de Empresas	225	19%	55
Contabilidad	206	17%	50
Educación Primaria Intercultural	228	19%	56
Ingeniería Agroindustrial	150	13%	37
Ingeniería de Sistemas	163	14%	40
Ingeniería Ambiental	211	18%	52
Total	1183	100%	290

Nota. Información obtenida desde la oficina de Registros Académicos de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2023 - II.

3.5.2. Muestra

Comprende el subgrupo de la población o universo de su interés, donde se obtienen datos pertinentes, siendo las más representativas de manera probabilística (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Según Carrasco (2005) presenta la muestra probabilística y la no probabilística; la primera se fundamenta en principios estadísticos y reglas aleatorias, siendo la más recomendable por representar mejor la población; la segunda no se fundamenta en principios y reglas estadísticas, solo se realiza de acuerdo con la voluntad y decisión del investigador.

Por ende, para la ejecución de la investigación académica se empleó la muestra probabilística aleatoria simple tomando en cuenta la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n : Tamaño de muestra

N : Total de elementos que integran la población
(finito)

Z : Nivel de confianza

p : Proporción de elementos que presentan una determinada característica a ser investigada.

q : Proporción de elementos que no presentan las características

E : Margen de error

Reemplazando los valores:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q} \quad n = \frac{(1.96)^2 * (1183) * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2 * (1183 - 1) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = 290$$

En consecuencia, la muestra se determinó a partir de la población que conformaron 1,183 estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas de las seis escuelas profesionales: Administración de Empresas, Contabilidad, Educación Primaria Intercultural, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Ambiental, de quinto (5°) a décimo (10°) ciclo, matriculados en el semestre 2023 – II, los estudiantes de estos grados tienen mayor percepción y conocimiento sobre las variables de investigación. Razón cual, se optó determinar la muestra a través de muestreo probabilístico estratificado, mediante la fórmula presentada, esto resultando 290 estudiantes. Asimismo, para la aplicación del cuestionario se estratifica a través de datos números obtenidos, por cada código o ciclo de acuerdo con la matrícula del semestre 2023 – II, que se consideró en el marco muestral.

3.6. Técnicas e instrumentos de investigación

La investigación científica presenta una diversidad de técnicas e instrumentos, a juicio de Canahuire et al. (2015) conceptualiza la técnica como maneras o formas de

recolectar datos, por otro lado, el instrumento es una herramienta para recopilar información de colaboradores que forman parte de la muestra de la investigación. En consecuencia, para la ejecución se manejó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.

3.6.1. Técnica de investigación.

Es un método que consiste en recopilación de datos mediante la formulación de preguntas y la obtención de respuestas de forma escrita u oral, esto con el objetivo de investigar determinados hechos o fenómenos a través de las expresiones de los sujetos (García, 2016).

En referencia al párrafo mencionado, para la ejecución de la investigación académica, se empleó la encuesta como técnica y su respectivo instrumento acorde a los propósitos de la investigación académica.

3.6.2. Instrumento de investigación.

Comprende la categoría de la encuesta que se ejecuta a través un instrumento o formato con una sucesión de preguntas. Es decir, el cuestionario debe ser respondido por el encuestado, sin la participación del encuestador (Arias. 2012).

Por ende, para el desarrollo de la investigación académico se empleó el cuestionario como instrumento para la recopilación de datos y/o información. Asimismo, las preguntas del cuestionario se plantearon de acuerdo con la escala tipo Likert, siendo elaboración propia en base a las informaciones obtenidas.

3.7. Método de análisis de datos

Para el proceso de análisis de datos del trabajo de investigación, se utilizó el Microsoft Excel y del Programa Estadístico para las Ciencias Sociales SPSS v27, que comprende el conjunto de programas orientados para el desarrollo del análisis estadístico en ciencias sociales. A través de estas, se realizó la matriz de datos; tablas, figuras y medidas de resumen para el análisis estadístico acorde al propósito planteado de la investigación. Posteriormente, se procedió con el análisis del nivel de confiabilidad del instrumento a través de la prueba de Alfa de Cronbach y la validez con la opinión de los expertos.

Posterior a ello, se realizó el procesamiento y análisis de información para la obtención de resultados descriptivos representados en tablas y figuras, mediante la

agrupación de datos. Asimismo, se efectuó el análisis inferencial con la finalidad de contrastar las hipótesis a través de las medidas estadísticas obtenidas. Por esta razón, también se desarrolló el cálculo de normalidad de datos con el estadígrafo Kolmogorov - Smirnov.

De acuerdo con el resultado de la prueba de normalidad de datos, se optó por el estadígrafo más adecuado, tomando en consideración la medición de asociación entre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional, así como sus componentes.

Por otro lado, para la interpretación del nivel de correlación entre las variables estudiadas, se tomó los coeficientes de correlación de Pearson, ya que también es aplicable para el estadígrafo de rho de Spearman de acuerdo con (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Tabla 4

Valores del coeficiente de correlación de rho de Spearman

Valor	Significado
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Nota. Según (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) este criterio también se toma para la interpretación de las asociaciones medidas con el coeficiente de rho de Spearman.

CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad por añadidura es conocida como la fiabilidad del instrumento, comprende “la ausencia de error aleatorio en un instrumento de recolección de datos. Representa la influencia del azar en la medida: es decir, es el grado en el que las mediciones están libres de la desviación producida por los errores causales” (Palilla & Martins, 2012, p. 164). En consecuencia, es el grado donde el instrumento genera resultados consistentes, qué, a través de la ejecución resulte las mismas relaciones o resultados semejantes.

Por ende, para este propósito se tomó el coeficiente alfa de Cronbach, que “mide la confiabilidad a partir de la consistencia interna de los ítems, entendiendo por tal el grado en que los ítems de una escala se correlacionan entre sí” (Palilla & Martins, 2012, p. 169).

Tabla 5

Valores de confiabilidad

Rango	Grado de confiabilidad
0,81 - 1	Muy alta
0,61 - 0,80	Alta
0,41 - 0,60	Media*
0,21 - 0,40	Baja*
0 - 0,20	Muy baja*

Nota. Criterios para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach según Palella y Martins (2012)

Tabla 6*Fiabilidad del instrumento*

Variabes	Alpha de Cronbach	N° de elementos	Encuestados
Responsabilidad social universitaria	.967	42	21
Imagen institucional	.854	11	21

Nota. Cálculo de fiabilidad de las dos variables, procesado en SPSS v27 a partir de los datos obtenidos.

Realizado el análisis estadístico bajo el coeficiente alfa de Cronbach, se determinó la fiabilidad de los ítems del instrumento para ambas variables que resultaron excelente y bueno. El grado de fiabilidad para la variabilidad responsabilidad social universitaria resulta a .967 obtenidas a partir de 42 preguntas, por otro lado, para la variable imagen institucional se consideró 11 preguntas resultando .854. Determinado de acuerdo Alpha de Cronbach ambas variables resultan muy alta de confiabilidad, se procedió a completar la aplicación del instrumento, para este propósito se ejecutó una encuesta piloto con una muestra de 21 encuestados.

4.1.2. Resultados descriptivos de la investigación

Caracterización de datos generales: En esta sección se describe la cantidad de estudiantes que conformaron parte de la muestra de las seis Escuelas Profesionales de la Universidad Nacional José María Arguedas.

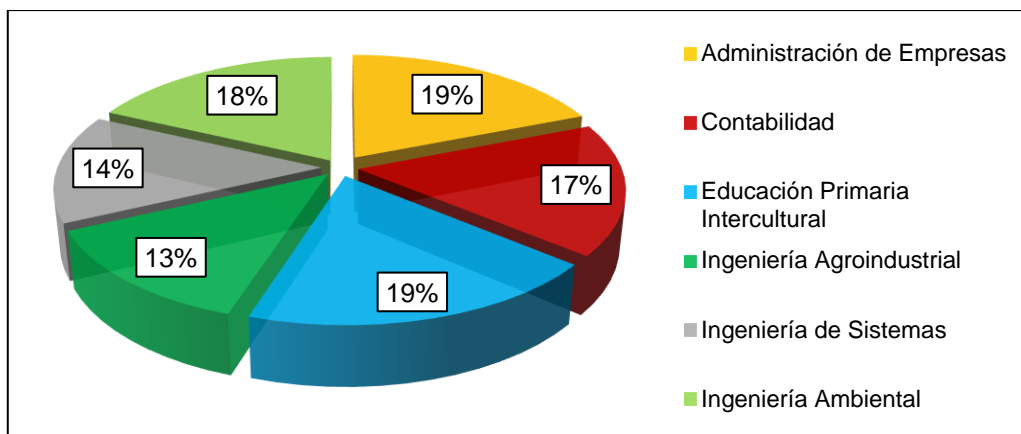
Tabla 7*Frecuencia de estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas*

Escuelas profesionales	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Administración de Empresas	55	19%	19%
Contabilidad	50	17%	36%
Educación Primaria Intercultural	56	19%	56%
Ingeniería Agroindustrial	37	13%	68%
Ingeniería de Sistemas	40	14%	82%
Ingeniería Ambiental	52	18%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 2

Estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas



Nota. Elaborado en base a la tabla 7.

En contraste respecto a la tabla 7 y la figura 2, se presenta la cantidad de estudiantes que participaron en la investigación, siendo un total de 290 estudiantes. Divididos en dos facultades: la Facultad de Ciencias Empresariales; con 19% que comprendió 55 estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, el 17% un total de 50 estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad y el 19% un total de 56 estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria Intercultural, asimismo, por la Facultad de Ingenierías fueron; el 13% un total de 37 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Agroindustrial, el 14% un total de 40 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas y el 18% un total de 52 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental.

Caracterización de la variable responsabilidad social universitaria y sus dimensiones.

En esta sección se describen las cualidades de las dimensiones y la variable agrupada en función a la operacionalización de las variables y el instrumento de investigación.

Tabla 8

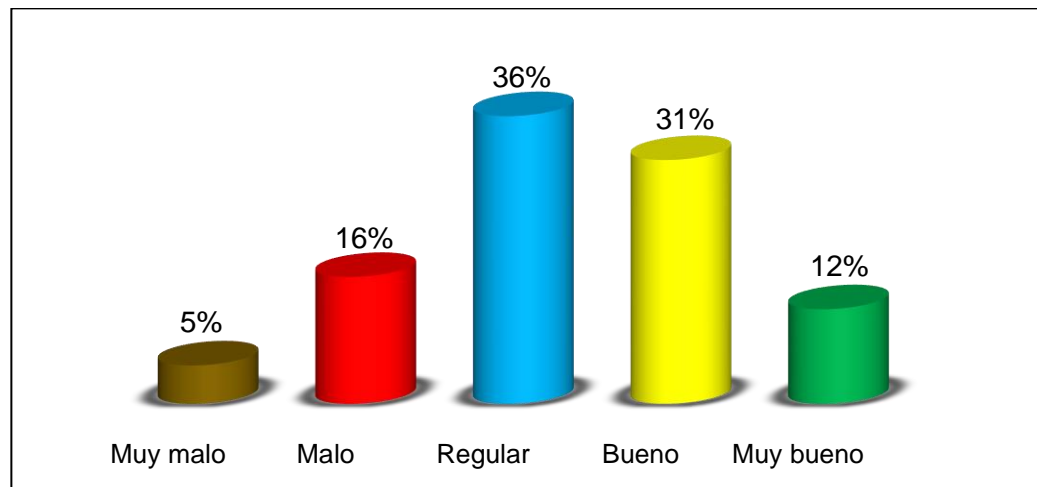
Baremación de la dimensión gestión organizacional

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	14	5%	5%
Malo	47	16%	21%
Regular	105	36%	57%
Bueno	89	31%	88%
Muy bueno	35	12%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 3

Porcentajes de baremación de la dimensión gestión organizacional



Nota. Elaborado en base a la tabla 8.

