

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA ADMINISTRACIÓN



TESIS

**Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional
de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en
tiempos de COVID-19 - 2021**

PRESENTADA POR:

Bach. Reyna Isabel Laredo Cárdenas

PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y GOBIERNO

MENCIÓN EN GERENCIA PÚBLICA CORPORATIVA

HUANCAYO – PERÚ

2023



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 061-2023-
UPFCA/EP-UNCP**

En la ciudad de Huancayo, a los diecinueve días del mes de octubre del año dos mil veintitrés, siendo las diez horas y treinta minutos, se reunieron en el salón de grados de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional del Centro del Perú, el **Dr. William Enrique Huanca Solís** en calidad de Presidente y el **Dr. Oswaldo Jesús Mariño Alfaro** en calidad de Secretario y los señores docentes: **Dra. Héliida Aliaga Balbín, Dr. Oswaldo Jesús Mariño Alfaro y Ms. Wilmer Antonio Aliaga Tabraj**; en calidad de miembros del jurado. En cumplimiento a la Resolución N° 293-2023-DUPFCA/EP-UNCP, de fecha diecisiete días de octubre del dos mil veintitrés y al Reglamento General de la Escuela de Posgrado, mayo el presente suscribimos y certificamos de la Bachiller: **REYNA ISABEL LAREDO CARDENAS**, egresada de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y GOBIERNO MENCIÓN GERENCIA PÚBLICA CORPORATIVA**, ha sustentado la Tesis titulada: **“RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA REGIÓN JUNÍN EN TIEMPOS DE COVID-19 - 2021”**, para optar el Grado Académico de **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y GOBIERNO - MENCIÓN EN GERENCIA PÚBLICA CORPORATIVA**.

Siendo las doce horas y quince minutos luego de la deliberación del jurado evaluador, el resultado de la sustentación y defensa de la misma es como sigue:

APROBADO - REGULAR

Huancayo, 19 de octubre de 2023

Dr. William Enrique Huanca Solís
PRESIDENTE

Dr. Oswaldo Jesús Mariño Alfaro
SECRETARIO - JURADO

Dra. Héliida Aliaga Balbín
JURADO

Ms. Wilmer Antonio Aliaga Tabraj
JURADO

INFORME N° 08-HAB-UPG-FCA-2023

A : Dr. Leo Dante Sandoval Aquino
Director de la Unidad de Posgrado de la facultad de Ciencias
de la Administración de la UNCP

DE : Héliida Aliaga Balbín
Docente Asesor

ASUNTO : REPORTE DE TURNITING

REFERENCIA : RESOLUCIÓN N° 209-2021-DUPFCA/EP-UNCP

FECHA : Huancayo, 16 de noviembre de 2023

Es grato dirigirme a Ud. para saludarlo e informarle, que como asesora de la tesis: **“RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA REGIÓN JUNÍN EN TIEMPOS DE COVID19 -**

2021”; desarrollada por la Bachiller: Reyna Isabel Laredo Cárdenas: egresada de la Maestría en Administración Pública y Gobierno, mención Gerencia Pública Corporativa; hago de su conocimiento que de acuerdo al Reglamento Académico General, se ha verificado el porcentaje de similitud con las fuentes consultadas en el Turniting, obteniendo un 23% de similitud. Habiendo superado el mínimo de coincidencias exigidas, se recomienda proseguir con los trámites correspondientes. Adjunto al presente el reporte del Turniting.

Es todo cuanto informo a usted para su conocimiento y fines.

Atentamente,



Dra. Héliida Aliaga Balbín
Docente UPG FCA

Tesis Isabel Laredo

INFORME DE ORIGINALIDAD

23% INDICE DE SIMILITUD	23% FUENTES DE INTERNET	9% PUBLICACIONES	13% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	6%
2	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	3%
3	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	2%
4	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
9	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	


Helida Alroga Balbín
DNI 20007093

ASESORA

DRA. HÉLIDA ALIAGA BALBÍN

DNI: 20007093

CODIGO ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7142-4340>

DEDICATORIA

A mi madre, Herminia, a quien debo mi existencia y que siempre ocupa un lugar de inmensa importancia en mi corazón. En cierto momento, me transmitió las siguientes palabras: «Lograrás hazañas notables». Su fe inquebrantable en mí nunca ha flaqueado y, como resultado, me encuentro hoy aquí, avanzando a pasos agigantados en mi trayectoria profesional. A mis hijos, Diana Carolina y Jorge Álvaro, quienes son mi motivación, mi fuerza impulsora y la razón de ser de mi continua perseverancia. También doy las gracias a mis seres queridos por su apoyo inquebrantable en mi crecimiento personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

A las autoridades y los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín: Universidad Nacional del Centro del Perú, Universidad Nacional Intercultural de Selva Central Juan Santos Atahualpa y la Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma por otorgarme las facilidades y accesibilidad para realizar este proyecto.

