

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y SU CONTRIBUCIÓN AL
DESARROLLO DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR
ORREGO CAMPUS FILIAL PIURA – 2019**

Línea de Investigación:

Gerencia e innovación

Autoras:

Br. LANDA VÁSQUEZ, Valeria Fernanda

Br. VALDIVIEZO PROAÑO, Tatiana Yrinova

Asesor:

Mg. ZAPATA CHAU, Jorge Miguel

PIURA, PERÚ

2020

Fecha de sustentación: 2020/11/17

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “La responsabilidad social universitaria y su contribución al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019” luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,

Br. Landa Vásquez, Valeria Fernanda

Br. Valdiviezo Proaño, Tatiana Yrinova

DEDICATORIA

A nuestros padres, quien han formado parte de nuestra motivación día a día y además nos han brindado su apoyo incondicional en cada etapa de nuestra vida profesional.

A los familiares que han participado en el desarrollo de esta investigación.

A nuestros amigos más cercanos, quienes con su apoyo permitieron la culminación y éxito de esta investigación.

A los docentes, quienes con su enseñanza y experiencia nos han brindado los conocimientos necesarios para el desarrollo y término de la presente investigación.

Valeria & Tatiana

AGRADECIMIENTO

A Dios, pues nos ha brindado la salud y la vida, igualmente a nuestros padres, familiares y amigos. Porque nos brindó la tranquilidad para continuar con el desarrollo de nuestra investigación.

A nuestros padres, por su apoyo incondicional y su amor inefable.

A nuestros docentes, quienes pusieron sus conocimientos a nuestra disposición.

Valeria & Tatiana

RESUMEN

El principal objetivo de la presente investigación de esta tesis fue evaluar la responsabilidad social universitaria y determinar su contribución al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura en el año 2019. Partimos de una realidad problemática que nos llevó a preguntarnos ¿La responsabilidad social universitaria contribuye al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura en el año 2019? Planteando como hipótesis que, la responsabilidad social universitaria contribuye positivamente al desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019. Este estudio se llevó a cabo sobre una población de alumnos, docentes y administrativos, que suman 7786 personas, de estas mediante un muestreo probabilístico se obtuvieron una muestra de 367 personas que fueron objeto de estudio, los datos se recolectaron a través de la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, el cual consta de 20 preguntas. Después de recoger y procesar los datos, se llegó a la conclusión de que, existe una relación baja pero positiva entre la responsabilidad social universitaria y el desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019, es decir, que si se realizan actividades de responsabilidad social universitaria esto mejorará la imagen que tiene la universidad frente a la población, por lo tanto, la responsabilidad social universitaria contribuye positivamente a la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.

Palabras claves: responsabilidad social universitaria, imagen institucional.

ABSTRACT

The main objective of the present investigation of this thesis was to evaluate the university social responsibility and determine its contribution to the development of the image of the Private University Antenor Orrego, branch campus Piura in 2019. We start from a problematic reality that led us to ask ourselves: University social responsibility contributes to the development of the image of the Antenor Orrego Private University, branch campus Piura in 2019? Posing as a hypothesis that, university social responsibility contributes positively to the development of the institutional image of the Antenor Orrego Private University, Piura subsidiary - 2019. This study was carried out on a population of students, teachers and administrators, totaling 7786 people, from These through a probability sampling obtained a sample of 367 people who were the object of study, the data were collected through the survey technique with the questionnaire instrument, which consists of 20 questions. After collecting and processing the data, it was concluded that there is a low but positive relationship between university social responsibility and the development of the image of the Antenor Orrego Private University campus branch Piura - 2019, that is, yes University social responsibility activities are carried out this will improve the image that the university has in front of the population, therefore, university social responsibility contributes positively to the institutional image of the Antenor Orrego Private University Piura subsidiary - 2019.

Keywords: university social responsibility, institutional image.

ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Problema de investigación.....	12
1.2. Objetivos.....	14
1.2.1. Objetivo general	14
1.2.2. Objetivos específicos.....	14
1.3. Justificación del estudio.....	14
1.3.1. Justificación teórica	14
1.3.2. Justificación metodológica:.....	15
1.3.3. Justificación social:.....	15
1.3.4. Justificación práctica:	15
II. MARCO DE REFERENCIA.....	17
2.1. Antecedentes del estudio	18
2.1.1. Antecedentes Internacionales	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales	19
2.1.3. Antecedentes Locales	21
2.2. Marco Teórico.....	23
2.2.1. Responsabilidad social universitaria.....	23
a. Marco normativo e institucional	23
b. Políticas de la responsabilidad social universitaria y el modelo educativo de la Universidad Privada Antenor Orrego.....	24
c. Actividades de responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego.....	25
d. Ámbito que alcanza la responsabilidad social universitaria	28
e. Orientaciones estratégicas de responsabilidad social universitaria	28
f. Principios de responsabilidad social universitaria.....	29
g. Pasos para la implementación de la responsabilidad social universitaria	30

h.	Beneficio que trae la responsabilidad social para la universidad.....	30
i.	Fines de la responsabilidad social para la universidad.....	31
j.	Dimensiones de la responsabilidad social universitaria.....	32
2.2.2.	Imagen institucional.....	33
a.	Importancia estratégica de la imagen institucional.....	33
b.	Ventajas del desarrollo de una imagen institucional.....	33
c.	Proceso de generación de una imagen institucional.....	33
d.	Elementos de la imagen institucional.....	34
e.	Dimensiones de la imagen institucional.....	34
2.3.	Marco conceptual.....	34
2.4.	Sistema de Hipótesis.....	36
2.5.	Variables e indicadores.....	37
III.	METODOLOGÍA.....	38
3.1.	Tipo y nivel de investigación.....	39
3.1.1.	Tipo:.....	39
3.1.2.	Nivel de investigación:.....	39
3.2.	Población y muestra de estudio.....	39
3.2.1.	Población:.....	39
3.2.2.	Marco muestral:.....	39
3.2.3.	Unidad de análisis.....	39
3.2.4.	Muestra.....	39
3.3.	Diseño de contrastación.....	40
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
3.5.	Procesamiento y análisis de datos.....	41
IV.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	43
4.1	Análisis e interpretación de resultados.....	44
4.2	Docimasia de hipótesis.....	50
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	52
5.1.	DISCUSIÓN.....	53
	CONCLUSIONES.....	56
	RECOMENDACIONES.....	57
	ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1	Percepción del impacto organizacional de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....44
Tabla 2	Percepción del impacto educativo de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura45
Tabla 3	Percepción del impacto cognitivo y epistemológico de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....46
Tabla 4	Percepción del impacto social de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....47
Tabla 5	Percepción de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura48
Tabla 6	Desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura.....49
Tabla 7	Relación de la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura50
Tabla 8	Prueba estadística de Chi – cuadrado50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Figura 1	Percepción del impacto organizacional de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....44
Figura 2	Percepción del impacto educativo de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura45
Figura 3	Percepción del impacto cognitivo y epistemológico de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....46
Figura 4	Percepción del impacto social de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.....47
Figura 5	Percepción de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura48
Figura 6	Desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura.....49

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

La Responsabilidad social universitaria (RSU) en las Instituciones de Educación Superior (IES) según Ojeda & Álvarez (2014) siempre se ha conocido como la Función Social de las Universidades, ubicando a las primeras para América Latina en la Congreso Internacional de Estudiantes Americanos celebrada en 1908 en Montevideo, Uruguay, a partir de la cual el término de expansión universitaria formó la base para la reforma de Córdoba de 1918, además añaden que la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2002, a través de la Resolución 57/254 proclamó el periodo 2005–2014 como el Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible y ha designado a la UNESCO como el órgano de gobierno y coordinación para estos objetivos. En 2009, la UNESCO ratificó las metas y misiones establecidas en 1998, al tiempo que aumentó la necesidad de que la educación superior contribuya al desarrollo sostenible.

La responsabilidad universitaria no es solo promover la mejora social, sino también la importancia del sentido y la participación de la Universidad en la misma comunidad. Esta es la apertura de la ventana para que la universidad pueda mirar hacia afuera, mientras que uno puede verlo desde afuera como un buen vecino que es miembro de la comunidad, (Beltrán, Iñigo & Mata, 2014:8).

El Perú, de acuerdo con Duarte (2015) durante varios años, las universidades crearon áreas de responsabilidad social corporativa que tenían diferentes nombres, como la promoción social y la expansión universitaria. A través de estas áreas, buscó brindar apoyo a las comunidades necesitadas que generalmente se ubicaban en áreas urbanas marginales y rurales con un enfoque caritativo, es decir, asistencialista o paternalismo. Del mismo modo, la actitud que la universidad ha adoptado y sigue siendo generalmente reaccionaria porque las decisiones, basadas en los problemas presentados, se toman para promover la resolución de problemas. El profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Duarte (2015) afirma que el papel principal de la universidad es desarrollar las funciones de aprendizaje, investigación y responsabilidad social corporativa. En el caso de Perú, las diferentes universidades se centran en las dos primeras funciones y ponen menos énfasis en la contribución que la universidad puede hacer a los miembros y grupos organizados en la comunidad nacional que tienen necesidades urgentes y no tienen los recursos y las habilidades para resolver sus

problemas. Esto corresponde a las políticas de cada institución y la cultura organizacional actual en este momento.

En nuestro país existe actualmente un fuerte interés de conocer qué esfuerzos y de que formas las universidades están colaborando o promoviendo proyectos de responsabilidad social en beneficio de sus ciudadanos y para su desarrollo. Poco tiempo atrás, este problema no tenía un impacto significativo en el desempeño económico de las universidades, pero esto ha cambiado por la demanda del mercado y el aumento de la competencia, obligando a las instituciones a lograr la sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo. La imagen de la institución que la universidad crea en los grupos de interés está asociada a actividades que la hacen cada día más competitiva, ayudándola a mejorar esta relación, logrando metas comunes y traer más beneficios a ambas partes, (Vallaey, 2014).

Durante muchos años, los esfuerzos de la universidad han estado estrechamente vinculados al crecimiento de la región, lo que hace que la universidad amplíe sus actividades, generando más empleo y desarrollo económico – social a los colaboradores con las que trabaja y sus comunidades asociadas. Estas instituciones han adoptado la política de responsabilidad social universitaria, que ha estado vigente durante varios años, y como resultado, las universidades se han ganado una reputación muy importante a nivel nacional desde el punto de vista de proveedores, los clientes y la sociedad en general, (Ruiz, 2018).

La Universidad Privada Antenor Orrego ha llevado a cabo diversas actividades de responsabilidad social universitaria, en el campus filial Piura, estas han involucrado tanto a docentes, como estudiantes y personal administrativo, por ejemplo, en su plataforma virtual UPAO (2019), se hizo conocimiento de la Semana de Responsabilidad Social Universitaria, con el lema “Y tú, ¿qué sociedad estás construyendo?”, la cual se llevó a cabo desde el 23 al 26 de octubre, donde se han observado campañas de salud realizadas por estudiantes de las facultades de medicina humana y ciencias de la salud, actividades académicas, deportivas, también se han organizado actividades pro ambientalistas, como la limpieza de la playa del Ñuro, proceso de responsabilidad social universitaria como una actividad programada dentro del Plan de

Responsabilidad Social Universitaria. Todas estas actividades deberían tener un impacto en la imagen que perciben las personas acerca de la universidad.