En concordancia a la tabla 8 y la figura 3, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión gestión organizacional de la responsabilidad social universitaria en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. El 36% (105) de los estudiantes encuestados manifestaron como regular las gestiones que promueven un ambiente de respeto y cordialidad, la participación activa, políticas integrales sobre el medio ambiente e inclusión social, y un proceso responsable de elecciones de autoridades universitarias quienes a la vez promueven un gobierno democrático y consensuada en la universidad. Además, el 31% (89) manifestaron como bueno sobre la responsabilidad social en la administración de la institución. Por último, el 16% consideran como malo.

Tabla 9

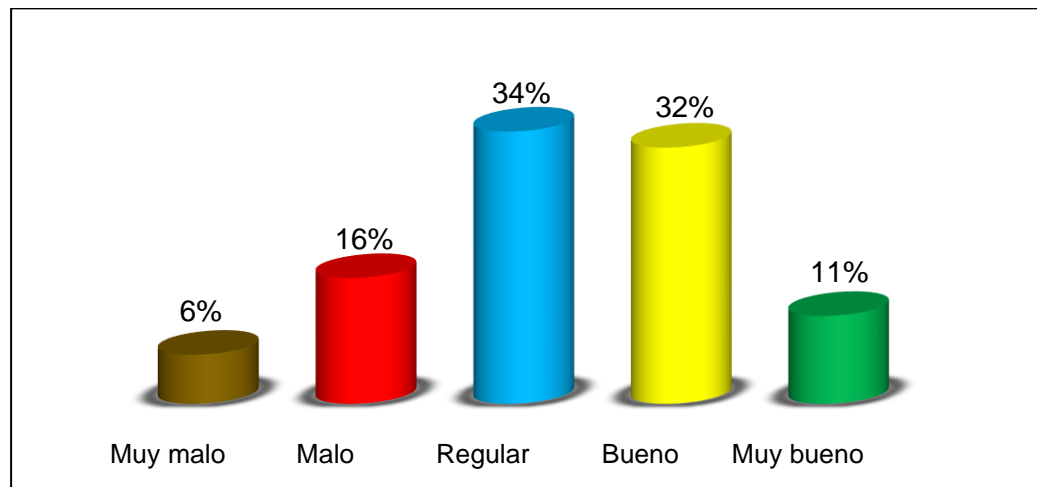
Baremación de la dimensión formación

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	18	6%	6%
Malo	46	16%	22%
Regular	100	34%	57%
Bueno	94	32%	89%
Muy bueno	32	11%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 4

Porcentajes de baremación de la dimensión formación



Nota. Elaborado en base a la tabla 9.

En lo que concierne la tabla 9 y la figura 4, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión formación de la responsabilidad social universitaria en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. Del total de los encuestados, el 34% (100) manifestaron como regular sobre la educación profesional a margen de los principios éticos que involucra a la mitigación de problemas sociales, con docentes especializados, financiamiento a proyectos sociales, las enseñanzas relacionadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el diseño de las mallas curriculares con expertos internos y externos a la universidad. Del mismo modo, el 32% (94) de los estudiantes indicaron como bueno sobre la responsabilidad social en la formación universitaria. Sin embargo, el 16% (46) consideran como malo.

Tabla 10

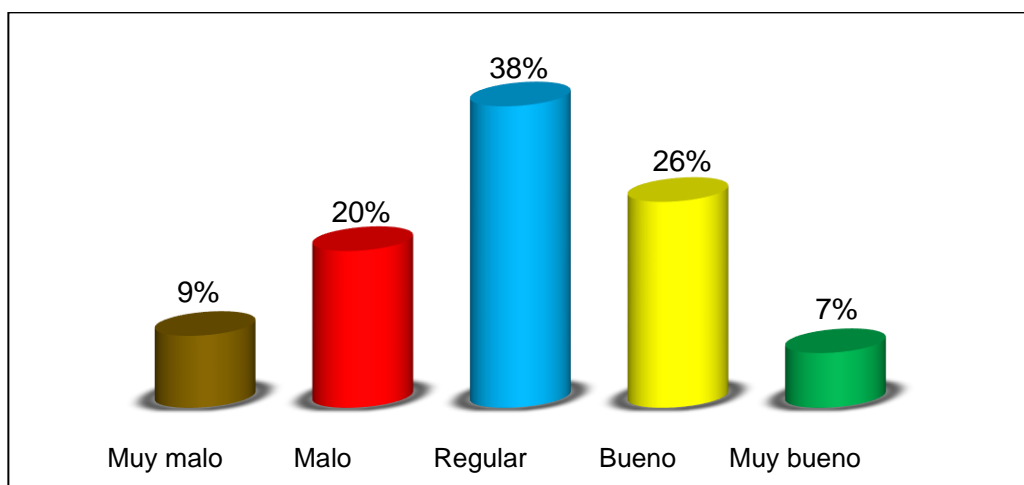
Baremación de la dimensión participación social

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	26	9%	9%
Malo	58	20%	29%
Regular	111	38%	67%
Bueno	76	26%	93%
Muy bueno	20	7%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 5

Porcentajes de baremación de la dimensión participación social



Nota. Elaborado en base a la tabla 10.

En referencia a la tabla 10 y la figura 5, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión participación social de la responsabilidad social universitaria en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. El 38% (111) de los estudiantes manifestaron como regular sobre la integración de estudiantes con la sociedad como agentes de solución, mediante los espacios del voluntariado, alianzas con instituciones claves para el desarrollo sustentable, la intervención en redes académicas y no académica para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la incidencia en las políticas institucionales de la universidad. Asimismo, el 26% (76) consideran como bueno sobre la responsabilidad social de la universidad que fomenta desde la

participación social y extensión universitaria. Sólo el 20% (58) consideran como malo aludiendo que los elementos antes descritos no forman parte de la responsabilidad social.

Tabla 11

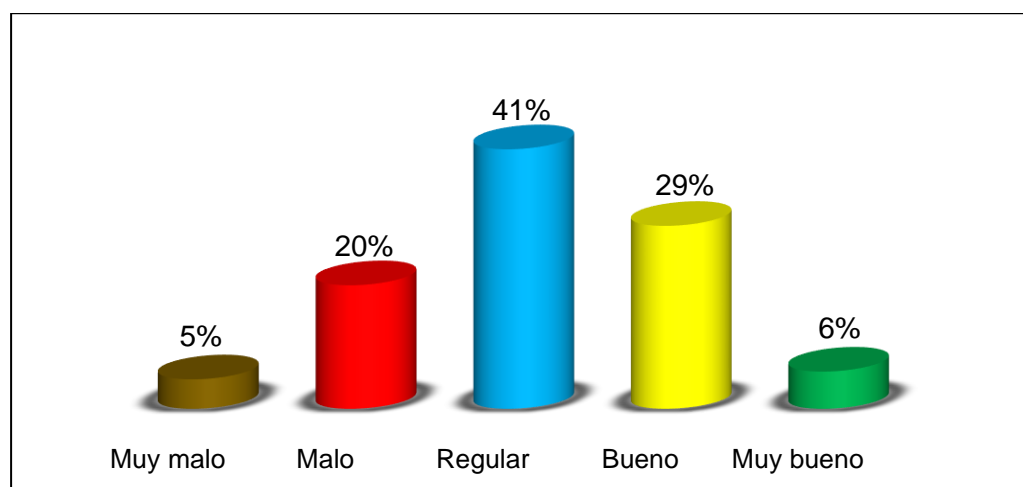
Baremación de la dimensión investigación

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	14	5%	5%
Malo	57	20%	24%
Regular	119	41%	65%
Bueno	84	29%	94%
Muy bueno	17	6%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 6

Porcentajes de baremación de la dimensión investigación



Nota. Elaborado en base a la tabla 11.

En virtud a la tabla 11 y la figura 6, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión investigación de la responsabilidad social universitaria en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. El 41% (119) de los estudiantes consideraron como regular sobre la investigación de problemas multidimensionales, docentes especializados en disciplinas de ciencias sociales e ingenierías, orientados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, integración a grupos externos para definir líneas de

investigación, seguimiento a políticas públicas y la gestión para que el producto de las investigaciones tenga aplicabilidad posterior. Mas aún, el 29% (84) indican como bueno sobre la responsabilidad social de la universidad que fomenta desde la investigación. Solo el 20% (57) consideran como malo aludiendo que los elementos antes descritos no forman parte de la responsabilidad social universitaria.

Tabla 12

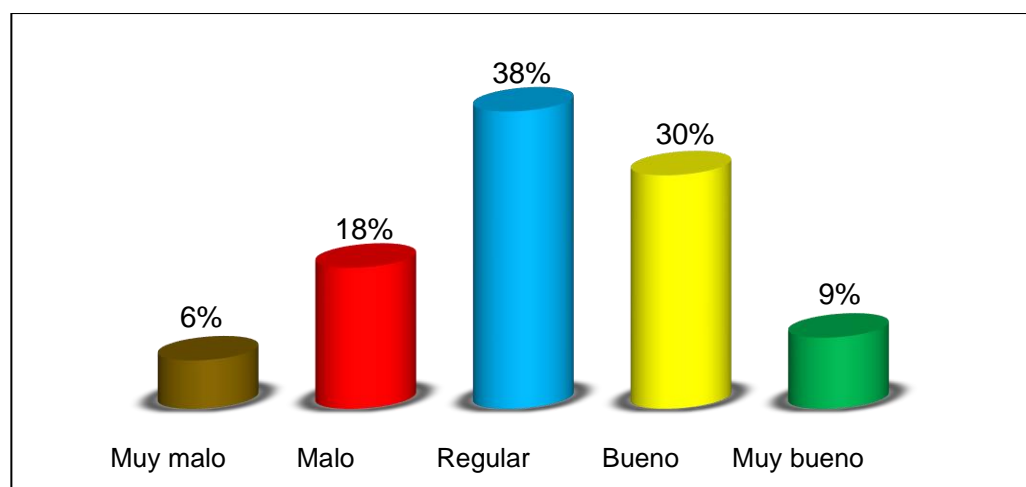
Baremación de la variable Responsabilidad Social Universitaria

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	18	6%	6%
Malo	52	18%	24%
Regular	109	38%	62%
Bueno	86	30%	91%
Muy bueno	26	9%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 7

Porcentajes de baremación de la variable Responsabilidad Social Universitaria



Nota. Elaborado en base a la tabla 12.