A los doctores y maestros de la Maestría en Administración Pública y Gobierno de la facultad de Ciencias de la Administración por su guía en mi aprendizaje y a mi asesora de tesis, Dra. Helida Aliaga Balbín por su apoyo invaluable y recomendaciones para el desarrollo de esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
ASESORA	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTOS	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1. Descripción del problema	14
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1 Problema general.....	16
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3. Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos	17
1.4. Justificación de la investigación	17
1.5. Delimitaciones de la investigación	18
CAPÍTULO II.....	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes o marco referencial	19
2.1.1 Antecedentes internacionales	19

2.1.2 Antecedentes nacionales	22
2.2. Bases teóricas y conceptuales.....	27
2.2.1 Responsabilidad social universitaria	27
2.2.2 Cultura organizacional.....	40
2.3. Hipótesis.....	66
2.3.1 Hipótesis de investigación.....	66
2.3.2 Hipótesis específicas.....	66
2.4. Operacionalización de las variables.....	67
CAPITULO III.....	69
METODOLOGÍA	69
3.1. Tipo y nivel de investigación	69
3.2. Métodos de investigación	69
3.3. Diseño de la investigación	70
3.4. Población y muestra	70
3.4.1 Población.....	70
3.4.2 Muestra	71
3.4.3 Técnica de muestreo.....	71
3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	72
3.6. Técnica de procesamiento de datos	72
CAPÍTULO IV.....	73
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	73
4.1. Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria	73
4.2. Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional	77
4.3. Prueba de hipótesis	82
4.4. Discusión de los resultados	87
CONCLUSIONES	91

RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
ANEXO	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	67
Tabla 2 Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria	73
Tabla 3 Análisis descriptivo de la dimensión enseñanza de la variable responsabilidad social universitaria	74
Tabla 4 Análisis descriptivo de la dimensión gestión de la variable responsabilidad social universitaria	75
Tabla 5 Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional.....	77
Tabla 6 Análisis descriptivo de la dimensión cultura axiológica de la variable cultura organizacional	78
Tabla 7 Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo de la variable cultura organizacional	79
Tabla 8 Análisis descriptivo de la dimensión organización de la variable cultura organizacional.....	80
Tabla 9 Análisis descriptivo de la dimensión satisfacción de la variable cultura organizacional.....	81
Tabla 10 Análisis correlacional entre la variable Responsabilidad Social Universitaria y Cultura Organizacional	83
Tabla 11 Análisis correlacional entre factor enseñanza-aprendizaje de la variable Responsabilidad Social Universitaria y Cultura Organizacional.....	84
Tabla 12 Análisis correlacional entre factor gestión de la responsabilidad de la variable Responsabilidad Social Universitaria y Cultura Organizacional	86
Tabla 13 Análisis correlacional entre factor relación con la sociedad de la variable Responsabilidad Social Universitaria y Cultura Organizacional.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cuatro tipos de impactos universitarios	36
Figura 2 Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria ...	74
Figura 3 Análisis descriptivo de la dimensión enseñanza de la variable responsabilidad social universitaria	75
Figura 4 Análisis descriptivo de la dimensión gestión de la variable responsabilidad social universitaria	76
Figura 5 Análisis descriptivo de la dimensión relación con la sociedad de la variable responsabilidad social universitaria	76
Figura 6 Análisis descriptivo de la dimensión relación con la sociedad de la variable responsabilidad social universitaria	77
Figura 7 Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional	78
Figura 8 Análisis descriptivo de la dimensión cultura axiológica de la variable cultura organizacional	79
Figura 9 Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo de la variable cultura organizacional	80
Figura 10 Análisis descriptivo de la dimensión organización de la variable cultura organizacional	81
Figura 11 Análisis descriptivo de la dimensión satisfacción de la variable cultura organizacional	82

RESUMEN

Esta investigación sobre la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021, tiene como objetivo establecer la correlación entre la responsabilidad social y la cultura organizacional de los alumnos de las universidades públicas - Región Junín: Universidad Nacional del Centro del Perú, Universidad Nacional Intercultural de Selva Central Juan Santos Atahualpa y la Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma. Además, se midió la relación que existe entre las dimensiones de factor enseñanza – aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación, factor gestión y factor relación con la sociedad y su relación con la cultura organizacional. La metodología del estudio fue deductiva. El diseño de investigación fue no experimental de tipo transaccional. Se emplearon dos instrumentos, cada uno de los cuales consistía en una escala Likert con cinco categorías de respuesta. La Escala de Responsabilidad Social Universitaria se verificó por medio el coeficiente de concordancia Kappa. El segundo instrumento, la cultura organizacional, se verificó por medio coeficiente de concordancia Kappa. El análisis posterior de los resultados confirmó una relación significativa entre la variable de responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional. Además, se fundamentó la hipótesis, afirmando así la influencia de la variable Responsabilidad Social Universitaria en la cultura organizacional.