Por ello, el presente trabajo de investigación busca determinar si la responsabilidad social universitaria contribuye al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura 2019.

Enunciado del problema

¿La responsabilidad social universitaria contribuye al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura en el año 2019?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Evaluar la responsabilidad social universitaria y determinar su contribución al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura en el año 2019.

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer la percepción del impacto organizacional, educativo, cognitivo y social de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.
- Identificar la percepción de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.
- Evaluar el desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.
- Determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

Desde el punto de vista teórica, la investigación busca a través de la aplicación de la teoría demostrar como el desarrollo de la responsabilidad social universitaria, al generar un impacto en la sociedad contribuye al desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura.

1.3.2. Justificación metodológica:

El desarrollo y uso de métodos de recolección de datos para cada uno de los aspectos a desarrollar serán analizados a través de métodos científicos y validados, además podrán ser utilizados en próximos trabajos de investigación en otras instituciones educativas.

1.3.3. Justificación social:

Socialmente la investigación se justifica debido a que permite evaluar como la responsabilidad social universitaria y como las actividades que realizan tiene un impacto social, ya que sus acciones tienen consecuencias en el entorno y esto contribuye a la construcción y proyección de la imagen institucional de la Universidad privada Antenor Orrego filial Piura.

1.3.4. Justificación práctica:

Este estudio será de utilidad y aplicable en la Universidad Privada Antenor Orrego. Servirá como antecedente para otras instituciones similares que buscan la determinación del rol social de la universidad sobre la imagen de esa institución. De manera similar, servirá como referencia bibliográfica para los estudiantes en futuras investigaciones que realicen.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Gil (2013) *La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva ambiental: universidad y desarrollo sustentable* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de México. México. En esta investigación, el autor propone un enfoque cualitativo, no experimental, de naturaleza descriptiva, utilizando la siguiente hipótesis: Los sistemas de manejo ambiental de las universidades del país están estructurados en relación con los requisitos de sostenibilidad más importantes.

El autor concluye

Un análisis de los resultados logrados por las universidades en diferentes estados del país muestra que han respondido tratando de aproximar los requisitos ambientales en la forma en que funcionan sus universidades. La respuesta más común fue establecer un comité ambiental para desarrollar los programas de capacitación necesarios. Los sistemas de gestión ambiental en las universidades están estructurados principalmente en electricidad y agua potable.

Las iniciativas para la energía alternativa en las universidades son mínimas. El único informe encontrado es que ha instalado paneles solares en los estacionamientos y sus accesos comunes más importantes. El mismo fenómeno existe en las universidades que analizan el tema del agua. Las medidas están destinadas a ahorrar, retrasando los beneficios obvios de los propios proyectos de sostenibilidad, como la recolección de agua de lluvia y plantas de tratamiento de residuos, entre otras.

La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva analizada se traduce en un compromiso de contribuir a resolver los desafíos ambientales que enfrenta la humanidad. La educación para la sostenibilidad no es una elección sino una prioridad. Es un asunto para las sociedades globales. Por lo tanto, hacer de la universidad un entorno sostenible requiere la participación de todos los interesados.

Gaete (2015) *Responsabilidad Social Universitaria: Una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas* (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid. España. El presente estudio intenta proponer un modelo para la responsabilidad social de la Universidad en el caso de la Universidad de Valladolid (UVa), a partir de los datos obtenidos de

entrevistas realizadas con diversos interesados en UVa, a través de un estudio de caso cualitativo. Se formula la siguiente hipótesis: Los factores sociales en la comunidad de Valladolid consideran un prestigio positivo para la educación vocacional proporcionada por UVa para satisfacer las necesidades de la ciudad.

El autor concluye

La simple aplicación de medidas externas basadas en codificaciones previas (generalmente a través de la investigación) no es suficiente para analizar las representaciones sociales que resultan de la relación entre los factores sociales.

De esta manera, en nuestra opinión, el análisis de la responsabilidad social en la universidad implica la observación del desarrollo del proyecto universitario con la enseñanza, la investigación y la gestión en su conjunto, en relación con la relación de la universidad directa o indirectamente con la sociedad, y especialmente con las partes interesadas.

De esta manera, como se trata de una investigación cualitativa, la construcción del concepto de responsabilidad social universitaria evolucionará desde el punto de vista de los discursos de las universidades interesadas, o como Beltrán (1991) explica de manera "emic". Por lo tanto, primero se centrará en: La importancia que los actores sociales agregan al trabajo universitario, el contenido de las discusiones que pueden estar relacionadas con el concepto de responsabilidad social corporativa en la universidad, la comprensión del concepto de cuáles son los posibles "efectos" de los discursos pronunciados puede tener, y en última instancia, la profundidad, densidad y extensión del significado dado por los interesados de la idea analizada y sus elementos relevantes.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Ybañez (2018) *Responsabilidad social e imagen institucional del puesto de control migratorio del aeropuerto internacional Jorge Chávez* (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. En esta investigación, el autor propone un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental - transversal - correlacional, utilizando la siguiente hipótesis. Existe una relación positiva entre la responsabilidad social corporativa y la imagen institucional de los usuarios del Control de Inmigración en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Callao 2017

El autor concluye

El estudio de la presente investigación tuvo como objetivo general identificar la relación entre la responsabilidad social y la imagen institucional del puesto de Control Migratorio en los usuarios.

La población estuvo compuesta por usuarios del servicio de control de inmigración y la muestra fue de 323 usuarios con muestreo basado en la probabilidad. La técnica de recopilación de datos fue la encuesta y las herramientas de recopilación de datos fueron dos cuestionarios que fueron debidamente validados por expertos e identificaron su fiabilidad a través de las estadísticas Alpha de Cronbach con resultados de 0.883 y 0.883 que muestran una gran fiabilidad. Se extrajeron las siguientes conclusiones: el nivel de responsabilidad social corporativa y el cuadro institucional se encontraron con valores promedio de 45.51% y 54.80% respectivamente. La correlación entre las dos variables es positiva, como resultado de la implementación de la prueba Rho Spearman, que mostró un coeficiente de correlación $r = 0.555$, además el valor del nivel de significancia fue $p = 0.01$, menor que el de $p = 0.05$, por lo que la hipótesis nula H_0 fue rechazado y se cree que existe una relación significativa entre la responsabilidad social corporativa y la imagen institucional de los usuarios de control de inmigración en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Callao, para el año 2017.

Huarachi (2016) *Responsabilidad social e imagen institucional del personal con labores administrativas en el hospital Herminio Valdizán en la ciudad de Lima*. (Tesis magister). Universidad Cesar Vallejo. Perú. En la presente investigación encontramos un estudio de tipo sustantiva, con un diseño no experimental, de corte transversal correlacional. El objetivo principal fue determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y la imagen institucional de los empleados con funciones administrativas en el Hospital Hermilio Valdizán, 2016.

La autora concluye:

Esta investigación comenzó con el problema. ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social corporativa y la imagen institucional de los empleados con tareas administrativas en el Hospital Hermilio Valdizán, 2016? Dicha institución tenía una población de 231 de la cual se extrajo una muestra de 145.

En la investigación se utilizó como técnica la encuesta y la evaluación de expertos validó un cuestionario para cada variable, su confiabilidad se determinó utilizando Alpha de Cronbach; cuyos resultados fue de RSC = 0.897 e Imagen institucional = 0.876, del mismo modo, se usó el método de prueba no paramétrico, el análisis se realiza con la prueba de Spearman y toma un resultado $r = a$ a un nivel de significancia $p < 0.05$. Los resultados concluyeron que: Existe una correlación significativa entre la responsabilidad social corporativa y la imagen institucional de los empleados con funciones administrativas en el Hospital Hermilio Valdizán, 2016 (Rho de Spearman = 0.614 correlación positiva $p < 0.05$).

2.1.3. Antecedentes Locales

Ferradas (2014) *Mejoramiento de la Imagen Corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la ciudad de Trujillo 2013*. (Tesis de licenciatura). Trujillo. Perú. La presente investigación tiene como hipótesis La imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario mejorará significativamente al utilizar la estrategia de desarrollo de marca en la ciudad de Trujillo en el año 2013; y para la contratación de hipótesis se utilizó el diseño “No Experimental – Transversal” de una sola casilla, perteneciente a los diseños preexperimentales.

El autor concluye:

El objetivo de esta investigación es diseñar una estrategia de desarrollo de marca para mejorar la imagen corporativa de Cooperativa de Ahorro y Crédito de Nuestra Señora del Rosario en Trujillo. Los objetivos específicos son diagnosticar la imagen corporativa actual de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario en Trujillo; Analizar la política, filosofía, cultura, misión y visión de la cooperativa y el grado de impacto en la construcción de identidad y finalmente Determinar los indicadores predominantes de desarrollo de marca para los clientes.

Han participado 317 clientes de 1800 y 24 empleados en esta investigación, con las siguientes distinciones: 7 jefes de área y 17 administrativos de Cooperativa de Ahorro y Nuestra Señora del Rosario de Trujillo. Se utilizó el

cuestionario como técnica de investigación, así como el focus groups y análisis de documentación para recopilar información.

Los resultados de la encuesta revelaron las opiniones y actitudes de los clientes y empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario en Trujillo con respecto a la imagen corporativa de la institución, y así fue posible identificar que esta no es suficiente. Por lo que se concluye que es necesario diseñar una estrategia de desarrollo de marca para mejorar la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario en Trujillo.

Bazalar (2017). *Lineamientos de responsabilidad social empresarial para la gestión del fondo nacional de desarrollo pesquero – zonal Paita, Piura – 2017*. (Tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú.

El autor concluye:

La investigación tiene como objetivo principal determinar los lineamientos de responsabilidad social corporativa requeridas para la gestión del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero - Zonal Paita, Piura - 2017. El tipo de investigación se utilizó de acuerdo con el propósito: dependiendo del nivel o alcance, fue una investigación descriptiva y de acuerdo con el tiempo fue transversal. Se usó un diseño no experimental, debido a que no hubo manipulación deliberada de las variables. Las técnicas para la recopilación de datos fueron las encuestas para empleados y residentes de Paita. La población de estudio consistió en los empleados de la fundación y la población de Paita en el grupo de edad de 20 a 64 años (50,988 personas). Se utilizó un muestreo aleatorio simple. Se concluyó que el Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero, Zonal Paita, lleva a cabo prácticas de responsabilidad social interna, incluso cuando factores como el centralismo administrativo limitan aspectos como el pago.

En cuanto se trata de responsabilidad social corporativa externa, mantienen un desempeño favorable, aunque es necesaria una mayor interacción con la comunidad y los proveedores locales.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Responsabilidad social universitaria

a. Marco normativo e institucional

- **Constitución Política del Perú**

Artículo 1. La protección humana y el respeto por la dignidad humana son los principales objetivos de la sociedad y del estado.

- **Ley Universitaria 30220 (promulgada el 09 de julio 2014)**

Artículo 6. Fines de la universidad:

- Formar expertos profesionales de calidad con integridad y un completo sentido de responsabilidad social, de acuerdo con las necesidades del país.
- Proyectar a las comunidades sus acciones y servicios para promover el cambio y el desarrollo.
- Servimos a la comunidad con un desarrollo integral.

Artículo 124. Responsabilidad social universitaria:

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. Compromete a toda la comunidad universitaria.