En referencia a la tabla 12 y la figura 7, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la responsabilidad social universitaria en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. Del total de encuestados, el 38% (109) consideraron como regular sobre la gestión institucional de manera

integral, la formación académica basado a desafíos sociales y las mallas curriculares enlazados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la participación en la sociedad con proyectos y en agendas de desarrollo local y nacional, investigación con la comunidad y producción de conocimientos útiles desde la universidad. Además, el 30% (86) de los estudiantes manifestaron como bueno sobre la percepción de la responsabilidad social universitaria conforme a sus expectativas. Por otra parte, el 18% (52) indicaron como malo.

Caracterización de la variable imagen institucional y sus dimensiones.

Seguidamente, se describen las características de las dimensiones y la variable agrupada en función a la operacionalización de las variables y el instrumento de investigación.

Tabla 13

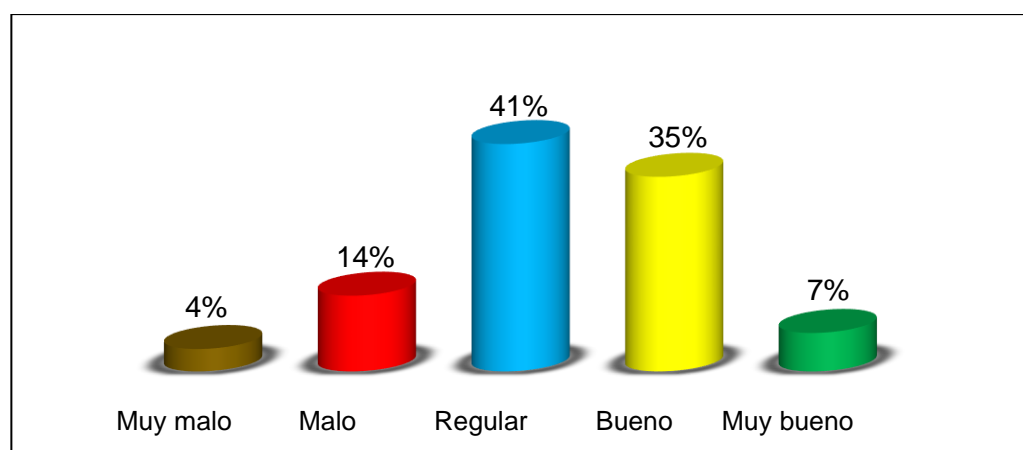
Baremación de la dimensión identidad de la institución

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	12	4%	4%
Malo	39	14%	18%
Regular	118	41%	58%
Bueno	101	35%	93%
Muy bueno	20	7%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 8

Porcentajes de baremación de la dimensión identidad de la institución



Nota. Elaborado en base a la tabla 13.

En lo que concierne a la tabla 13 y la figura 8, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión identidad de la institución en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. Del total de los encuestados, el 41% (118) de los estudiantes manifestaron como regular sobre la ejecución de los objetivos institucionales, se respeta y desarrolla las políticas establecidas, y los procesos organizacionales de la institución. Además, el 35% (101) de los encuestados indicaron como bueno sobre la proyección de su identidad para mejorar la imagen institucional. Sólo el 14% (39) manifestaron que es malo.

Tabla 14

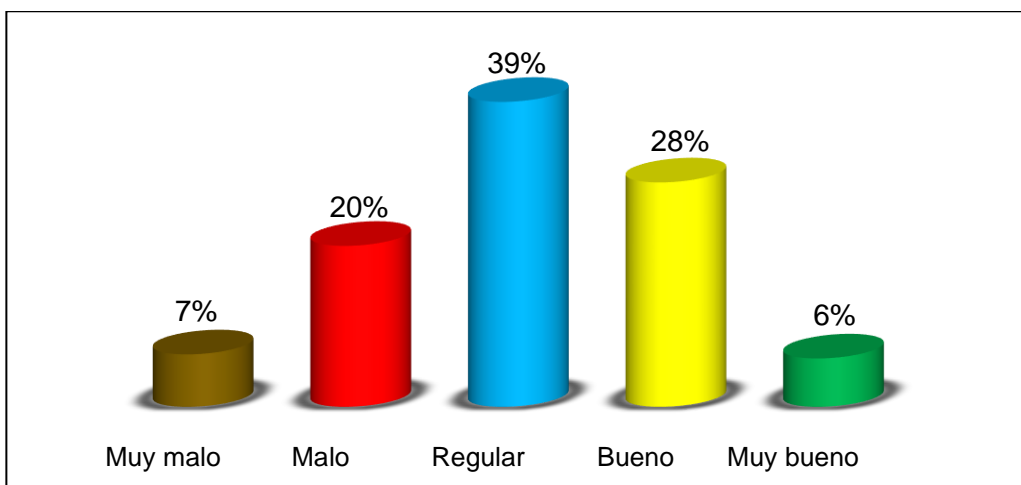
Baremación de la dimensión comunicación de la institución

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	19	7%	7%
Malo	59	20%	27%
Regular	112	39%	66%
Bueno	82	28%	94%
Muy bueno	18	6%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 9

Porcentajes de baremación de la dimensión comunicación de la institución



Nota. Elaborado en base a la tabla 14.

En concordancia a la tabla 14 y la figura 9, se presenta la percepción de los estudiantes frente a la dimensión comunicación de la institución en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. El 39% (112) de los estudiantes indicaron como regular sobre el trato personalizado y directo hacia los estudiantes por parte del personal administrativo, la comunicación fluida y amigable, atención de calidad y soluciones instantáneas frente a los reclamos de los estudiantes. De igual forma, el 28% (82) de ellos manifestaron como bueno sobre la comunicación que se promueve desde la institución. Por otro lado, sólo el 20% (59) indicaron como malo.

Tabla 15

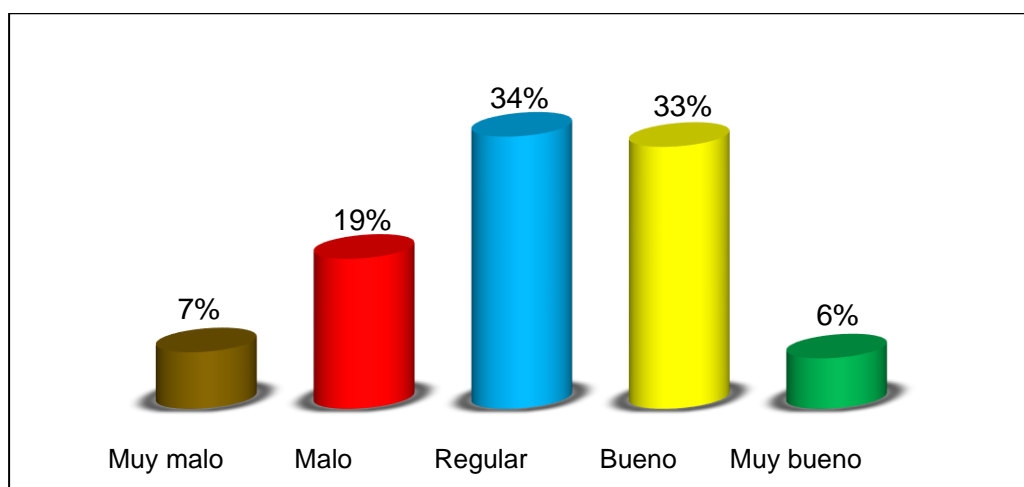
Baremación de la dimensión realidad institucional

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	21	7%	7%
Malo	55	19%	26%
Regular	100	34%	61%
Bueno	96	33%	94%
Muy bueno	19	6%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 10

Porcentajes de baremación de la dimensión realidad institucional



Nota. Elaborado en base a la tabla 15.

En concordancia a la tabla 15 y la figura 10, se presenta la apreciación de los estudiantes frente a la dimensión realidad institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. Del total de los encuestados, el 34% (100) manifestaron como regular sobre las infraestructuras que están a base de las políticas de cada escuela profesional, instalaciones de condición seguro que garantizan la ejecución óptima de las funciones académicas, equipados de muebles y tecnologías de última generación, y el personal presentable acorde a la institución que refleja una buena imagen institucional. Además, el 33% (96) de los estudiantes indicaron como bueno sobre la realidad de la universidad que influye en su imagen institucional. Sin embargo, el 19% (55) consideraron como malo.

Tabla 16

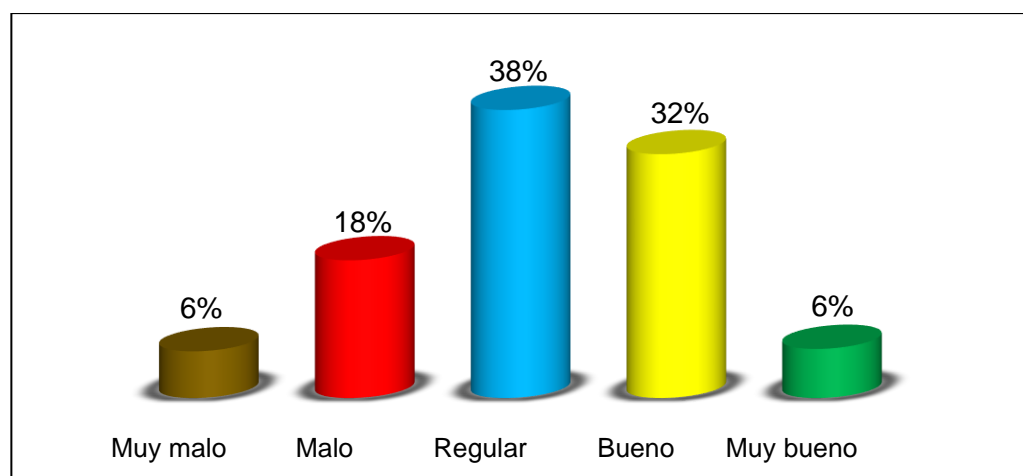
Baremación de la variable imagen institucional

Nivel	Recuento	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	18	6%	6%
Malo	52	18%	24%
Regular	109	38%	62%
Bueno	92	32%	94%
Muy bueno	19	6%	100%
Total	290	100%	

Nota. Información obtenida del análisis de datos con SPSS v27.

Figura 11

Porcentajes de baremación de la variable imagen institucional



Nota. Elaborado en base a la tabla 16.

En contraste a la tabla 16 y la figura 11, se presenta la percepción de los estudiantes frente a la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas. Del total de encuestados, el 38% (109) consideraron como regular sobre el cumplimiento de objetivos, políticas y proceso organizacional que hace la identidad de la universidad, la comunicación institucional que influye la atención de calidad y la capacidad de respuesta, la infraestructura de la universidad debidamente equipada que garantiza el desarrollo académico de calidad y el personal caracterizado con la formalidad de la institución. Por otra parte, el 32% (92) manifestaron como bueno sobre la calificación de la imagen de la universidad conforme a sus expectativas. Solo el 18% (52) indicaron como malo.

4.2. Prueba de normalidad

4.2.1. Hipótesis de normalidad

H_0 : La distribución de la muestra sigue una distribución normal.

H_i : La distribución de la muestra no sigue una distribución normal.

a. Nivel de significancia

$\alpha = 0,05$ o 5%

Nivel de confianza = 0.95 o 95%

b. Regla de decisión

Si el $p\text{-value} < .05$, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el $p\text{-value} > .05$, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

c. Regla de correspondencia

$N < 50$ = Shapiro-Wilk

$N > 50$ = Kolmogorov-Smirnov

Tabla 17*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Social Universitaria	,253	290	,001	,862	290	,001
Imagen institucional	,283	290	,001	,856	290	,001

Nota. Resultados de datos procesados en SPSS v27

Interpretación

Realizado el análisis de prueba de normalidad la tabla 18, presenta que la muestra de la investigación es mayor a 50, razón cual se optó utilizar la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov. Donde, el nivel de significancia de las variables Responsabilidad Social Universitaria e imagen institucional resultaron menor a 0,05, por ende, presenta una distribución no normal, en consecuencia se acepta H_i y se rechaza la H_0 . Por tal razón, para el análisis estadístico se determinó realizar a través del estadístico no paramétrico rho de Spearman.

4.3. Contrastación estadística de hipótesis

4.3.1. Prueba de la hipótesis general

a. Planteamiento de hipótesis

H_i : Existe una correlación positiva entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

H_0 : No existe una correlación positiva entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

b. Nivel de significancia

Para toda la investigación el α será igual a 0.05.

c. Estadígrafo de prueba

Tabla 18

Correlación entre la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional

			Responsabilidad Social Universitaria	Imagen institucional
Rho de Spearman	Responsabilidad Social Universitaria	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	.639** .001
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.639** .001	1,000 .
		N	290	290

Nota. ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

d. Criterio o regla de decisión

Si el $p\text{-value} < .05$, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el $p\text{-value} > .05$, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

e. Decisión

El análisis estadístico realizado con el coeficiente de correlación de rho de Spearman mostró que el $p\text{-value}$ es menor a 0.05 (Sig. .001 < α 0.05). Por ende, de acuerdo con esta prueba estadística, se procedió rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_i). Es decir, existe una correlación positiva entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023. Así mismo, el grado de relación entre las variables es igual a .639** lo cual indica una relación positiva media. En ese entender, a mayor responsabilidad social universitaria propicia una mejor imagen institucional en los estudiantes de la universidad.

4.3.2. Prueba de la primera hipótesis específica

a. Planteamiento de hipótesis

H_i : Existe una correlación positiva entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H_0 : No existe una correlación positiva entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

b. Nivel de significancia

El α será igual a 0.05.

c. Estadígrafo de prueba

Tabla 19

Correlación entre la gestión organizacional y la imagen institucional

			Gestión organizacional	Imagen institucional
Rho de Spearman	Gestión organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	.540**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Imagen institucional	N	290	290
		Coefficiente de correlación	.540**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	290	290

Nota. ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

d. Criterio o regla de decisión

Si el p -value < .05, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el p -value > .05, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

e. Decisión

El análisis estadístico realizado con el coeficiente de correlación de rho de Spearman mostró que el p-value es menor a 0.05 (Sig. .001 < α 0.05). Por ende, de acuerdo con la prueba estadística, se procedió rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_i). Es decir, existe una correlación positiva entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Así mismo, el grado de relación entre las variables es igual a .540** lo cual indica

una relación positiva media. En ese entender, a mayor gestión organizacional propicia una mejor imagen institucional en los estudiantes de la universidad.

4.3.3. Prueba de la segunda hipótesis específica

a. Planteamiento de hipótesis

H_i : Existe una correlación positiva entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H_0 : No existe una correlación positiva entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

b. Nivel de significancia

El α será igual a 0.05.

c. Estadígrafo de prueba

Tabla 20

Correlación entre la formación y la imagen institucional

			Formación	Imagen institucional
Rho de Spearman	Formación	Coefficiente de correlación	1,000	.521**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Imagen institucional	N	290	290
		Coefficiente de correlación	.521**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	290	290

Nota. ** La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

d. Criterio o regla de decisión

Si el p -value < .05, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el p -value > .05, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

e. Decisión

El análisis estadístico realizado con el coeficiente de correlación de rho de Spearman mostró que el p-value es menor a 0.05 (Sig. .004 < α 0.05). Por ende, de acuerdo con la prueba estadística, se procedió rechazar la hipótesis

nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_i). Es decir, existe una correlación positiva entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Así mismo, el grado de relación entre las variables es igual a .521** lo cual indica una correlación positiva media. En ese sentido, a mayor formación propicia una mejor imagen institucional en los estudiantes de la universidad.

4.3.4. Prueba de la tercera hipótesis específica

a. Planteamiento de hipótesis

H_i : Existe una correlación positiva entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H_0 : No existe una correlación positiva entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

b. Nivel de significancia

El α será igual a 0.05.

c. Estadígrafo de prueba

Tabla 21

Correlación entre la participación social y la imagen institucional

			Participación social	Imagen institucional
Rho de Spearman	Participación social	Coeficiente de correlación	1,000	.472**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Imagen institucional	N	290	290
		Coeficiente de correlación	.472**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	290	290

Nota. ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

d. Criterio o regla de decisión

Si el $p\text{-value} < .05$, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el $p\text{-value} > .05$, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

e. Decisión

El análisis estadístico realizado con el coeficiente de correlación de rho de Spearman mostró que el p-value es menor a 0.05 (Sig. .001 < α 0.05). Por ende, de acuerdo con la prueba estadística, se procedió rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_i). Es decir, existe una correlación positiva entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas. Así mismo, el grado de relación entre las variables es igual a .472** lo cual indica una correlación positiva débil. En ese entender, la participación social propicia mínimamente en la imagen institucional en los estudiantes de la universidad.

4.3.5. Prueba de la cuarta hipótesis específica

a. Planteamiento de hipótesis

H_i : Existe una correlación positiva entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H_0 : No existe una correlación positiva entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

b. Nivel de significancia

El α será igual a 0.05.

c. Estadígrafo de prueba

Tabla 22

Correlación entre la investigación y la imagen institucional

			Investigación	Imagen institucional
Rho de Spearman	Investigación	Coeficiente de correlación	1,000	.580**
		Sig. (bilateral)	.	.001
	Imagen institucional	N	290	290
		Coeficiente de correlación	.580**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	290	290

Nota. ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

d. Criterio o regla de decisión

Si el $p\text{-value} < .05$, se acepta la H_i y se rechaza la H_0 .

Si el $p\text{-value} > .05$, se rechaza la H_i y se acepta la H_0 .

e. Decisión

El análisis estadístico realizado con el coeficiente de correlación de rho de Spearman mostró que el p-value es menor a 0.05 (Sig. .001 < α 0.05). Por ende, de acuerdo con la prueba estadística, se procedió rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_i). Es decir, existe una correlación positiva entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas. Así mismo, el grado de relación entre las variables es igual a .580** lo cual indica una relación positiva media. En ese entender, a mayor desarrollo de investigación propicia una mejor imagen institucional en los estudiantes de la universidad.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Se planteó como objetivo general establecer la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023. La responsabilidad social universitaria comprende la administración integral y transversal de la institución, donde deben ser consecuentes con las actividades y proyectos ejecutados que estas deben ser socialmente responsables, promoviendo el desarrollo sustentable y contribuyendo con el bienestar de la comunidad. Por otro lado, más allá de que la institución realice gestiones socialmente responsables, este aspecto contribuye directamente en la percepción de los estudiantes y del público de interés, que la institución viene desarrollando eficientemente en el aspecto político, académico y las infraestructuras (Vallaey, 2021). En la investigación desarrollada se determinó que la responsabilidad social universitaria en los estudiantes guarda una correlación positiva media con la imagen institucional de la universidad, con un nivel de significancia de .001 la intensidad de coeficiente de correlación fue de .639** medido a través de rho de Spearman. Por ende, una gestión socialmente responsable permite que los estudiantes se involucren en la identificación de problemas sociales y parte del planteamiento de soluciones, éstas influyen en la construcción de una mejor imagen y referencia de la universidad misma. En el estudio realizado por La cruz et al. (2022) determinó que la responsabilidad social universitaria es un elemento crucial para el crecimiento sostenido de la sociedad, a través de la investigación que debe formar parte de la cultura académica, así fortaleciendo la identidad institucional y logrando ser referente en el contexto local, en consecuencia, la implementación de la RSU es vital ya que proyecta el posicionamiento, la identidad, comunicación e imagen hacia su público de interés. Dado a esto, la responsabilidad social universitaria forma parte de la estrategia para el desarrollo sostenible de la sociedad, factor que permite regenerar las condiciones de vida social y complementan la formación profesional más socialmente responsable, esto creando una estructura de percepción sólida y positiva a nivel de la universidad y dentro de la sociedad.

Respecto al primer objetivo específico, se planteó determinar la relación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. A juicio de Vallaey et al. (2009) la finalidad de gestión organizacional es la administración socialmente responsable en la institución que comprende

la comunidad universitaria, a través de buenas prácticas de políticas laborales, código de ética profesional, dando el cumplimiento de objetivos instituciones que contribuyen con el desarrollo académico eficiente, a la vez, es un factor que influye en la imagen de la institución, de la organización y gestión que se desarrolle. En el estudio desarrollado, se determinó que la gestión organizacional guarda una correlación positiva media con la imagen institucional, con un nivel de significancia de .001 la intensidad de coeficiente de correlación fue de .540** medido a través de rho de Spearman. Un buen ambiente laboral donde prima la equidad, gestión integral maximizando los beneficios sociales, en base a los objetivos y dando cumplimiento, este aspecto implica una percepción positiva en los estudiantes sobre la universidad. Este resultado guarda relación con el trabajo de Hidalgo (2019) donde concluyó que el aspecto social tiene influencia directa en la imagen institucional de una entidad, el aspecto económico es poco relevante dentro del marco de responsabilidad social, asimismo, las entidades deben enfatizar en que sus actividades y políticas debe estar relacionados a la sociedad, beneficiando principalmente a la ciudadanía o público de interés, a través de este cumplimiento se influye en la imagen y fortaleciendo el prestigio de la universidad. En síntesis, la institución debe ser la prioridad en emplear una gestión con una mirada más social, creando un buen clima laboral desde la universidad, promoviendo actividades de preservación del ecosistema y cooperación con el desarrollo de la ciudadanía, así la universidad se convierte en un agente referente dentro de la sociedad, generando expectativas positivas y construyendo una estructura de imagen sólida sostenible.

Referente al segundo objetivo específico, se planteó determinar la relación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. En el estudio desarrollado, se diagnosticó que la dimensión formación posee una correlación positiva media con la imagen institucional, con un nivel de significancia de .001 la intensidad de coeficiente de correlación fue de .521** medido a través de rho de Spearman. Este resultado guarda relación con el trabajo de Díaz et al. (2021) donde la inversión y la competitividad son factores fundamentales que hacen significativo el impacto de la responsabilidad social universitaria en las instituciones de educación superior, a través de la implementación de políticas, manuales y planes de gestión que deben estar relacionados al marco de una ejecución y/o desarrollo socialmente responsables, las autoridades principales de la institución son responsables directos de la implementación integral del concepto y desarrollo de la RSU, conlleva a emplear una conducta adecuada y gobernanza eficiente de la universidad. Por otro lado, la formación comprende la administración socialmente

responsable de la educación universitaria: malla curricular, métodos y propuestas pedagógicas, donde los estudiantes deben desarrollar competencias de su responsabilidad e instrucción en proyectos sociales, a través de planes de estudios realizado en base a las competencias de las carreras profesionales, estos factores son esenciales en la toma de decisión de los jóvenes para el estudios de una carrera profesional, tomando referencia por la calidad educativa que demuestra la universidad (Vallaey's et al., 2009). Por lo tanto, bajo estas evidencias teóricas se afirma que la ejecución de la responsabilidad social universitaria incide de manera significativamente en la imagen institucional de la universidad.