Artículo 125. Medios de promoción de la responsabilidad social universitaria:

Cada universidad promueve la implementación de la responsabilidad social y reconoce el esfuerzo de los eventos y miembros de la comunidad universitaria para tal fin; invirtiendo más del 2% del presupuesto en este sentido, ideando formas de impulsar su desarrollo a través de proyectos de responsabilidad social y generando financiación competitiva para estos fines. El proceso de acreditación universitaria toma el enfoque de responsabilidad

social y discute a nivel de acreditación en el ámbito académico, la investigación, la participación, el desarrollo y expansión social, los servicios y temas ambientales e institucionales.

- **Marco normativo**

- Modelo de Licenciamiento. Resolución del Consejo Directivo N°006-2015-SUNEDU/CD. 13 noviembre 2015.
- Modelo de Acreditación para programas de Estudios de Educación Superior Universitaria. SINEACE 21 de marzo de 2016.

- **Marco institucional**

- Estatuto UPAO, (aprobado mediante resolución N° 311-2019-CD-UPAO).
- Reglamento General UPAO vigente.
- Modelo Educativo UPAO vigente, (diciembre 2019).
- Reglamento Académico UPAO vigente.
- Plan estratégico Institucional 2017 – 2021, (aprobado mediante resolución N° 0306-2016-CD-UPAO).
- Directiva académica 2019, (aprobado mediante resolución N° 305-2019-CD-UPAO).

b. Políticas de la responsabilidad social universitaria y el modelo educativo de la Universidad Privada Antenor Orrego

La política de responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego se basa en su modelo educativo y tiene como objetivo promover una mejor gestión ética en todos los procesos educativos, comprometidos con la creación y difusión de conocimientos tecnológicos y científicos relacionados con el desarrollo sostenible de las comunidades y la mejora de la calidad de vida; buscando formar profesionales socialmente responsables, líderes que promuevan el respeto y la protección del medioambiente y la sociedad.

Dependiendo del impacto que la universidad tenga en su entorno, el alcance de responsabilidad social universitaria se apoya en el modelo académico de la Universidad de Antenor Orrego en base a tres ejes o lineamientos.

- **Gestión ética y de calidad en el contexto institucional:** El funcionamiento de las instituciones y las decisiones de acuerdo con los marcos normativos

y procedimientos administrativos que sean coherentes con la visión y misión de la universidad, fundamentados en la formación moral, ya sea en el honestidad, el respeto o la justicia. Respetando el clima laboral, la normatividad en los procesos de transparencia, acceso a la información y gestión ambiental.

- **Investigación socialmente responsable:** El desarrollo de líneas de investigación que permitan la producción, uso y difusión de conocimientos sociales esenciales y productos científicos enfocados al desarrollo humano sustentable, particularmente a la comunidad de Piura.
- **Formación universitaria integral, con extensión al entorno social:** Formación de profesionales e investigadores en programas locales e internacionales, logrando un perfil de egresado, sustentado en su compromiso y vinculación con el contexto inmediato bajo el modelo académico de la Universidad Privada Antenor Orrego. Promover actividades comunitarias en beneficio de las organizaciones de la sociedad civil, los grupos sociales más vulnerables y la gestión ambiental. Desarrollar y difundir el conocimiento, la ciencia y la tecnología, teniendo en cuenta las realidades regionales, nacionales e internacionales con miras a responder eficazmente las problemáticas sociales en la plena implementación de la democracia y la justicia social.

c. Actividades de responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego

- **Y tú ¿Qué sociedad estás construyendo?**

Del 21 al 26 de octubre, la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) desarrolló la semana de la responsabilidad social universitaria denominada: “Y tú, ¿qué sociedad estás construyendo?”, que buscó promover espacios de diálogo desde la academia que permitan reflexionar sobre el compromiso que tienen los miembros de la comunidad orreguiana en la construcción de una mejor sociedad.

El desarrollo de estas actividades estuvo a cargo de la Oficina de Responsabilidad Social Universitaria (ORSU) y, en respuesta a la interrogante que engloba la semana de la RSU, las escuelas profesionales expusieron las acciones que ejecutan en esta materia.

Estas exposiciones fueron presentadas por los responsables del proceso de RSU de las escuelas profesionales, la que están enmarcadas dentro de las políticas institucionales de adecuación al entorno y protección del ambiente y derechos humanos, equidad e inclusión social, y están orientadas a contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), planteados en la Agenda 2030 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Estas exposiciones se realizaron el 21 de octubre de 8 a.m. a 1 p.m. & de 4 p.m. a 7 p.m, y el 22 de octubre de 4 p.m. a 7 p.m. en el auditorio del edificio E. En las exposiciones, también se mostraron las zonas donde la UPAO viene interviniendo en responsabilidad social universitaria.

- **Pedalea y corre por una mejor calidad de vida con UPAO**

En el marco de la IX Semana de Responsabilidad Social (RSU) 2019, organizada por la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), a través de su oficina de RSU, realizó el 26 de octubre la 9° Biciesteada y 1° Carrera de 5 k “Un día sin Smog”, con el fin de promover el uso de bicicletas y reducir los niveles de CO₂ del planeta, así como la actividad física para una mejor calidad de vida.

Estas actividades recreativas estuvieron lideradas por los integrantes de los equipos deportivos y elencos artísticos que representan a la universidad en competencias y festivales nacionales. El objetivo fue convocar a la mayor cantidad de estudiantes, profesores, administrativos y egresados del campus Piura. La partida y la llegada fue la puerta principal de la universidad.

“A través de estas actividades recreativas buscaron concienciar a la población sobre la importancia de combatir todo tipo de contaminación para promover una mejor calidad de vida en la población”, comentó el jefe de la Oficina de Responsabilidad Social Universitaria, magíster Oscar Ñique Cadillo.

El funcionario agregó que también se busca suscitar un estilo de vida saludable con la práctica actividades físicas, como el ciclismo y el runnig para salir del sedentarismo y así prevenir enfermedades. Además, de motivar en la ciudadanía el transporte en bicicleta, bajo el lema “Un días sin smog”.

- **UPAO en acción**

La Universidad Privada Antenor Orrego realizó la conferencia “Llevando la RSU de la teoría a la acción”. La ponencia estuvo a cargo del ponente Dr. Ricardo Ugaz, consultor de Recursos Humanos y ética; docente de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), además de ser colaborador del Banco Interamericano de Desarrollo de Estados Unidos.

El especialista en Responsabilidad Social y Gestión empresarial compartió con los asistentes importantes definiciones de RSU, la importancia de mapeo e identificación de grupos de interés, además de proporcionar matrices de trabajo que permitirán priorizar actividades de proyección social que sean eficientes en aspectos económicos, sociales y ambientales.

El evento se realizó con el objetivo de sensibilizar a los alumnos y docentes en consecución del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la agenda 2030 para contribuir a la consecución de un mundo mejor.

- **Administración de UPAO Piura expone proyectos de Rsu**

La Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) desarrolló una jornada informativa de difusión y sensibilización de las actividades de responsabilidad social universitaria (RSU), contemplada en el plan semestral 2019-20, en el auditorio de campus Piura.

La licenciada Rosa Beatriz Vidalón Moreno, responsable de SGC de RSU de la Escuela de administración indicó que se están realizando actividades organizacionales vislumbradas en el programa de estudios de administración, como es la actividad organizacional de cero uso de papel, la actividad organizacional de cultura de RSU y de cultura organizacional.

Asimismo, se explicó sobre el proyecto de intervención de la labor de extensión universitaria denominado “Ayudemos a las MYPES”, que consiste en asesorar a las MYPES de la ciudad de Piura en el área financiera en este semestre 2019-20.

La actividad de difusión se desarrolló en dos sesiones de trabajo, dirigido a los alumnos y docentes; y estuvo a cargo de la licenciada Rosa Vidalón

Moreno y del magíster José Manuel Millones Coronel, CIAC 1 y responsable de RSU de la escuela de administración del campus Piura.

d. Ámbito que alcanza la responsabilidad social universitaria

Ruiz (2018) afirma que cuando hablamos de responsabilidad social, este concepto abarca cuatro aspectos importantes de la universidad, estos son:

- **Ámbito organizacional:** “en tanto institución que opera en torno a un proyecto universitario, con una estructura que lo desarrolla y unas políticas concretas que lo promueven. Una institución, además, que consume, contrata, genera residuos, etcétera”.
- **Ámbito educativo:** “en tanto institución que se encarga de la formación de sus estudiantes, con una vocación profesionalizante y cívica”.
- **Ámbito del conocimiento:** “en tanto institución que investiga, que produce saber y lo transmite”.
- **Ámbito social:** “en tanto institución que forma parte de la sociedad e interactúa con otros agentes, colectivos y comunidades, tanto a nivel local como global” (p.21).

e. Orientaciones estratégicas de responsabilidad social universitaria

Vallaey (2014) menciona acerca de las orientaciones estratégicas de responsabilidad social universitaria, basándonos en 4 líneas de acción institucional:

- **Respecto a la gestión interna de la institución:** “La meta es orientarla hacia la formación de una comunidad ejemplar de democracia, equidad, transparencia (política y económica), y hacer de ella un modelo de desarrollo sostenible. Hacer de la Universidad una comunidad socialmente ejemplar, es beneficiarse de una doble fuente de aprendizaje: el estudiante aprende en la Universidad su carrera, pero también aprende de la Universidad los hábitos y valores ciudadanos. Más que los cursos de ética, cuyo impacto actitudinal es discutible, es la práctica cotidiana de principios y buenos hábitos comunes que forma las personas en valores”.
- **Respecto a la docencia:** “La meta es de capacitar a los docentes en el enfoque de la responsabilidad social universitaria y promover en las especialidades el Aprendizaje Basado en Proyectos de carácter social,

abriendo el salón de clase hacia la comunidad social como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución de problemas reales. Aquí se trata de ser creativos, y de imaginar cómo el estudiante puede aprender lo que tiene aprender haciendo cosas socialmente útiles y formándose como ciudadano informado y responsable. Esto fomentará la articulación entre la docencia, la investigación y la proyección social”.

- **Respecto a la investigación:** “La meta es de promover la investigación para el desarrollo, bajo todas las formas posibles. Por ejemplo, una estrategia posible es que la Universidad firme convenios de hermanamiento con distritos urbano-marginales o rurales e invite a los departamentos de las diversas carreras a desarrollar investigaciones interdisciplinarias aplicadas con dichas localidades. Así, investigadores y docentes se encuentran trabajando sobre la misma problemática en el mismo lugar desde sus especialidades respectivas, creando una sinergia de saberes”.
- **Respecto a la proyección social:** “La meta es de trabajar en interfaz con los departamentos de investigación y los docentes de las diversas facultades para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada y recursos didácticos para la comunidad universitaria, la idea es de lograr una integración de la proyección social en el corazón de la institución, gracias a una Dirección Académica de responsabilidad social universitaria que gestione las iniciativas estudiantiles y docentes, y pueda controlar su calidad, tal unión estrecha entre proyección social, docencia e investigación resultará sin duda en el aumento significativo del voluntariado estudiantil”, (p.32)

f. Principios de responsabilidad social universitaria

- **La búsqueda de la verdad:** Validación de valor y servicio a la comunidad.
- **Dignidad de la persona y respeto a su libertad:** En la vida universitaria, la dignidad de una persona se interpreta en evidencia teórica y práctica de que una persona es un fin en sí mismo, no un medio o instrumento para un objetivo. La libertad en la vida universitaria se expresa en el respeto a los derechos y libertades de todas las personas de la comunidad universitaria.
- **Ciudadanía, democracia y participación:** Para quienes son conscientes de los derechos y responsabilidades que recibe por pertenecer a una

comunidad social y / o política, nacional, local o regional, y en formas que contribuyan a esta construcción y transformación.