Respecto al tercer objetivo específico, donde se planteó determinar la relación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Domínguez y Rama (2012) la participación social comprende la administración socialmente responsable del trabajo mancomunado de la universidad con la sociedad civil, interviniendo a través de proyectos sociales, constituyendo vínculos de aprendizajes y desarrollo, promoviendo la participación universal de estudiantes universitarios y no universitarios, creando un ambiente de trabajo colectivo solucionando las brechas sociales y fortaleciendo sus capacidades, así mismo, la universidad como institución cumple un rol fundamental dentro de la comunidad, que está cumpliendo con su labor social y así consolidando mejor el concepto y la apreciación de la institución. En la investigación se determinó que la participación social guarda una correlación positiva débil con la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad, con un nivel de significancia .001 la intensidad de coeficiente de correlación fue de .472** medido a través de rho de Spearman. Dicho de otra manera, la extensión universitaria trae consigo beneficios importantes para los estudiantes universitarios y para la comunidad, entre este intermedio la universidad se convierte en gestor transversal. En el estudio realizado por Armas et al. (2019) resalta los factores de campus universitario, calidad educativa, social y clima laboral que son determinantes y de interés que influyen en la imagen institucional de un programa de posgrado dentro de la universidad, qué, proyectan adecuada gestión administrativa, pedagógica e institucional creando una expectativa mejor en los estudiantes. En consecuencia, la dimensión participación social es relevante dentro de la institución, que cumple el laboral social de concatenar proyectos sociales de solución de brechas y desarrollo de manera integral, que involucra sectores sociales y la comunidad universitaria, convirtiendo a la institución en un gestor importante, formando una base sólida de concepto de la universidad en los sectores

sociales y estudiantes, estas factores convirtiéndose en aspectos relevantes para fortalecer la imagen institucional de la Universidad.

Finalmente, se planteó el cuarto objetivo específico determinar la relación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Según Vallaeys (2021) la investigación comprende una gestión socialmente responsable del conocimiento y modelos epistemológicos, con el objetivo de sistematizar la actividad científica en líneas de investigación acorde a los grupos sociales externos en el marco de construcción de agenda del desarrollo local, regional, nacional y a través de proyectos comunitarios. Respecto a la imagen institucional La porte (2012) es el reflejo que la universidad espera de los estudiantes y usuarios, a través de la identidad, misión y cultura, también existen aspectos de interés para la imagen institucional como: antropológicos, elementos intangibles que forman parte estructural, y el accionar de las personas que debe ser consecuente con prometido y realizado. A través de la investigación se determinó que la investigación guarda una correlación positiva media con la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad, con un nivel de significancia de .001 la intensidad de coeficiente de correlación fue de .580** medido a través de rho de Spearman. Este resultado guarda relación con el trabajo Gaete y Álvarez (2019) donde expuso la debilidad del accionamiento de Responsabilidad Social Universitaria y sus componentes, específicamente en la misión y visión que son las líneas de dirección de la institución, la instrucción profesional y ciudadana se encuentran muy interiorizadas y conceptualizadas, por otro lado, campus responsable y participación social demuestran debilidad, por lo cual, un eficiente implementación de responsabilidad social universitaria comprende la incorporación de sus componentes en las líneas y políticas de gestión institucional. En consecuencia, una gestión socialmente responsable de investigación permitirá mayor desarrollo y creación de conocimientos que solucionen las brechas sociales, esto generando mayor incidencia de la universidad dentro de la sociedad, creando un concepto de imagen positiva y sostenible en el tiempo.

CONCLUSIONES

PRIMERA. Con respecto al objetivo general, se determinó que la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023, guardan una correlación positiva media de acuerdo con el coeficiente de rho de Spearman 0.639^{**} , así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. Por lo tanto, a mayor responsabilidad social universitaria propicia una mejor imagen institucional, o viceversa que varían de manera proporcional en el mismo sentido.

SEGUNDA. Con respecto al primer objetivo específico, se determinó que la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, guardan una correlación positiva media de acuerdo con el coeficiente de rho de Spearman 0.540^{**} , así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. En ese entender, la dimensión uno y la variable dos son susceptibles a una variación en el mismo sentido ante cualquier cambio que se practique en la institución. Es decir, la gestión organizacional que se viene desarrollando en la institución propicia mayor influencia para mejorar la imagen institucional de la universidad.

TERCERA. Con respecto al segundo objetivo específico, se determinó que la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, guardan una correlación positiva media de acuerdo con el coeficiente de rho de Spearman 0.521^{**} , así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. En ese entender, ambas dimensiones son susceptibles a una variación en la misma dirección ante cualquier cambio que se practique en la entidad. En otras palabras, a mayor formación en marco de la responsabilidad social universitaria mejor será la imagen institucional de la universidad.

CUARTA. Con respecto al tercer objetivo específico, se determinó que la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, guardan una correlación positiva débil de acuerdo con el coeficiente de rho de Spearman 0.472^{**} , así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. Por lo tanto, la participación social efectiva propicia mínimamente en la imagen institucional en los estudiantes de la universidad. En consecuencia, ambas dimensiones son susceptibles a una variación en la misma dirección ante cualquier cambio que se practique en la entidad.

QUINTO. Con respecto al cuarto objetivo específico, se determinó que la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, guardan una correlación positiva media de acuerdo con el coeficiente de rho de Spearman 0.580**, así mismo, el nivel de significancia $\alpha = 0.01$. Por consiguiente, ambas dimensiones son susceptibles a una variación en la misma dirección ante cualquier cambio que se ejecute en la entidad. En ese sentido, la investigación que promueve la institución propicia una mejor imagen institucional de la universidad.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda al rector, vicerrectores y decanos de la UNAJMA, que deben promover e implementar el modelo de Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana, que proporciona 12 metas para la transformación de la educación superior. Esto, acorde a la Ley Universitaria 30220 y las Condiciones Básicas de Calidad de la SUNEDU en todas las unidades académicas, y aplicando en sus áreas de docencia, administración, proyección social e investigación.

SEGUNDA. Se recomienda al Consejo Universitario de la UNAJMA, realizar un diagnóstico y adecuación de la misión, visión, valores institucionales, políticas y normativas dentro del enfoque de la Responsabilidad Social Universitaria, con el propósito previo de la concientización de la comunidad universitaria.

TERCERA. Se recomienda a los Departamentos Académicos y la Unidad de Recursos Humanos de la UNAJMA, implementar programas de capacitación interna dirigido a docentes y personal administrativo, donde se considera que la Responsabilidad Social Universitaria es indispensable para mejorar la formación de profesionales, asimismo, los medios más adecuados para la implementación.

CUARTA. Se recomienda al vicerrectorado académico mediante sus órganos de Responsabilidad Social Universitaria y Bienestar Universitario, sensibilizar y promover el desarrollo de proyectos sociales para la universidad y las comunidades de escasos recursos, mediante espacios de voluntariados y otros. Asimismo, conformar alianzas y firmar convenios con instituciones públicas y privadas, comunidades y organizaciones para potencializar trabajos proyección social y extensión universitaria.

QUINTO. Se recomienda al vicerrectorado de investigación de la UNAJMA, establecer una política específica de investigación para cada escuela profesional, que promueva la investigación formativa, investigación social, con aplicabilidad posterior y sostenibilidad a los investigadores. Estas, promoviendo mediante el reconocimiento como tesis de grado y titulación, publicación de artículos científicos y libros.

REFERENCIAS

- Alto Nivel. (10 de Diciembre de 2015). *5 Empresas que han Enfrentado una Crisis de Imagen*. Alto Nivel: <https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/53833-5-empresas-que-han-enfrentado-crisis-de-imagen/>
- Andina. (6 de Julio de 2019). *Consolidación de la Imagen Corporativa Genera Resultados Duraderos y Favorables*. Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-consolidacion-de-imagen-corporativa-genera-resultados-duraderos-y-favorables-757527.aspx>
- Araque Acevedo , J. (2015). *Responsabilidad Social Universitaria* (1 ed.). Tolima: GIDEUT.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica* (6 ed.). Episteme. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Arias, F. G. (2016). *El proyecto de investigación* (7 ed.). Episteme. <https://es.slideshare.net/SheilaGalindez1/el-proyectodeinvestigacionfidiasarias7maedic2016pdf-compress>
- Armas, M., Robles, R., Cedillo, M., Vinueza, J., Correa, M., Pincay, D., & Mejías, A. (2017). Factores que determinan la Imagen Institucional de los Programas de Postgrado. Un caso de estudio en una Universidad Ecuatoriana. *Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions, I(1)*, 1-6. <https://laccei.org/LACCEI2017-BocaRaton/meta/FP202.html>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3 ed.). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Canahuire Montufar, A. A., Endara Mamani, F., & Morante Rios, E. (2015). *¿Cómo hacer la tesis universitaria?* (1 ed.). Colorgraf.
- Capriotti, P. (2013). *Planeación Estratégica de la Imagen Corporativa* (4 ed.). Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf>
- Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica* (1 ed.). San Marcos. https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_

- Cegarra Sánchez, J. (2004). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica* (1 ed.).
Diaz de Santos.
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24111w/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Cientifica%20y%20Tecnologica%20-%20Jose%20Cegarra%20Sanchez.pdf>
- Condori, M., & Reyna, G. (2019). Percepción de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de la Facultad de Sociología de una universidad pública de la ciudad de Huancayo, Perú. *ESPACIOS*, 40(39), 2.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n39/a19v40n39p08.pdf>
- Congreso de la República. (2014, 06 de julio). *Ley Universitaria*. Diario El Peruano.
<https://www.sunedu.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>
- Delgado Rocha, J., & Gallardo Castellano, P. A. (30 de Abril de 2019). *La imagen corporativa de los clubes deportivos de Quito medida por el Índice C4*. *Revistadigital.uce.edu.ec*:
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1753/1657#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n,esa%20compa%C3%B1a%20de%20las%20dem%C3%A1s>
- Díaz Herrera, R., Zorrilla del Castillo, A., & García Mata, O. (2021). Financiamiento y competitividad de Instituciones de Educación Superior: Impacto en la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(3), 155-167.
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/40443/45977>
- Dominguez Granda, J., & Rama, C. (2012). *La Responsabilidad Social Universitaria en la Educación a Distancia*. Printed in Peru.
- Gaete Quezada, R. (2011). La responsabilidad social universitaria como desafío para la estrategia de la Educación Superior: el caso de España. *Revista de Educación*, 1(355), 116. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/la-responsabilidad-social-universitaria-como-desafio-para-la-gestion-estrategica-de-la-educacion-superior-el-caso-de-espana/investigacion-educativa/22865>
- Gaete Quezada, R., & Álvarez Rodríguez, J. (2019). Responsabilidad social universitaria en Latinoamérica. Los casos de URSULA y AUSJAL. *Actualizaciones Investigaciones en Educación*, XIX(3), 1-29. <https://doi.org/10.15517/aie.v19i3.38637>
- García Dihigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para Administradores* (1 ed.).
Ediciones de la U.

- https://www.academia.edu/51451884/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigacion_para_Administradores_Joaquin_Garcia_1ed
- Gutiérrez , J. C. (2011). *Identidad corporativa* (1 ed.). Perucamaras. <https://www.perucamaras.org.pe/pdf/bv/21.%20Identidad%20corporativa.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1 ed.). McGraw Hill Education. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Hidalgo Aguilar, O. J. (2019). Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Institucional de las Entidades Financieras de Tacna, año 2017. *Veritas Et Scientia*, *XII*(2), 1-9. <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/66/59>
- Instaset. (31 de Mayo de 2018). *La importancia de la imagen corporativa de una empresa*. Instaset: <https://www.instaset.com/blog/la-importancia-de-la-imagen-corporativa-de-una-empresa>
- La Cruz Arango, O. D., Zelada Flórez, E. A., Aguirre Landa, J. P., & Garro Aburto, L. L. (2022). Responsabilidad social universitaria y posicionamiento de universidades en Lima-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, *XXVIII*(3), 10-11. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28071865023>
- La Porte, J. M. (2012). *Introducción a la Comunicación Institucional de la Iglesia* (1 ed.). Ediciones Palabra. <https://es.slideshare.net/JasterRogue2/introduccion-a-la-comunicacion-institucional-de-la-iglesia-jos-mara-la-porte>
- Matilde Schwalb, M., Ángela Priale, M., & Vallaey, F. (2019). *Guía de Responsabilidad Social Universitaria* (1 ed.). Universidad del Pacífico. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21678/978-9972-57-420-7>
- Muntane Relat, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *RAPD ONLINE*, *33*(3), 221. https://www.researchgate.net/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica
- Ojeda Hidalgo, J. F., Conraud Koellner, E., & Archundia Fernández, E. (2013). Responsabilidad Social Corporativa en Empresas Transnacionales. *Revistas.unlp.ar*, *VIII*(8), 150. <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/7563/6621>
- Palilla Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. FEDUPEL. <https://www.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Pérez Domínguez , F. (2009). *La Responsabilidad Social Universitaria (RSU)* (1 ed.). Consejo Social de la Universidad de Huelva.

- https://web.unican.es/unidades/igualdad/Documents/responsabilidadsocialuniversitaria_UHU.pdf
- Perú, C. d. (2014). Ley Universitaria. <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0021/ley-universitaria-30220.pdf>
- Pimienta Prieto, J. H., & De la Orden Hoz, A. (2017). *Metodología de la investigación* (3 ed.). Pearson Educación.
- Pintado Blanco, T., & Sánchez Herrera, J. (2013). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial* (2 ed.). ESIC EDITORIAL. https://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524422844_1_.pdf
- Quiroz Zulueta, E. R., & Delgado Bardales, J. M. (2020). Gestión por Competencias en el Contexto de Imagen Institucional en las Instituciones Públicas. *Horizonte Empresarial*, XII(2), 145-158. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v7i2.1464>
- Rojas Forero, G. D., Ramírez Méndez, C. H., & Danna Vélez, J. (2013). *Gerencia de la Responsabilidad Social en las Organizaciones de Hoy*. Ediciones Unibagué. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaunah/70157?page=1>
- Ruiz Da Silva, N. A. (2018). *Gestión de la imagen institucional y su relación con la cuota de mercado de las universidades de Iquitos durante el año 2016 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]*. Repositorio institucional. <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5615>
- Sánchez Herrera, J., & Pintado Blanco, T. (2013). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. ESIC EDITORIAL.
- Santesteban Naranjo, E. (2014). *Metodología de Investigación Científica* (1 ed.). Academia universitaria (Edacum). https://www.academia.edu/74069071/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_cient%C3%ADfica_Ern%C3%A1n_Naranjo
- Soria Mormontoy, J. (2022). *Imagen corporativa y compromiso organizacional para la gestión estratégica de la universidad privada líder peruana. Provincia de la Convención, 2019*. Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco. https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6431/253T20221019_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- University Social Responsibility in Europe. (2015). *Estudio comparado sobre la Responsabilidad Social de las Universidades en Europa y desarrollo de un Marco de*

- Referencia Comunitario* (1 ed.). University Politehnica of Bucharest. <http://www.eu-usr.eu/wp-content/uploads/2015/04/D1.4-Final-Report-Public-Part-ES.pdf>
- Vallaeyes, F. (2021). *Manual de Responsabilidad Social Universitaria. El modelo URSULA: estrategias, herramientas, indicadores*. (1 ed.). Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana. <https://unionursula.org/wp-content/uploads/2021/06/2021-Manual-RSU-Modelo-URSULA-Esp.pdf>
- Vallaeyes, F., De la Cruz, C., & Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria Manual de primeros pasos* (1 ed.). McGraw-Hill. http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/54/2012/05/manual_digital_bid_rsu.pdf
- Valverde Chaves , J., Beita Sandí , W., Bermúdez Mora , J. C., Pino Chacón , G., Rodríguez Calderón , G., & Sánchez Meza , R. (2011). *Gestión de Responsabilidad Social Universitaria* (1 ed.). Dínamo innovador. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/661/Gesti%C3%B3n%20de%20a%20Responsabilidad%20Social%20Universitaria%20Dimensiones%20y%20estudios%20de%20caso.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Cuál es la relación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas? ¿Cuál es la relación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas? ¿Cuál es la relación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas? ¿Cuál es la relación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Establecer la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar la relación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Determinar la relación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Determinar la relación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Determinar la relación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe una correlación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas, Apurímac 2023</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: Existe una correlación entre la gestión organizacional y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas Existe una correlación entre la formación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas Existe una correlación entre la participación social y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas. Existe una correlación entre la investigación y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María, Andahuaylas.</p>	<p>VARIABLE 1: Responsabilidad social universitaria</p> <p>Dimensiones: Gestión organizacional Formación Participación social Investigación</p> <p>VARIABLE 2: Imagen institucional</p> <p>Dimensiones: Identidad de la institución Comunicación de la institucional Realidad institucional</p>

la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?			
MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTO	
ENFOQUE: Cuantitativo MÉTODO: Deductivo hipotético DISEÑO: No experimental transversal NIVEL: Correlacional TIPO: Básica	POBLACIÓN: La población está conformada por los 1183 estudiantes de las seis escuelas profesionales de la Universidad Nacional José María Arguedas, de quinto (5°) a décimo (10°) ciclo. MUESTRA: La muestra fue considerada a través del muestreo probabilístico aleatorio estratificado, resultando 290 estudiantes.	TÉCNICAS: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario TRATAMIENTO ESTADÍSTICO: Microsoft Excel Paquete estadístico SPSS v27	

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Título: Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Responsabilidad Social Universitaria	“Es la gestión integral y transversal de todos los impactos sociales y ambientales de las instituciones educativas superiores, desde todos los procesos de formación, investigación, extensión y gestión organizacional, en miras a alcanzar los ODS en su ámbito social de incidencia” (Vallaey, 2021, p. 14).	La responsabilidad social universitaria es un factor determinante para el desarrollo de la sociedad, a través de la comunidad universitaria, canalizando las problemáticas sociales y a la vez planteando soluciones satisfactorias, a través de la creación de conocimientos y la formación de profesionales socialmente responsables.	Gestión organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Clima laboral y equidad • Campus sostenible • Ética, transparencia e inclusión
			Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en desafíos sociales • Inclusión curricular de los 17 ODS • Mallas diseñadas con actores externos
			Participación social	<ul style="list-style-type: none"> • Integración de la proyección social con formación • Proyectos cocreados, duraderos, de impacto • Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional
			Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Inter y transdisciplinariedad • Investigación en y con la comunidad

				<ul style="list-style-type: none"> • Producción y difusión de conocimientos útiles
Variable 2: Imagen Institucional	“La estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (Capriotti, 2013, p, 29).	Hace referencia al conjunto de características y cualidades que tiene una organización o universidad, estas comprenden; la gestión política, creación de conocimiento y formación profesional, esto proyectando la imagen de la Universidad hacia la sociedad o público objetivo	Identidad de la institución	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de objetivos • Cumplimiento de políticas • Estructura organizacional
			Comunicación de la institución	<ul style="list-style-type: none"> • Trato directo • Comunicación interna • Atención al cliente • Capacidad de respuesta
			Realidad institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Instalaciones • Equipos tecnológicos • Atuendo y uniformidad.

Anexo 3: Matriz del instrumento de recojo de datos

Título: Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO %	N.º ÍTEMS	ÍTEMS
VARIABLE 1: Responsabilidad Social Universitaria	DIMENSIÓN 1: Gestión organizacional	Clima laboral y equidad Campus sostenible Ética, transparencia e inclusión	20	12	<ol style="list-style-type: none"> 1. El trato entre las personas es de respeto y cordialidad en la institución. 2. Los estudiantes participan activamente en la vida institucional. 3. En la institución existe libertad de expresión y participación para todos los miembros. 4. La institución toma medidas para la protección del medio ambiente en el campus. 5. Percibo que el personal de la institución recibe una capacitación y directivas para el cuidado del medio ambiente en el campus. 6. Se cuenta con un sistema de gestión ambiental integral (transporte, infraestructura, accesibilidad, riesgos, agua, energía, compras, alimentación, desechos). 7. La institución está organizada para recibir estudiantes con necesidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras, etc.). 8. Percibo que mi institución lucha contra cualquier tipo de discriminación (género, raza, nivel socioeconómico, orientación sexual, etc.). 9. Los procesos para elegir a las autoridades son transparentes y democráticos. 10. Las autoridades toman las grandes decisiones en forma democrática y consensuada. 11. Los mensajes publicitarios que difunde la institución son elaborados con criterios éticos y de responsabilidad social.

					12. La institución promueve el acceso a la formación académica a grupos marginados (población indígena, minoría racial, estudiantes de escasos recursos, etc.) a través de becas de estudios u otros medios.
	DIMENSIÓN 2: Formación	Aprendizaje basado en desafíos sociales Inclusión curricular de los 17 ODS Mallas diseñadas con actores externos	15	9	13. La institución me brinda una formación ética y ciudadana que me ayuda a ser una persona socialmente responsable. 14. Dentro de mis cursos o asignaturas he tenido la oportunidad de hacer investigación aplicada a la solución de problemas sociales y/o ambientales. 15. Percibo que mis profesores están capacitados en el método de enseñanza-aprendizaje basado en la solución de problemas sociales. 16. Existen fondos concursables y apoyo a las iniciativas estudiantiles para el desarrollo de proyectos sociales. 17. Mi formación me permite estar informado acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). 18. Dentro de mi formación he tenido la oportunidad de encontrarme con personas pobres, saliendo a trabajar en comunidades vulnerables. 19. Mis profesores vinculan sus enseñanzas con los problemas sociales y ambientales de la actualidad. 20. Durante mis estudios he sido consultado para dar mi opinión sobre la malla curricular que llevo. 21. Percibo que la malla curricular que sigo me permite formarme en diversas competencias, conociendo muchas realidades diferentes.
	DIMENSIÓN 3: Participación social	Integración de la proyección social con la formación Proyectos cocreados, duraderos, de impacto	20	12	22. Percibo que mi institución se preocupa por los problemas sociales y quiere que los estudiantes seamos agentes de cambio para resolver problemas (sociales y ambientales) de la región. 23. Los estudiantes que egresan de mi institución han recibido una formación que promueve su sensibilidad social y ambiental.

		Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional			<p>24. En la institución existen iniciativas de voluntariado donde la institución nos motiva a participar de ellos.</p> <p>25. El voluntariado y las prácticas de servicio social se articulan con nuestra formación profesional.</p> <p>26. Desde que estoy en la institución he podido formar parte de grupos y/o redes con fines sociales o ambientales organizados o promovidos dentro de la misma.</p> <p>27. Desde que estoy en la institución, he aprendido que “más vale enseñar a pescar que dar pescado” para promover el desarrollo social.</p> <p>28. Percibo que mi institución mantiene convenios de colaboración con actores clave del desarrollo social (Estado, ONG, organismos internacionales, empresas).</p> <p>29. En el transcurso de mis estudios me han invitado a participar en concursos nacionales e internacionales para encontrar solución a problemas sociales o ambientales.</p> <p>30. Percibo que mi institución participa de redes académicas y no académicas para alcanzar los ODS.</p> <p>31. Percibo que mi institución tiene incidencia en la discusión de políticas públicas de desarrollo.</p>
	DIMENSIÓN 4: Investigación	Inter y transdisciplinaria Investigación en y con la comunidad Producción y difusión de conocimientos útiles	27	16	<p>32. Los problemas multidimensionales son investigados de manera interdisciplinaria.</p> <p>33. La institución capacita a los docentes en investigaciones de ciencias sociales e ingenierías.</p> <p>34. Se promueven líneas de investigación orientadas a los ODS.</p> <p>35. Se coordina con los grupos externos involucrados (comunidades, Estado, ONG, organismos, empresarios, etc.) para definir los temas de investigación con fines sociales.</p>

					<p>36. La institución cuenta con líneas de investigación orientadas al desarrollo social y la sostenibilidad ambiental.</p> <p>37. La institución cuenta con dispositivos regulares para el seguimiento de las políticas públicas, así como la identificación y análisis de los grandes temas de la sociedad.</p> <p>38. La institución promueve que las investigaciones tengan aplicabilidad posterior en las unidades de estudio realizado.</p> <p>39. La institución cuenta con medios de comunicación de difusión y transferencia de conocimientos a la ciudadanía.</p> <p>40. La institución promueve la incorporación permanente de resultados de investigación, estudios de caso y metodologías en los currículos (planes de estudio) de sus ofertas educativas.</p> <p>41. La institución promueve un código de ética de la ciencia y de los científicos, así como la vigilancia ciudadana de la actividad científica.</p> <p>42. La institución promueve la innovación y transferencia tecnológica hacia comunidades vulnerables.</p>
VARIABLE 2: Imagen institucional	DIMENSIÓN 4: Identidad de la institución	Cumplimiento de objetivos Cumplimiento de políticas Estructura organizacional	5	3	<p>43. La institución cumple eficientemente con los objetivos establecidos.</p> <p>44. La institución respeta y cumple cada una de las políticas establecidas.</p> <p>45. La estructura organizacional de la institución es adecuada.</p>
	DIMENSIÓN 5: Comunicación de la institución	Trato directo Comunicación interna Atención al cliente Capacidad de respuesta a las	7	4	<p>46. El personal brinda una atención personalizada y con trato directo hacia los estudiantes.</p> <p>47. En la institución existe una comunicación fluida y amigable entre el personal administrativo.</p> <p>48. El personal de la institución brinda una atención oportuna y de calidad hacia los estudiantes.</p>

		reclamaciones e incidencias			49. La institución resuelve rápidamente los reclamos e inconvenientes de los estudiantes.
	DIMENSIÓN 6: Realidad institucional	Infraestructura Instalaciones Equipos tecnológicos Atuendo y uniformidad	7	4	50. La institución posee una infraestructura moderna en base a sus lineamientos y políticas de las escuelas profesionales. 51. La institución cuenta con instalaciones de condición segura y óptima que garantiza el desarrollo de las actividades académicas. 52. La institución cuenta con muebles y equipos tecnológicos de última generación, lo cual influye a una buena imagen institucional. 53. El atuendo del personal es apropiado y refleja una buena imagen institucional.

Anexo 4: Instrumento de investigación (Cuestionario)



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Escuela Profesional de Administración de Empresas

CUESTIONARIO

Buenos días / tardes:

Anticipadamente, agradezco su participación en el presente estudio para la elaboración de una tesis profesional, el mismo que se realiza con la finalidad de *Establecer la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023*. Te pido que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. Tus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales.

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor represente a lo que piensa usted. Marque con una "X" la alternativa elegida del ítem de acuerdo con la siguiente escala. Solamente una opción.

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

N°	V1: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA	1	2	3	4	5
	Gestión organizacional					
1	El trato entre las personas es de respeto y cordialidad en la institución.					
2	Los estudiantes participan activamente en la vida institucional.					
3	En la institución existe libertad de expresión y participación para todos los miembros.					
4	La institución toma medidas para la protección del medio ambiente en el campus.					
5	Percibo que el personal de la institución recibe una capacitación y directivas para el cuidado del medio ambiente en el campus.					
6	Se cuenta con un sistema de gestión ambiental integral (transporte, infraestructura, accesibilidad, riesgos, agua, energía, compras, alimentación, desechos).					
7	La institución está organizada para recibir estudiantes con necesidades especiales (limitaciones visuales, auditivas, motoras, etc.).					
8	Percibo que mi institución lucha contra cualquier tipo de discriminación (género, raza, nivel socioeconómico, orientación sexual, etc.).					
9	Los procesos para elegir a las autoridades son transparentes y democráticos.					

10	Las autoridades toman las grandes decisiones en forma democrática y consensuada.					
11	Los mensajes publicitarios que difunde la institución son elaborados con criterios éticos y de responsabilidad social.					
12	La institución promueve el acceso a la formación académica a grupos marginados (población indígena, minoría racial, estudiantes de escasos recursos, etc.) a través de becas de estudios u otros medios.					
Formación						
13	La institución me brinda una formación ética y ciudadana que me ayuda a ser una persona socialmente responsable.					
14	Dentro de mis cursos o asignaturas he tenido la oportunidad de hacer investigación aplicada a la solución de problemas sociales y/o ambientales.					
15	Percibo que mis profesores están capacitados en el método de enseñanza-aprendizaje basado en la solución de problemas sociales.					
16	Existen fondos concursables y apoyo a las iniciativas estudiantiles para el desarrollo de proyectos sociales.					
17	Mi formación me permite estar informado acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).					
18	Dentro de mi formación he tenido la oportunidad de encontrarme con personas pobres, saliendo a trabajar en comunidades vulnerables.					
19	Mis profesores vinculan sus enseñanzas con los problemas sociales y ambientales de la actualidad.					
20	Durante mis estudios he sido consultado para dar mi opinión sobre la malla curricular que llevo.					
21	Percibo que la malla curricular que sigo me permite formarme en diversas competencias, conociendo muchas realidades diferentes.					
Participación social						
22	Percibo que mi institución se preocupa por los problemas sociales y quiere que los estudiantes seamos agentes de cambio para resolver problemas (sociales y ambientales) de la región.					
23	Los estudiantes que egresan de mi institución han recibido una formación que promueve su sensibilidad social y ambiental.					
24	En la institución existen iniciativas de voluntariado donde la institución nos motiva a participar de ellos.					
25	El voluntariado y las prácticas de servicio social se articulan con nuestra formación profesional.					
26	Desde que estoy en la institución he podido formar parte de grupos y/o redes con fines sociales o ambientales organizados o promovidos dentro de la misma.					
27	Desde que estoy en la institución, he aprendido que “más vale enseñar a pescar que dar pescado” para promover el desarrollo social.					
28	Percibo que mi institución mantiene convenios de colaboración con actores clave del desarrollo social (Estado, ONG, organismos internacionales, empresas).					

29	En el transcurso de mis estudios me han invitado a participar en concursos nacionales e internacionales para encontrar solución a problemas sociales o ambientales.					
30	Percibo que mi institución participa de redes académicas y no académicas para alcanzar los ODS.					
31	Percibo que mi institución tiene incidencia en la discusión de políticas públicas de desarrollo.					
Investigación						
32	Los problemas multidimensionales son investigados de manera interdisciplinaria.					
33	La institución capacita a los docentes en investigaciones de ciencias sociales e ingenierías.					
34	Se promueve líneas de investigación orientadas a los ODS.					
35	Se coordina con los grupos externos involucrados (comunidades, Estado, ONG, organismos, empresarios, etc.) para definir los temas de investigación con fines sociales.					
36	La institución cuenta con líneas de investigación orientadas al desarrollo social y la sostenibilidad ambiental.					
37	La institución cuenta con dispositivos regulares para el seguimiento de las políticas públicas, así como la identificación y análisis de los grandes temas de la sociedad.					
38	La institución promueve que las investigaciones tengan aplicabilidad posterior en las unidades de estudio realizado.					
39	La institución cuenta con medios de comunicación de difusión y transferencia de conocimientos a la ciudadanía.					
40	La institución promueve la incorporación permanente de resultados de investigación, estudios de caso y metodologías en los currículos (planes de estudio) de sus ofertas educativas.					
41	La institución promueve un código de ética de la ciencia y de los científicos, así como la vigilancia ciudadana de la actividad científica.					
42	La institución promueve la innovación y transferencia tecnológica hacia comunidades vulnerables.					

Nota: Adaptado en base al trabajo de Vallaey (2021)

V2: IMAGEN INSTITUCIONAL						
Identidad de la institución						
43	La institución cumple eficientemente con los objetivos establecidos.					
44	La institución respeta y cumple cada una de las políticas establecidas.					
45	La estructura organizacional de la institución es adecuada.					
Comunicación de la institución						
46	El personal brinda una atención personalizada y con trato directo hacia los estudiantes.					
47	En la institución existe una comunicación fluida y amigable entre el personal administrativo.					

48	El personal de la institución brinda una atención oportuna y de calidad hacia los estudiantes.					
49	La institución resuelve rápidamente los reclamos e inconvenientes de los estudiantes.					
	Realidad institucional					
50	La institución posee una infraestructura moderna en base a sus lineamientos y políticas de las escuelas profesionales.					
51	La institución cuenta con instalaciones de condición segura y óptima que garantiza el desarrollo de las actividades académicas.					
52	La institución cuenta con muebles y equipos tecnológicos de última generación, lo cual influye a una buena imagen institucional.					
53	El atuendo del personal es apropiado y refleja una buena imagen institucional.					