- **Bien común y equidad social:** Se refiere al desarrollo de las unidades que integran la institución, y todas gozan de igual participación en los recursos humanos y recursos de la universidad a través de la ampliación de sus actividades académicas y de extensión.
- **Desarrollo sostenible y preservación del ambiente:** Este es un desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras. Intervención sabia y deliberada para proporcionar una solución válida al problema de la depredación de la naturaleza y facilitar el proceso de salvar vidas.

g. Pasos para la implementación de la responsabilidad social universitaria

Vallaes (2014) menciona que el proceso para la implementación de la responsabilidad social universitaria consta de 4 pasos y son los siguientes:

- **Compromiso:** “éste refleja el compromiso de la Universidad con el proyecto, misión y valores de la institución”.
- **Autodiagnóstico:** “los instrumentos cuantitativos y cualitativos necesarios para el diagnóstico de las áreas clave de la Universidad”.
- **Cumplimiento:** “verificación de los resultados del diagnóstico en relación con la misión de la Universidad y la planificación de áreas de mejora y proyectos de responsabilidad social ejecutiva”.
- **Rendición de cuentas:** “la visión de la RS que parte del diálogo con los stakeholders y comunicación de los resultados de proyectos de mejora de la institución”, (p.38).

h. Beneficio que trae la responsabilidad social para la universidad

Ruiz (2018) menciona que la responsabilidad social universitaria trae o conlleva algunos beneficios a corto y a largo plazo, estos son los siguientes:

- **Coherencia e integración institucional:** La RSU ayuda a la universidad a formular sus funciones centrales para la enseñanza, la investigación y la expansión a través de una política transversal que alinea los diversos procesos académicos y no académicos con un enfoque ético responsable. Brinda la oportunidad de establecer una conexión entre las declaraciones de

intenciones (misión, visión y valores institucionales) y la práctica diaria en el campus.

- **Pertinencia y permeabilidad social:** La RSU ayuda a la universidad a abrirse a su entorno social. Invita a organismos externos a participar en procesos académicos y organizacionales internos y guía la gestión, la capacitación y la investigación para resolver problemas sociales específicos. Del mismo modo, resolver el problema global de la sostenibilidad social y ambiental es una política institucional apropiada que debemos abordar en este siglo.
- **Dinámica institucional hacia la innovación:** La RSU ayuda a la universidad a ser una organización inteligente que piensa de manera transparente y democrática e implementa procesos de mejora continua que facilitan iniciativas creativas en lo académico y la gestión.
- **Racionalización de la gestión universitaria:** “la RSU ayuda a la universidad a mejorar el desempeño de sus diversos procesos, desde la gestión racional del campus (manejo ambiental) hasta el incremento de la motivación (empoderamiento de las personas), pasando por el mejoramiento del rendimiento académico (pertinencia social de la enseñanza e investigación) y la creación de valor social (proyectos de desarrollo en la comunidad)”, (p.26).

i. Fines de la responsabilidad social para la universidad

- Fomentar y orientar el movimiento y fortalecer el espíritu de responsabilidad social a través de recomendaciones acordes con la identidad y metas de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- Establecer pautas generales para implementar políticas y estrategias efectivas que respondan en armonía con el medio ambiente, realidad nacional, social y regional.
- Fomentar la investigación, el compromiso comunitario, la ética laboral y profesional para incorporar la responsabilidad universitaria como un eje hacia la estructura curricular de las carreras universitarias.
- Generar espacios de diálogo bilateral entre la Universidad Privada Antenor Orrego y otras organizaciones para actualizar continuamente protocolos,

propuestas y normativas de extensión, estimaciones y responsabilidad social.

- Promover y planificar proyectos que contribuyan y mejoren el bienestar social a través de acciones y servicios para abordar problemas específicos en la región.

j. Dimensiones de la responsabilidad social universitaria

- **Impacto organizacional:** Vallaey (2014) menciona que la responsabilidad universitaria “permite desarrollar una crítica integradora frente a la estrechez del paradigma latinoamericano de la extensión, que tiende a reducir la responsabilidad social de la universidad al mero compromiso solidario con poblaciones necesitadas, velando por completo todos los problemas internos a la universidad, sin embargo, reproducen a menudo las patologías sociales y medioambientales visibles fuera de la universidad”, (p.20).
- **Impacto educativo:** Vallaey (2014) afirma que la responsabilidad universitaria es “es integradora porque la extensión se beneficia en realidad mucho de una gestión universitaria socialmente responsable, puesto que está coloca a los proyectos sociales solidarios en el corazón de los procesos educativos, evitando por primera vez hacer de la extensión la última rueda del coche universitario”, (p.23).
- **Impacto cognitivo y epistemológico:** Vallaey (2014) menciona que: Esto corresponde al desarrollo actual del concepto general de RSU definido por la norma ISO 26000. Al mismo tiempo, no es una aplicación fácil para la Universidad en los procedimientos de RSU, ya que los efectos en la Universidad son reales y están protegidos por las competencias académicas de la Universidad., (p.28).
- **Impacto social:** Vallaey (2014) menciona que la RSU constituye una excelente arma para enfrentar una novedosa tendencia como una profunda democratización del conocimiento, puesto que todos tendrán acceso gratuito al “mejor conocimiento”. Por otro lado, podemos considerarla como una feroz mercantilización y desarraigo de la educación, reducida a conocimientos estandarizados para cualquier persona en cualquier lugar, versus el proceso de formación presencial personalizado, anclado en un lugar preciso y las relaciones de enseñanza - aprendizaje entre personas”.

2.2.2. Imagen institucional

Arnau (2015) indica que: “La imagen corporativa y/o imagen institucional aparece como el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social; equivale a la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo; para definir la imagen corporativa nos quedamos con la acepción que le atribuye el carácter de una representación colectiva de un discurso imaginario; por otra parte, la imagen como icono remite al significante visual, comprende factores estratégicos, comerciales, emocional y social en cuanto a la imagen”, (p.15).

a. Importancia estratégica de la imagen institucional

Salmones, y Bosques (2014) menciona que: “La importancia estratégica de la imagen corporativa es hoy, en pleno inicio del siglo XXI, un hecho indiscutible. Han sido muchas las aportaciones que han desarrollado el concepto y analizado sus ventajas, efecto en los públicos y tratamiento por parte de las empresas por lo que, poco a poco, y desde la fecha en que dio comienzo su estudio, se ha ido configurando toda una línea de investigación sobre imagen no exenta, a pesar de todo, de ambigüedades”, (p.19).

b. Ventajas del desarrollo de una imagen institucional

Ruiz (2018) menciona que “La imagen institucional, posee ventajas que le permite a las instituciones y empresas diferenciarse de las demás, además le da un valor extra ante la competencia, la imagen institucional facilita el trabajo futuro del diseño para cualquier campaña o estrategia de mercadeo que se tenga, así mismo otorga coherencia a todas las comunicaciones, una imagen sólida y bien definida, genera la buena voluntad de los clientes que aún no conocen el producto”, (p.32).

c. Proceso de generación de una imagen institucional

Salmones, y Bosques (2014) indican “En el proceso de generación de la imagen la comunicación juega un importante papel, pues favorece el conocimiento y la familiaridad hacia una compañía y estas variables influyen positivamente en la percepción sobre la misma; para formarse una imagen los públicos no tienen por qué conocer todo sobre una empresa, pues lo que hacen es configurar una impresión global a partir de los atributos o aspectos de la

misma que les son familiares; es este sentido esta generalización se le denomina efecto halo y explica, entre otras razones, la importancia de la comunicación y el conocimiento”, (p.22).

d. Elementos de la imagen institucional

Ruiz (2018) menciona que “La imagen institucional está compuesta por algunos componentes que al relacionarse y trabajar en equipo contribuyen a que la marca, o el nombre de la institución se posicione en la mente del usuario, consumidor o cliente. Entre los principales elementos se encuentra el nombre de la empresa, pues el nombre es la primera impresión que se lleva el usuario, además está el logo, que debe ser comprensible y atractivo para el público, así mismo el eslogan es un elemento importante pues este debe ser una promesa sobre los beneficios del producto o servicio”, (p.25).

Ruiz (2018) añade que “Es necesario que estos elementos formen parte de las actividades diarias, y de la cultura institucional, con el objetivo de ser reconocidos por los usuarios, clientes y los mismos trabajadores”, (p.25).

e. Dimensiones de la imagen institucional

- **Autoimagen:** Valencia (2019) menciona que es la opinión de como creemos que los demás nos ven, (p.2).
- **Imagen intencional:** Nuño (2017) menciona que está relacionado con todos estos elementos gráficos y visuales que caracterizan a una empresa u organización. Es el sello por la que una empresa quiere ser reconocida y distinguida entre otras empresas de la industria, (p.5).
- **Imagen pública:** Salmones, y Bosques (2014) mencionan que la imagen institucional incluye características relacionadas con la inversión en causas sociales y el compromiso con el medio ambiente. Implica comportamiento social, contribuciones sociales, solidez financiera, inversión a largo plazo, uso de recursos corporativos, innovación en gestión de calidad, etc., (p.15).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Estudiantes: Según el diccionario de la RAE “estudiante es aquella persona que cursa estudios en un establecimiento de enseñanza”.

2.3.2. Docentes: Porto & Merino (2018) Un docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza (p.1).

- 2.3.3. Ética:** Pérez (2018) menciona que la ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. Una sentencia ética es una declaración moral que elabora afirmaciones y define lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc. en lo referente a una acción o a una decisión, (p.3).
- 2.3.4. Rol social:** Pérez & Gardey (2016) afirman que el rol social es una imposición de la sociedad al sujeto. El entorno exige a la persona que cumpla con su rol social: es decir, que brinde las respuestas esperadas de acuerdo con su condición (profesional, económica, cultural, etc.). La imposición del rol social se desarrolla a partir de la actuación de las principales instituciones sociales, como la familia, el Estado y la religión, (p.6).
- 2.3.5. Investigación:** Pérez & Gardey (2016) es una investigación está determinada por la averiguación de datos o la búsqueda de soluciones para ciertos inconvenientes. Cabe destacar que una investigación, en especial en el plano científico, es un proceso sistemático, organizado y objetivo, (p.3).
- 2.3.6. Conocimiento:** Según Mario Bunge el “conocimiento es un conjunto de ideas, conceptos, enunciados, comunicables que pueden ser claros, precisos, ordenados, vago e inexacto”, (Citado por Mallma 2017, p. 28)
- 2.3.7. Desarrollo socioeconómico:** Tesouro (2014) se refiere a actividades en que los factores sociales y económicos, se traducen en el crecimiento de la economía y la sociedad y que son medibles en ambos términos, por ejemplo, el crecimiento en el número de puestos de trabajos creados y el aumento de la esperanza de vida, (p.3).
- 2.3.8. Cultura organizacional:** Raffino (2019) menciona que se entiende como cultura organizacional a las creencias, valores, hábitos, tradiciones, actitudes y experiencias de una organización, (p.6).
- 2.3.9. Clima laboral:** Pérez & Gardey (2016) menciona que el clima laboral se le conoce al ambiente que se desarrolla entre los empleados dentro de una empresa u oficina.
- 2.3.10. Recursos humanos:** Rubén (2019) menciona que los recursos humanos son un departamento dentro de las empresas en el que se gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en ella. Esto incluiría desde

el reclutamiento, selección, contratación, onboarding o bienvenida, formación, promoción, nóminas, contratos y despidos. En resumidas cuentas, el departamento de recursos humanos debe trabajar para que todas las personas que forman parte del equipo humano de la empresa.

2.4. Sistema de Hipótesis

La responsabilidad social universitaria contribuye positivamente al desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.

2.5. Variables e indicadores

Variables para Investigar	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo de Variables
Variable independiente: Responsabilidad Social Universitaria	Arispe (2016) La responsabilidad social de la universidad es un conjunto de prácticas que benefician a las universidades y las sociedades, permitiendo el desarrollo de una sociedad al fortalecer los valores y educarlos en una cultura de paz. (p.20).	La variable responsabilidad social universitaria será medida en base a cuatro dimensiones, estas son: el impacto organizacional, educativo, cognitivo y epistemológico y el social. & se medirán usando 12 indicadores a través de una encuesta.	Impacto organizacional	Estudiantes Docentes Personal administrativo Ética	Cualitativo
			Impacto Educativo	Cultura para el desarrollo Percepción de conflictos Rol Social	
			Impacto cognitivo y epistemológico	Investigación Conocimiento Desarrollo ambiental	
			Impacto social	Desarrollo socioeconómico Desarrollo político	
Variable dependiente: Imagen Institucional	Arnau (2015) sugiere que la imagen corporativa y/o la imagen institucional aparezcan como una descripción pública de las características de identificación del sujeto social.	La variable imagen institucional será medida en base a tres dimensiones, estas son: autoimagen, imagen institucional y pública. & se medirán usando 12 indicadores a través de una encuesta.	Autoimagen	Situación actual de la institución Cultura organizacional	
			Imagen intencional	Clima laboral Recursos humanos Identidad visual	
			Imagen pública	Comunicación organizacional Imagen mediática Imagen en el entorno	

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo:

Aplicada

3.1.2. Nivel de investigación:

Descriptivo Correlacional

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población:

La población considerada para este proyecto estuvo conformada por el total de estudiantes, administrativos y docentes.

Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura - 2019		
Áreas	N° personas	%
Alumnos	7652	94%
Docentes	378	5%
Administrativos	82	1%
Total	7786	100%

3.2.2. Marco muestral:

En el marco muestral se consideró el total de alumnos – administrativos – docentes.

3.2.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis fue cada uno de los alumnos – administrativos – docentes.

3.2.4. Muestra

Se tomará una muestra del total de la población

Donde:

N	:	Población	=	8112
Z	:	Nivel de confianza	=	1.96
p	:	Probabilidad de Ocurrencia	=	0.50
q	:	Constante	=	0.50
E	:	Error Máximo	=	0.05
n	:	Muestra	=	¿?

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (0.5) (8112)}{0.05^2 (8112) - 1} + \frac{1.96^2 (0.5) (0.5)}{0.05^2 (8112)}$$

$$n = \frac{3.842 (0.25) (8112)}{0.003 (8111) + 3.842 (0.25)}$$

$$n = \frac{7790.76}{20.278 + 0.9604}$$

$$n = \frac{7790.76}{21.238}$$

$$n = 367$$

La muestra fue de 367 personas

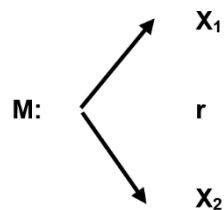
- Posteriormente se tomó el porcentaje de representan de total de la población, para saber cuántos alumnos, administrativos y docentes tenían que ser encuestados.

Áreas	N°	Participación
Alumnos	346	94%
Docentes	17	5%
Administrativos	4	1%
Total de Muestra	367	100%

3.3. Diseño de contrastación

El diseño de contrastación aplicado fue básica correlacional, debido a que tiene la finalidad de recoger y analizar la información y determinar si están relacionadas.

Esquema:



Donde:

M: Representa la muestra a usar de los alumnos, docentes, personal administrativo de la Universidad Privada Antenor Orrego.

X1: Representa la variable independiente responsabilidad social universitaria.

X2: Representa la variable dependiente imagen institucional.

r: Relación entre variables.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario

- La técnica utilizada en esta investigación fue la encuesta, esta tuvo como función principal recoger datos de forma más sencilla permitiendo que los encuestados expresen sus puntos de vista de forma fiable.
- El instrumento aplicado fue el cuestionario, contenía preguntas redactadas de forma coherente y correctamente ordenadas las cuales sirvieron para analizar cada variable.

Variable	N° de preguntas por variable
Responsabilidad Social Universitaria	12
Imagen Institucional	8

3.5. Procesamiento y análisis de datos

- Para iniciar la investigación se procedió a realizar la revisión literaria, de teorías y estudios que justifiquen nuestro estudio.
- Posteriormente se elaboró el cuadro de operacionalización de las variables en el cual se identificaron los indicadores con los cuales se medirían las variables.
- Con los indicadores identificados, se procedió a elaboración del cuestionario, el cual contenía 20 preguntas.
- Para el levantamiento de información de la presente investigación se procedió a encuestar a los estudiantes, docentes y administrativos de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura. Primero se encuestó a los estudiantes, para no interrumpir sus clases, se les abordó a los estudiantes cuando estos se encontraban en las inmediaciones de la universidad previamente a las indicaciones de la finalidad de la investigación. Mientras que, para levantar la información proveniente de los docentes y administrativos, a estos se les notificó previamente por correo electrónico para su colaboración en la presente investigación.

El tiempo que se tuvo para el levantamiento de la información fueron de 30 días laborales, el cual se realizó desde la segunda quincena del mes de noviembre de 2019 a la primera quincena del mes de diciembre de 2019.

- Se analizó la muestra de los docentes, los administrativos y los alumnos seleccionados a los cuales se les aplicó el cuestionario basado en las dimensiones de cada variable de la investigación.
- Para el procesamiento y análisis de los datos se usó Microsoft Excel 2018, en el cual se tabularon los datos, los mismos que se presentaron en cuadros y se organizaron en gráficos para permitir su mejor comprensión y análisis.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

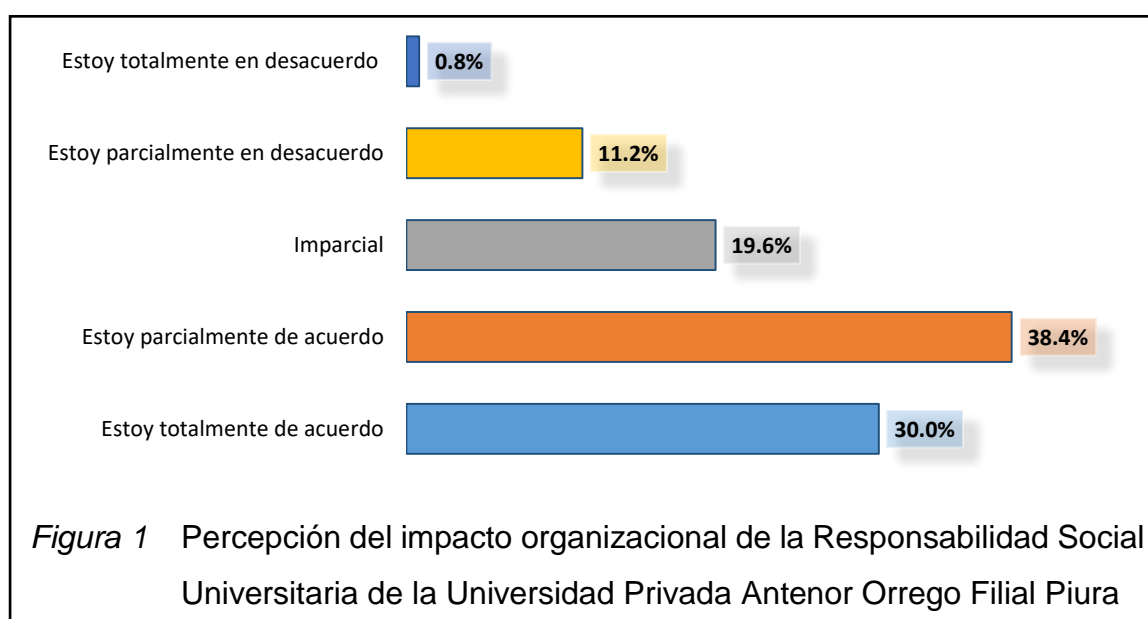
4.1 Análisis e interpretación de resultados

- **Primer objetivo específico:** Conocer la percepción del impacto organizacional, educativo, cognitivo y social de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura.

Tabla 1

Percepción del impacto organizacional de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura

	f_i	%
Totalmente en desacuerdo	3	0.8
Parcialmente en desacuerdo	41	11.2
Imparcial	72	19.6
Parcialmente de acuerdo	141	38.4
Totalmente de acuerdo	110	30.0
TOTAL	367	100.0



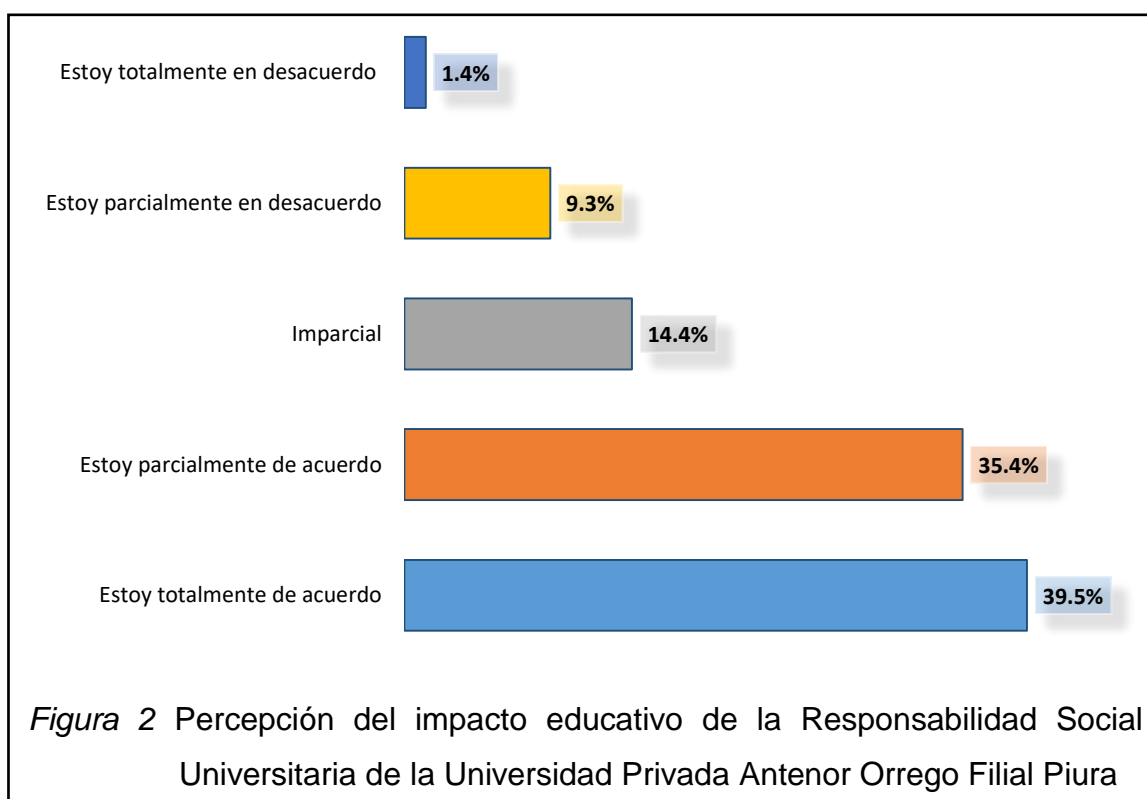
Interpretación

La figura 1 se observa que, del total de los encuestados, un 38.4% perciben parcialmente que la responsabilidad social universitaria genera un impacto organizacional positivo, así mismo un 30.0% lo creen totalmente, mientras que un 19.6% mantiene una posición imparcial, un 11.2% y un 0.8% manifiestan estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente con que perciben que la responsabilidad social universitaria en los estudiantes, docentes y administrativos genere un impacto organizacional positivo.