Nota: Adaptado en base al trabajo de Ruiz (2018)

Anexo 5: Marco muestral

Título: Responsabilidad social universitaria e imagen institucional en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac 2023

Escuela Profesional	Ciclos	Estudiantes	%	A encuestar	Total
Administración de Empresas	Quinto Ciclo	34	3%	8	55
	Sexto Ciclo	44	4%	11	
	Séptimo Ciclo	48	4%	12	
	Octavo Ciclo	46	4%	11	
	Noveno Ciclo	23	2%	6	
	Décimo Ciclo	30	3%	7	
Contabilidad	Quinto Ciclo	40	3%	10	50
	Sexto Ciclo	38	3%	9	
	Séptimo Ciclo	26	2%	6	
	Octavo Ciclo	39	3%	10	
	Noveno Ciclo	31	3%	8	
	Décimo Ciclo	32	3%	8	
Educación Primaria Intercultural	Quinto Ciclo	36	3%	9	56
	Sexto Ciclo	45	4%	11	
	Séptimo Ciclo	49	4%	12	
	Octavo Ciclo	41	3%	10	
	Noveno Ciclo	23	2%	6	
	Décimo Ciclo	34	3%	8	
Ingeniería Agroindustrial	Quinto Ciclo	29	2%	7	37
	Sexto Ciclo	37	3%	9	
	Séptimo Ciclo	26	2%	6	
	Octavo Ciclo	19	2%	5	
	Noveno Ciclo	24	2%	6	
	Décimo Ciclo	15	1%	4	
Ingeniería de Sistemas	Quinto Ciclo	39	3%	10	40
	Sexto Ciclo	38	3%	9	
	Séptimo Ciclo	20	2%	5	
	Octavo Ciclo	31	3%	8	
	Noveno Ciclo	17	1%	4	
	Décimo Ciclo	18	2%	4	
Ingeniería Ambiental	Quinto Ciclo	37	3%	9	52
	Sexto Ciclo	37	3%	9	
	Séptimo Ciclo	45	4%	11	
	Octavo Ciclo	26	2%	6	
	Noveno Ciclo	32	3%	8	
	Décimo Ciclo	34	3%	8	
TOTAL		1183	100%	290	290

Nota. Información obtenida de Registros Académicos de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2023 – II.

Anexo 6: Ficha de validación de juicio de expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Bryan Tello Talo

Grado Académico: MAESTRO EN CONTABILIDAD CON MENCIÓN EN AUDITORIA
MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Fecha: 11.1.2023

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

Sin observaciones

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Sin observaciones

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Sin observaciones

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE MARÍA GUADALUPE

Mg. CPC. Bryan Manuel Tello Talo
DOCENTE

Sello y Firma del Evaluador

DNI: 70008328

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Esther Reyna Merino Ascue
Grado Académico: MAESTRO
Fecha: 12/1/2023

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

Se cumple

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Si hay coherencia en el instrumento con respecto a las dimensiones e indicadores

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Se aplicó el grupo muestral con fórmula estadística de manera correcta

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.

 UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARCE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
DEPARTAMENTO DE LICENCIADO DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Esther A.
Mgtr. Esther Reyna Merino Ascue
DOCENTE
CLAD: 09715

Sello y Firma del Evaluador
DNI: 4355.6155

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Rosa Nelida Ascue Ruiz
Grado Académico: Magister
Fecha: 14/12/2023

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

Si cumple

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Es aceptable

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Es bueno

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ANDEWARAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES

Rosa Nelida Ascue Ruiz
Mgtr. Rosa Nelida Ascue Ruiz

DOCENTE
CLAB: N° 00000
Sello y Firma del Evaluador
DNI: 44346773

Anexo 7: Matriz de datos

*Sin título1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	RSU	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	V1D1	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	V1D2	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	V1D3	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	V1D4	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	IMI	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	V2D1	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	V2D2	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	V2D3	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Var1	Numérico	5	0	RSU (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Var1Dim1	Numérico	5	0	V1D1 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Var1Dim2	Numérico	5	0	V1D2 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Var1Dim3	Numérico	5	0	V1D3 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Var1Dim4	Numérico	5	0	V1D4 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
15	Var2	Numérico	5	0	IMI (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Var2Dim1	Numérico	5	0	V2D1 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Var2Dim2	Numérico	5	0	V2D2 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Var2Dim3	Numérico	5	0	V2D3 (Agrupada)	{1, Muy mal...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
19											
20											
21											
22											

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Anexo 8: Recodificación de variables y dimensiones

*Sin título1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	RSU	V1D1	V1D2	V1D3	V1D4	IMI	V2D1	V2D2	V2D3	Var1	Var1Dim1	Var1Dim2	Var1Dim3	V
1	114,00	37,00	26,00	23,00	28,00	32,00	10,00	11,00	11,00	Regular	Regular	Regular	Regular	
2	123,00	42,00	29,00	28,00	24,00	33,00	11,00	9,00	13,00	Regular	Bueno	Regular	Regular	
3	163,00	50,00	34,00	38,00	41,00	40,00	10,00	17,00	13,00	Muy bueno	Muy bueno	Bueno	Muy bueno	
4	141,00	39,00	32,00	33,00	37,00	33,00	10,00	10,00	13,00	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	
5	68,00	25,00	19,00	10,00	14,00	19,00	4,00	4,00	11,00	Malo	Malo	Malo	Muy malo	
6	94,00	30,00	16,00	26,00	22,00	34,00	10,00	13,00	11,00	Malo	Regular	Malo	Regular	
7	126,00	33,00	33,00	30,00	30,00	29,00	7,00	11,00	11,00	Regular	Regular	Bueno	Bueno	
8	156,00	54,00	35,00	31,00	36,00	40,00	10,00	16,00	14,00	Bueno	Muy bueno	Bueno	Bueno	
9	110,00	35,00	26,00	25,00	24,00	28,00	9,00	11,00	8,00	Regular	Regular	Regular	Regular	
10	125,00	38,00	25,00	28,00	34,00	33,00	10,00	7,00	16,00	Regular	Regular	Regular	Regular	
11	152,00	47,00	29,00	34,00	42,00	38,00	11,00	12,00	15,00	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	
12	163,00	47,00	33,00	39,00	44,00	43,00	12,00	15,00	16,00	Muy bueno	Bueno	Bueno	Muy bueno	
13	95,00	32,00	17,00	17,00	29,00	27,00	10,00	8,00	9,00	Malo	Regular	Malo	Malo	
14	130,00	38,00	26,00	33,00	33,00	40,00	10,00	14,00	16,00	Bueno	Regular	Regular	Bueno	
15	165,00	51,00	35,00	39,00	40,00	37,00	12,00	13,00	12,00	Muy bueno	Muy bueno	Bueno	Muy bueno	
16	174,00	50,00	39,00	38,00	47,00	41,00	12,00	16,00	13,00	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno	
17	144,00	45,00	29,00	33,00	37,00	38,00	10,00	14,00	14,00	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	
18	180,00	60,00	45,00	37,00	38,00	37,00	10,00	14,00	13,00	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno	Bueno	
19	102,00	33,00	29,00	19,00	21,00	31,00	9,00	12,00	10,00	Regular	Regular	Regular	Malo	
20	106,00	38,00	23,00	21,00	24,00	37,00	9,00	12,00	16,00	Regular	Regular	Regular	Regular	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Anexo 9: Autorización para realizar la encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ANDAHUAYLAS



Andahuaylas, 11 de diciembre del 2023

CARTA MULTIPLE N° 020-2023/RHC-X-EPAE/UNAJMA

SEÑOR (es):

Dr. JOAQUIN MACHACA REJAS

Director de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

Mgtr. EYNER Y. BRAVO FRANCO

Director de la Escuela Profesional de Contabilidad

Dr. JUAN SOLANO GUITIERRÉZ

Director de la Escuela Profesional de Educación Primaria Intercultural

Mgtr. DAVID J. RAMOS HUALLPARTUPA

Director de la Escuela Profesional de Ingeniería Agroindustrial

Dr. MANUEL O. FERNÁNDEZ ATHÓ

Director de la Escuela profesional de Ingeniería Ambiental

Dr. NORMA LORENA CATACORA FLORES

Directora de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas



ASUNTO: PERMISO PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente, y mediante el presente documento manifestarle lo siguiente: yo Ronald Huamán Cuya, con DNI N° 73989428, código 1100420191, estudiante de X sigo de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas.

En marco del desarrollo de investigación para el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, titulada "RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA E IMAGEN INSTITUCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, PROVINCIA DE ANDAHUAYLAS – APURÍMAC, 2023", que tiene como población y muestra a los estudiantes de las seis escuelas profesionales: Administración de Empresas, Contabilidad, Educación Primaria Intercultural, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Ambiental, de quinto (5°) a décimo (10°) ciclo, matriculados en el semestre 2023 – II, de la Universidad Nacional José María Arguedas.

Para lo cual solicito: Permiso para la aplicación de instrumento para el recojo de información

Sin otro particular aprovechamos la oportunidad para expresarle los sentimientos de nuestra especial consideración.

Atentamente,



RONALD HUAMÁN CUYA
DNI: 73989428



Correo: Rhuamancuya01@gmail.com

Teléfono: 917923645

Anexo 10: Aplicación del instrumento de investigación (Cuestionario)





**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS**
Licenciada por la Sunedu

**FORMATO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL DIGITAL (RIDUNAJMA)**

1. DATOS DEL AUTOR

Nombres y Apellidos: Ronald Huamán Cuya
DNI / Carnet de Extranjería: 73989428
Pasaporte N°:
Correo institucional: 1100420191@unajma.edu.pe
Teléfono / Celular: 917923645
Correo electrónico: 1100420191@unajma.edu.pe

2. GRADO, TÍTULO O ESPECIALIZACIÓN (Marque con una X)

Bachiller	Título profesional	Magister	Doctor	Segunda Especialidad
	X			

3. TIPO DE PUBLICACIÓN (Marque con una X)

Tesis	Trabajo académico	Trabajo de investigación	Trabajo de Suficiencia profesional
X			

Título: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA E IMAGEN INSTITUCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, PROVINCIA DE ANDAHUAYLAS – APURÍMAC 2023.

Asesor: Dr. Joaquin Machaca Rejas

Coasesora: Mgtr. Faviola Llacchua Quino

Año: 2024

Unidad Académica: Escuela Profesional de Administración de Empresas



Firma
DNI: 73989428
Ronald Huamán Cuya





LICENCIAS

Licencia Estándar

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional Digital de la UNAJMA

Con la autorización de depósito de mi trabajo de investigación, otorgo a la Universidad Nacional José María Arguedas, una Licencia No Exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi trabajo de investigación (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conmemorarse, a través de los diversos servicios provistos por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Institucional Digital de la UNAJMA, Colección de Tesis, entre otros, en el Perú y en el extranjero, por el tiempo y veces que considere necesarias, y libre de remuneraciones.

En virtud de dicha Licencia, la Universidad Nacional José María Arguedas, podrá reproducir mi trabajo de investigación en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con los propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que el trabajo de investigación es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicho trabajo de investigación es original y no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Nacional José María Arguedas consignará el nombre del/los autor/es del trabajo de investigación, y no les hará ninguna modificación más de la permitida en la presente licencia.

Autorizo el depósito (marque con una X)

SI autorizo que se deposite inmediatamente

NO autorizo

Fecha 26-07-2024




.....

Firma
DNI: 73989428
Ronald Huamán Cuya



21001:2018