Tabla 2

Percepción del impacto educativo de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura

	f _i	%
Totalmente en desacuerdo	5	1.4
Parcialmente en desacuerdo	34	9.3
Imparcial	53	14.4
Parcialmente de acuerdo	130	35.4
Totalmente de acuerdo	145	39.5
TOTAL	367	100.0



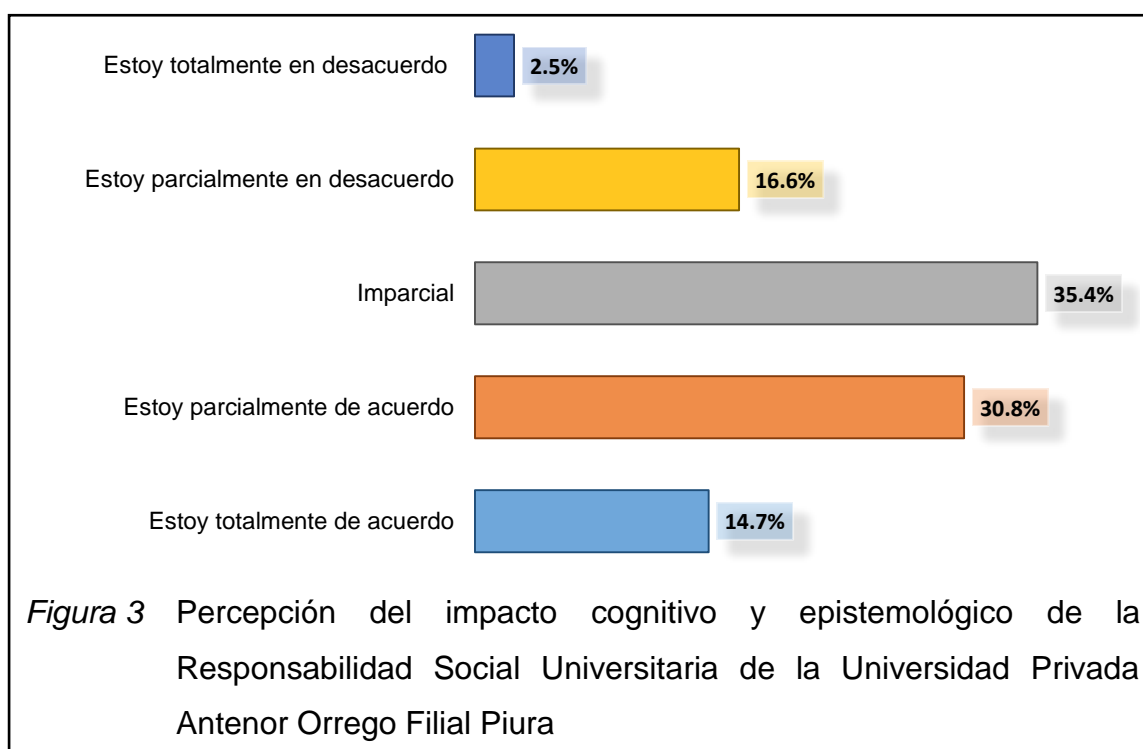
Interpretación

En la figura 2 se observa que, del total de los encuestados un 39.5% perciben totalmente que la ética, la cultura para el desarrollo, la percepción de conflictos y el rol social tienen un impacto educativo positivo, así mismo un 35.4% perciben parcialmente que la Responsabilidad Social Universitaria genera un impacto educativo positivo, mientras que un 14.4% manifiestan ser imparciales al respecto, un 9.3% y un 1.4% manifiestan estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente acerca de que la ética, la cultura para el desarrollo, la percepción de conflictos y el rol social tienen un impacto educativo positivo.

Tabla 3

Percepción del impacto cognitivo y epistemológico de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura

	f _i	%
Totalmente en desacuerdo	9	2.5
Parcialmente en desacuerdo	61	16.6
Imparcial	130	35.4
Parcialmente de acuerdo	113	30.8
Totalmente de acuerdo	54	14.7
TOTAL	367	100.0



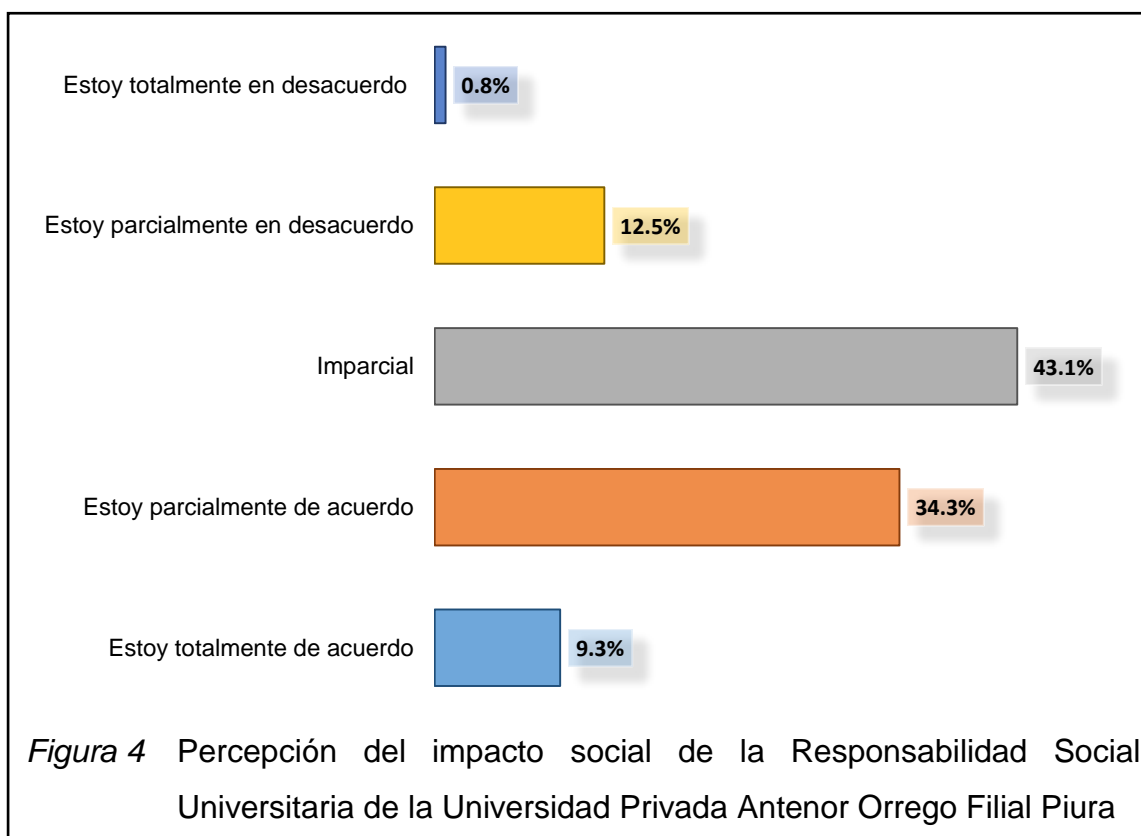
Interpretación

En la figura 3 se observa que, del total de los encuestados un 35.4% tienen una percepción imparcial respecto a que la investigación estimula positivamente el conocimiento y los principios y que el conocimiento es fundamental para generar impacto cognitivo y epistemológico positivo. También se puede observar que un 30.8% y un 14.7% manifiestan estar parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente con que la investigación estimula positivamente el conocimiento y los principios y que el conocimiento es fundamental para generar impacto cognitivo y epistemológico positivo, mientras que un 16.62% y un 2.45% manifestaron estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Tabla 4

Percepción del impacto social de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego Filial Piura

	f _i	%
Totalmente en desacuerdo	3	0.8
Parcialmente en desacuerdo	46	12.5
Imparcial	158	43.1
Parcialmente de acuerdo	126	34.3
Totalmente de acuerdo	34	9.3
TOTAL	367	100.0



Interpretación

En la figura 4 se observa que, del total de los encuestados un 43.1% tienen una percepción imparcial respecto a que el desarrollo ambiental, socioeconómico y político sean fundamentales para generar un impacto social positivo. También se puede observar que un 34.3% y un 9.3% manifiestan estar parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente con que el desarrollo ambiental, socioeconómico y político sean fundamentales para generar un impacto social positivo, mientras que un 12.5% y un 0.8% manifestaron estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

- **Segundo objetivo específico:** Identificar la percepción de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura.

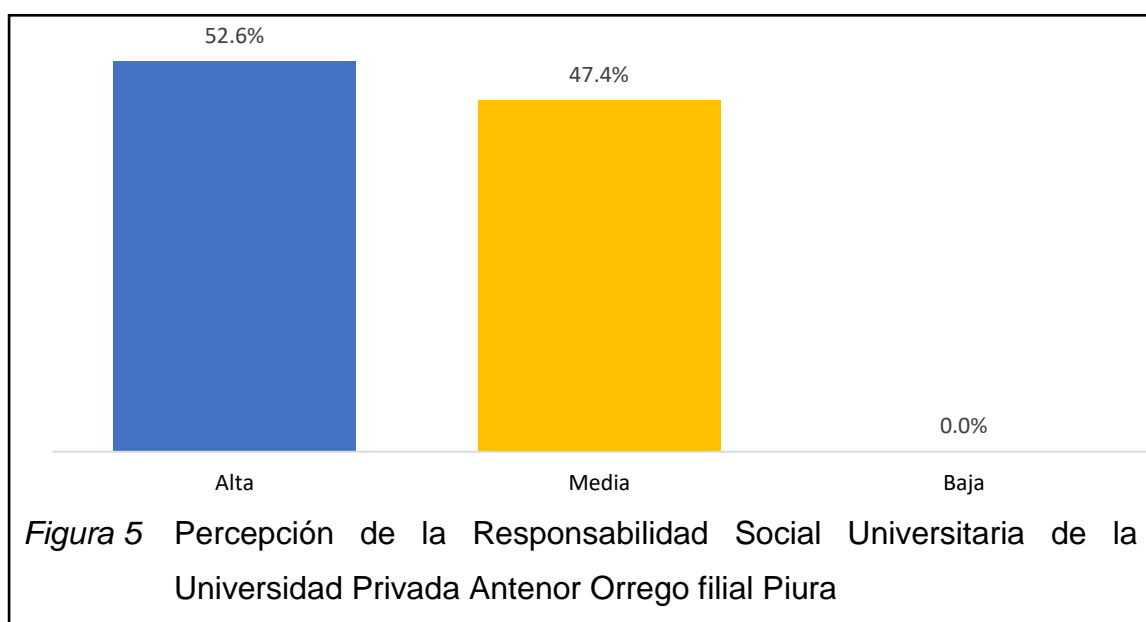
Tabla 5

Percepción de la Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura

NIVEL	N°	%
Alta	193	52.6
Media	174	47.4
Baja	0	0.0
TOTAL	367	100%

Fuente: las encuestas

Elaboración: las autoras



Interpretación

En la tabla 5 se observa el consolidado de las encuestas, con la que identificamos la percepción de los estudiantes, docentes y administrativos de la responsabilidad social universitaria. Un 52.6% de los encuestados perciben que la Universidad Privada Antenor Orrego tiene una alta responsabilidad social universitaria y un 47.4% de los encuestados perciben que la Universidad Privada Antenor Orrego tiene una responsabilidad social universitaria media. Por lo tanto, se entiende que la mayoría de la población de la Universidad Privada Antenor Orrego es consciente de la importancia de la RSU, sin embargo, aún gran parte de la población, todavía no la considera como es debido.

- **Tercer objetivo específico:** Evaluar el desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura - 2019.

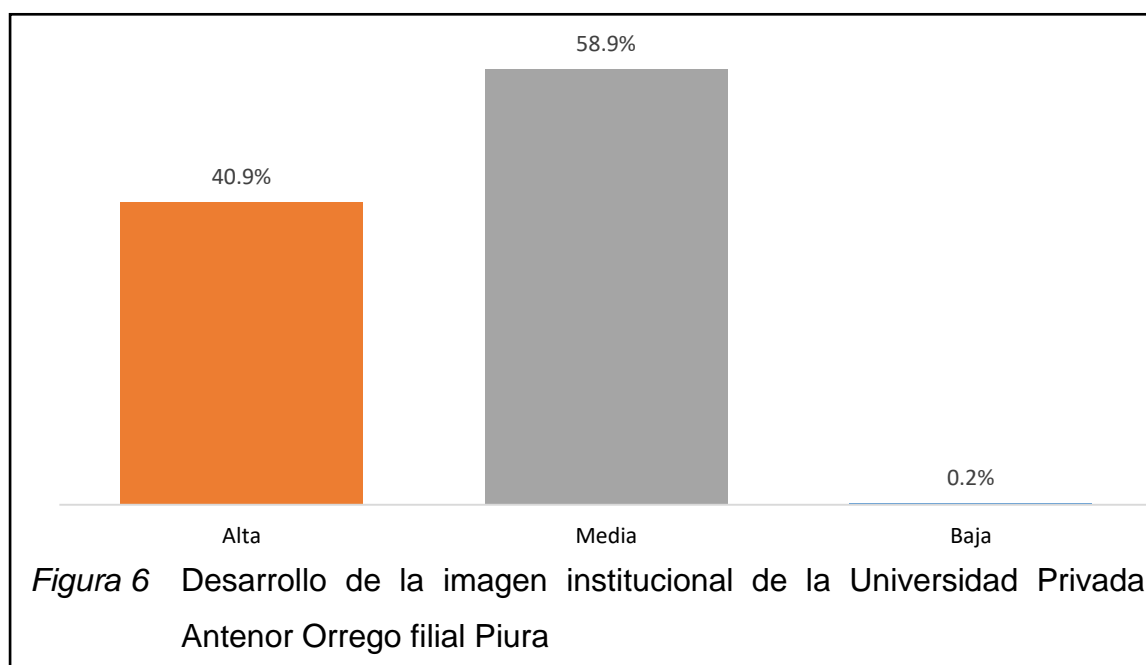
Tabla 6

Desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura

NIVEL	N°	%
Alto	150	40.9
Medio	216	58.9
Bajo	1	0.2
TOTAL	367	100%

Fuente: las encuestas

Elaboración: las autoras



Interpretación

En la tabla 5 se observa el consolidado de las encuestas, con el que podemos conocer el desarrollo de la imagen institucional percibida desde las perspectivas de los estudiantes, docentes y administrativos de la Universidad Privada Antenor Orrego. Un 58.9% de los encuestados a través de sus respuestas manifestaron que el desarrollo de la imagen institucional es medio, un 40.9% a través de las respuestas manifestaron que el nivel de la importancia de la imagen institucional es alto. Por lo tanto, se entiende que la población de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura creen que la imagen institucional de dicha entidad es media.

- **Cuarto objetivo específico:** Determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura.

Tabla 7

Relación de la Responsabilidad Social Universitaria y la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0.259	0.050	5.167	0.000
	Tau-c de Kendall	0.255	0.049	5.167	0.000
	Correlación de Spearman	0.259	0.050	5.120	,000 ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0.260	0.050	5.140	,000 ^c
N de casos válidos		367			

Fuente: SPSS

Interpretación

En la tabla 7 se observa que al aplicar los coeficientes de correlación Tau-b y Tau-c de Kendall, se obtuvieron 0.259 y 0.255 respectivamente, lo que significa que existe una correlación baja entre las variables, así mismo, la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0.259, el cual manifiesta que existe una correlación baja positiva.

4.2 Docimasia de hipótesis

Evaluar la responsabilidad social universitaria y determinar su contribución al desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura en el año 2019.

Tabla 8

Prueba estadística de Chi - cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,875 ^a	2	0.000
Razón de verosimilitud	25.660	2	0.000
Asociación lineal por lineal	24.704	1	0.000
N de casos válidos	367		

Fuente: SPSS

Interpretación

En la tabla 8 se observa la prueba estadística del chi-cuadrado, la cual arrojó que la significación asintótica es menor a 0.05 y el chi-cuadrado tuvo un resultado de 24.875^a, por lo tanto, al ser el valor calculado mayor al valor tabulado, podemos asumir que se acepta la hipótesis, es decir, La responsabilidad social universitaria contribuye positivamente al desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. DISCUSIÓN

En este capítulo, se expondrán los resultados que hemos obtenido a través de las encuestas, los cuales ya han sido tabulados, analizados e interpretados. Además de acuerdo con los resultados obtenidos se procedió a realizar un contraste con investigaciones previas, para determinar si existían datos similares o si existían diferencias en las investigaciones.

El primer objetivo de la investigación científica fue **conocer la percepción del impacto organizacional, educativo, cognitivo y social de la responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019**, para dar respuesta a este objetivo observamos las tablas y figuras 1, 2, 3 y 4 en las cuales podemos observar que frente a la percepción del impacto organizacional un 38.4% están parcialmente de acuerdo con que la responsabilidad social universitaria en los estudiantes, docentes y administrativos genera un impacto organizacional positivo, así mismo un 30.0% manifestaron estar totalmente de acuerdo, es decir, la mayoría percibe que la responsabilidad social universitaria en los estudiantes, docentes y administrativos genera un impacto organizacional positivo; respecto al impacto educativo un 39.5% manifiestan estar totalmente de acuerdo con que la ética, la cultura para el desarrollo, la percepción de conflictos y el rol social se perciben en un impacto educativo positivo, así mismo un 35.4% manifiestan estar parcialmente de acuerdo; respecto al impacto cognitivo y epistemológico el total de los estudiantes, docentes y administrativos encuestados un 35.4% manifestaron ser imparciales respecto a la percepción que la investigación estimula positivamente el conocimiento y los principios y que el conocimiento es fundamental para generar impacto cognitivo y epistemológico positivo; respecto al último aspecto el impacto social un 43.1% manifestaron ser imparciales respecto a que el desarrollo ambiental, socioeconómico y político se perciban como generadores de un impacto social positivo, así mismo, se puede resaltar que los encuestados no consideraban que el desarrollo político genere un impacto social positivo. Tal como menciona Gil (2013), indica que la RSU, es un asunto que compete a todas las universidades del mundo, por lo tanto, la transformación de la universidad hacia entornos sustentables requiere la participación de todos los interesados, en este caso los estudiantes, docentes y administrativos. Del mismo modo Gaete

(2015) indica que el análisis de la RSU implica a nuestro juicio observar el desarrollo del quehacer universitario docente, investigador y de gestión como un todo integrado, en el contexto de la relación que la universidad mantiene directa o indirectamente con la sociedad, y específicamente con sus stakeholders.

El segundo objetivo de la investigación científica busca **identificar la percepción de la responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019**, la tabla y figura 5 permite identificar la percepción de la responsabilidad social universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego es alta con un 52.6%, seguidamente con una percepción media de 47.4%, finalmente el 0.0% de los encuestados tienen una baja percepción de la responsabilidad social universitaria según los estudiantes, docentes y administrativos. Según Córdova (2011), la responsabilidad social está orientada al bienestar común dentro y fuera del entorno de las instituciones. Su finalidad por lo general es lograr una mejor calidad de vida hacia la sociedad, los empleados y el medio ambiente, así como la preocupación que han de tener las instituciones por las consecuencias que acarrearán sus actos en el medio ambiente que los rodea.

El tercer objetivo de la investigación científica consistió **evaluar el desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019**, para dar cumplimiento a este objetivo, podemos observar en la tabla y figura 6 y 7, se abordan aspectos que han permitido evaluar el desarrollo de la imagen de la universidad, aspectos como la autoimagen, la imagen intencional y la imagen pública de la universidad. Por lo tanto, al consolidar los datos, se evaluó el desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego bajo la perspectiva de los estudiantes, docentes y administrativos de la universidad privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019, según un 58.9% de los encuestados perciben medianamente el desarrollo de la imagen institucional y según un 40.9% perciben altamente desarrollado la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. Al respecto Ferradas (2014) recomienda que si busca mejorar la imagen institucional se requiere diseñar estrategias de desarrollo de marca para mejorar la imagen corporativa. Además, Ruiz (2018) menciona que las ventajas del desarrollo de una imagen institucional le permiten a las instituciones y empresas diferenciarse de las demás,

además le da un valor extra ante la competencia, la imagen institucional facilita el trabajo futuro del diseño para cualquier campaña o estrategia de mercadeo que se tenga, así mismo otorga coherencia a todas las comunicaciones, una imagen sólida y bien definida, genera la buena voluntad de los clientes.

El cuarto objetivo de la investigación científica fue **determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura**, se cumple a través de la aplicación de pruebas correlacionales, en la tabla 7 podemos observar que al aplicar los coeficientes de correlación Tau-b y Tau-c de Kendall, se obtuvieron 0.259 y 0.255 respectivamente, lo que significa que existe una correlación baja entre las variables, así mismo, la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0.259, el cual manifiesta que existe una correlación baja positiva.

Finalmente se comprobó la hipótesis planteada, la cual responde al objetivo general de **evaluar la responsabilidad social universitaria y determinar su contribución al desarrollo de la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019**, para la cual se aplicó la prueba chi-cuadrado y en la tabla 8 podemos observar que la significación asintótica es menor a 0.05 y el chi-cuadrado tuvo un resultado de 24.875^a, por lo tanto, al ser el valor calculado mayor al valor tabulado, podemos asumir que se acepta la hipótesis, es decir, La responsabilidad social universitaria contribuye positivamente a la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019. Resultado que concuerda con la investigación realizada por Ybañez (2018) en el cual la prueba resultó $p = 0,01$ siendo menor al de $p = 0,05$, por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula H_0 y se asume que existe relación significativa entre la responsabilidad social y la imagen institucional.

CONCLUSIONES

Después de realizar el análisis correspondiente se concluyó que:

- i. La prueba estadística de Chi – cuadrado arrojó un resultado de 24.857 con un nivel de significancia menor a 0.05 (0.00), por lo que las actividades de responsabilidad social universitaria que desarrolle la institución contribuirán de manera positiva en la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- ii. Los alumnos, docentes y personal administrativo de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – año 2019, perciben que las actividades de responsabilidad social universitaria impactan positivamente tanto a nivel organizacional (38.4% parcialmente de acuerdo), educativa (39.5% totalmente de acuerdo), cognitiva (35.4% imparcial) y social (43.1% imparcial).
- iii. Se identificó que la percepción de la responsabilidad social universitaria por parte de los estudiantes, docentes y personal administrativo es alta (52.6%), pues se encuentran de acuerdo con que aspectos como el impacto organizacional, el impacto educativo, el impacto cognitivo y epistemológico y el impacto social son fundamentales en las actividades de responsabilidad social universitaria.
- iv. Se evaluó que el desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego es medio (58.9%), por lo tanto, se entiende que la población de la Universidad Privada Antenor Orrego aún no toma la suficiente conciencia de la importancia de la imagen institucional que debe mejorar, generar y mantener.
- v. Existe relación baja, pero positiva entre la responsabilidad social universitaria y el desarrollo de la imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego campus filial Piura – 2019, es decir, que si se realizan actividades de responsabilidad social universitaria esto mejorará la imagen que tiene la universidad frente a la población, por lo tanto, la responsabilidad social universitaria contribuye positivamente a la imagen institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura – 2019.

RECOMENDACIONES

- i. Debido a que la población de la Universidad Privada Antenor Orrego es consciente de la importancia de la responsabilidad social universitaria, se recomienda que esta casa de estudios desarrolle muchas más actividades que beneficien tanto a la sociedad como a la población estudiantil, pues se espera gran participación no solo de los estudiantes, sino también de los docentes y personal administrativo.
- ii. Es recomendable que la universidad genere conciencia acerca de la importancia de la imagen institucional y tenga en planes diversas estrategias para mejorar y fortalecer la autoimagen que tiene, como, por ejemplo, actividades a favor de los propios alumnos, docentes y administrativos, pues de eso dependerá la imagen que transmitirá la institución en general, y fortalecidos estos aspectos se podrá transmitir una imagen pública positiva.
- iii. Ya conocida la relación baja, pero positiva entre las variables de estudio, es preciso que la casa de estudio desarrolle diversas actividades de responsabilidad social universitaria ya que afectará de forma positiva al desarrollo de imagen de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- iv. Se recomienda que, ahora conocida la contribución positiva de la RSU a la imagen institucional, la universidad motive a todas las facultades, plana docente y áreas administrativas a la creación y desarrollo de proyectos a favor de ellos mismo y a favor de la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arispe, E. (2016). *La responsabilidad social universitaria y su relación con la interculturalidad en estudiantes universitarios*. (Tesis de licenciatura) Universidad San Martín de Porres, Lima. Perú.
- Arnau, G. (2015). *Imagen Corporativa*. Recuperado de: http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf
- Bazalar, J. (2017). *Lineamientos de responsabilidad social empresarial para la gestión del fondo nacional de desarrollo pesquero – zonal Paita, Piura – 2017*. (Tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú.
- Beltrán, J., Iñigo, E. & Mata, A. (2014). *La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente*. Revista Iberoamericana de Educación Superior, pp. 3–18.
- Borja, R. (2018). *Mejora de la responsabilidad social del estudiante universitario mediante el uso del Blog-Folio en el curso de sistemas eléctricos y electrónicos*. (Tesis de maestría). Universidad privada Cayetano Heredia, Lima. Perú.
- Diccionario de la Real Academia Española. *Definición de estrés*. 22^a,2009 (Consultado 19/09/2013) En: <http://lema.rae.es/drae/?val=estres>
- Duarte, F. (2015). *Responsabilidad Social Universitaria en el Perú*. Recuperado de: <http://sirse.info/responsabilidad-social-universitaria-en-peru/>
- Ferradas, M. (2014). *Mejoramiento de la Imagen Corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la ciudad de Trujillo 2013*. (Tesis de licenciatura). Trujillo. Perú.
- Gaete, C. (2015). *Responsabilidad Social Universitaria: Una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas* (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid. España.
- Gil (2013) *La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva ambiental: universidad y desarrollo sustentable* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de México. México.

- Huarachi (2016) *Responsabilidad social e imagen institucional del personal con labores administrativas en el hospital Herminio Valdizán en la ciudad de Lima*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Perú.
- Mallma, K. (2017). *Conocimiento y uso de métodos anticonceptivos en adolescentes de 4to.-5to. De secundaria del Colegio Andrés A. Cáceres. Setiembre a Noviembre – 2015*. (Tesis licenciatura) Universidad Ricardo Palma, Lima. Perú.
- Nuño, P. (2017). *¿Qué es la imagen corporativa?* Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>
- Ojeda, J. & Álvarez, D. (2014). *Responsabilidad social en las universidades: antecedentes, trayectorias y perspectivas*. Recuperado de: <http://www.revistacoepesgto.mx/revistacoepes12/responsabilidad-social-en-las-universidades-antecedentes-trayectorias-y-perspectivas>
- Olarte, D. & Ríos, L. (2015). *Enfoques y estrategias de responsabilidad social implementadas en Instituciones de Educación Superior. Una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años*. Revista de la Educación Superior, 44(175) Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1016/j.resu.2015.10.001>.
- Pérez, J. & Gardey, A. (2016). *Definición de rol social*. Recuperado de: <https://definicion.de/rol-social/>
- Pérez, J. & Merino, M. (2018). *Definición de docente*. Recuperado de: <https://definicion.de/docente/>
- Pérez, J. (2018). *Definición de ética*. Recuperado de: <https://definicion.de/etica/>
- Plataforma Virtual UPAO (2019). *Semana de Responsabilidad Social Universitaria*. Recuperado de: http://www.upao.edu.pe/actualidad/?mod=mod_act&s=not&task=ver12480
- RAE (2018), *Definición de responsabilidad*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=WCqQQIf>
- Raffino, M. (2019). *Cultura organizacional*. Recuperado de: <https://concepto.de/cultura-organizacional/#ixzz67YgEMWfT>

- Rubén, P. (2019). *¿Qué son los recursos humanos?* Recuperado de: <https://factorialhr.es/blog/que-son-recursos-humanos-definicion/>
- Ruiz, N. (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 grado). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos. Perú.
- Salmones, M. & Bosques, I. (2014). *Estudio de los determinantes de la imagen corporativa: una aplicación empírica en mercado de la telefonía móvil*. Universidad de Cantabria.
- Tesauro, V. (2014). *Desarrollo socioeconómico*. Recuperado de: <https://boletinagrario.com/ap-6,desarrollo+socioeconomico,2102.html>
- Valencia, C. (2019). *Qué es autoimagen*. Recuperado de: <https://www.laautoestima.com/autoimagen/>
- Vallaeys, F. (2014). *La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización*. Universia. Recuperado de: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2007287214719456?token=62E8E60C5DB9804399445AAAF9BD7246AF8708AA71D3FF07B5B896586A48D07568578D230C95A78CB44D09EE12932C3>
- Ybañez, C. (2018). *Responsabilidad social e imagen institucional del puesto de control migratorio del aeropuerto internacional Jorge Chávez (Tesis de maestría)*. Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú.

ANEXOS

Anexo N° 01

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer cómo usted percibe la responsabilidad social universitaria que lleva a cabo la universidad Antenor Orrego campus filial Piura y si esto afecta en la imagen institucional de la universidad.

Instrucciones: Antes de llenar el cuestionario lea detenidamente y marque según considere correcto.

Datos personales:

Género: Femenino _____ Masculino _____ Edad: _____

Docente		Alumno		Administrativo	
---------	--	--------	--	----------------	--

Indicaciones:

Estoy totalmente de acuerdo (5) – Estoy parcialmente de acuerdo (4) – Imparcial (3) – Estoy parcialmente en desacuerdo (2) – Estoy totalmente en desacuerdo (1)

RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA				
IMPACTO ORGANIZACIONAL				
1) ¿La responsabilidad universitaria dentro de los estudiantes genera un impacto organizacional positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
2) ¿La responsabilidad universitaria dentro de los docentes genera un impacto organizacional positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
3) ¿La responsabilidad universitaria dentro del personal administrativo genera un impacto organizacional positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
IMPACTO EDUCATIVO				
4) ¿Cree usted que la ética genera un impacto educativo positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
5) ¿Cree usted que la cultura para el desarrollo es importante para generar un impacto educativo positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
6) ¿Cree usted que la percepción de conflictos es importante para generar un impacto educativo positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
7) ¿Cree usted que el rol social genera un impacto educativo positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
IMPACTO COGNITIVO Y EPISTEMOLÓGICO				
8) ¿Considera que la investigación estimula positivamente el conocimiento y los principios?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
9) ¿Cree usted que el conocimiento es fundamental para generar impacto cognitivo y epistemológico positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()

IMPACTO SOCIAL				
10) ¿Cree usted que el desarrollo ambiental es fundamental para un impacto social positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
11) ¿Considera que el desarrollo socioeconómico es fundamental para un impacto social positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
12) ¿Considera que el desarrollo político es fundamental para un impacto social positivo?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
IMAGEN INSTITUCIONAL				
AUTOIMAGEN				
13) ¿Cree usted que la situación actual de la institución genera una autoimagen positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
14) ¿Cree usted que la cultura organizacional de la universidad genera una autoimagen positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
15) ¿Cree usted que el clima laboral de la institución genera una autoimagen positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
IMAGEN INTENCIONAL				
16) ¿Considera que los recursos humanos influyen en la imagen intencional de la universidad?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
17) ¿Considera que la identidad visual mejora la imagen intencional que quiere dar a conocer la universidad?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
IMAGEN PÚBLICA				
18) ¿Cree usted que la comunicación organizacional genera una imagen pública positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
19) ¿Cree usted que la imagen mediática genera una imagen pública positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
20) ¿Cree usted que la imagen que percibe el entorno genera una imagen pública positiva?				
1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()

Anexo N° 02

Resumen de procesamiento de casos						
	Válidos		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
	responsabilidad social universitaria * Imagen universitaria	367	100%	0	0.0%	367

Tabla cruzada Nivel de importancia de la Responsabilidad Social Universitaria*Nivel de importancia de desarrollo de Imagen Institucional

		Recuento			Total
		Nivel de importancia de desarrollo de Imagen Institucional			
		Baja	Media	Alta	
Nivel de importancia de la Responsabilidad Social Universitaria	Media	1	125	48	174
	Alta	0	91	102	193

Total	1	216	150	367
-------	---	-----	-----	-----