Palabras clave: Responsabilidad Social Universitaria, Cultura Organizacional, COVID- 19

ABSTRACT

This research on the university social and organizational cultural responsibility of students from public universities in the Junín region in times of COVID-19 2021, aims to establish the advantage between social responsibility and the organizational culture of students from public universities - Junín Region: National University of Central Peru, Juan Santos Atahualpa National Intercultural University of the Central Jungle and the Alto Andina National Autonomous University of Tarma. In addition, the relationship that exists between the dimensions of the teaching-learning factor, technological development and innovation, management factor and relationship factor with society and its relationship with the organizational culture was measured. The methodology of the study was deductive. The research design was not transactional experimental. Two instruments were used, each of which consisted of a Likert scale with five response levels. The University Social Responsibility Scale was verified through the agreement coefficient. The second instrument, organizational culture, was verified by means of a Kappa agreement coefficient. The subsequent analysis of the results confirmed a significant relationship between the university social responsibility variable and organizational culture. Furthermore, the hypothesis was founded, thus affirming the influence of the University Social Responsibility variable on organizational culture.

Keywords: University Social Responsibility, Organizational Culture, COVID

INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en una situación de crisis provocada por la pandemia, la cual ha cambiado drásticamente nuestra forma de vida. Frente a esta situación, a nivel nacional y mundial, existen normas sobre responsabilidad social empresarial que estaba implementando el Estado; esta corriente se reforzó en las universidades con las normativas de la nueva Ley Universitaria Nro. 30220 que fue aprobada el 2014. La educación universitaria superior tiene desafíos de su implementación para velar por un incremento del nivel de vida, que debe seguir en el aporte de mejorar la educación, investigación y proyección social. En este contexto, la educación superior debe asumir una posición de liderazgo social con la máxima responsabilidad, en la que demuestre su capacidad y eficacia para abordar las necesidades de las generaciones emergentes y los entornos de mercado.

Dentro de nuestra nación, las universidades nacionales no han permanecido indiferentes ante la tendencia mundial en cuanto al papel que desempeñan en la sociedad. Precisamente por eso, desde 2014, la Ley Universitaria núm. 30220 establece pautas relativas a la creación, el funcionamiento y la finalización de las universidades, promoviendo así el desarrollo continuo del nivel educativo para mejorar en estas instituciones, que sirven como entidades fundamentales para el desarrollo nacional, la investigación y la interculturalidad.

En este mismo marco, el derecho universitario abarca la percepción de la responsabilidad social universitaria (RSU) de dos maneras distintas. Inicialmente, se muestra como un desafío en términos de gestión de recursos, haciendo hincapié en la necesidad de prácticas responsables y transparentes en las organizaciones de educación superior. En segundo lugar, plantea el desafío de fomentar una educación superior que se adhiera a un modelo social capaz de formar

profesionales integrales y equitativos, así como ciudadanos competentes que estén plenamente comprometidos a abordar los problemas de la nación. Además, fomenta los esfuerzos de investigación destinados a generar conocimiento que contribuya a los objetivos antes mencionados y, en última instancia, sirva como sello distintivo de la RSU.

Al adoptar medidas socialmente responsables, es posible mejorar la reputación y la imagen de una organización universitaria entre su clientela y, al mismo tiempo, fomentar la lealtad entre sus miembros. Esto, a su vez, conduce a mejoras en los indicadores del clima y la cultura organizacionales.

Por consiguiente, resulta crucial como una evaluación de como las universidades, a través de la comunicación estratégica, se orientan hacia la sociedad a través de la RSU. Al hacerlo, pueden seguir desempeñando su función como instituciones responsables de difundir el conocimiento, promover el desarrollo, fomentar la investigación y cultivar una ciudadanía activa, lo que implica formar profesionales que se adhieran a los principios éticos, morales y críticos del pensamiento. (Valleys, 2008).

El desarrollo de la investigación ha tenido lugar a cuatro capítulos: **Capítulo I:** Planteamiento del problema, comprende: la determinación del problema; la formulación del problema general y específicos; objetivo general y específicos, así como justificación y limitaciones de la investigación. **Capítulo II:** Antecedentes, bases teóricas, definición de términos, hipótesis general y específicas, y la operacionalización de variables **Capítulo III:** Metodología enfoque, diseño, población, muestra, tratamiento estadístico y la discusión de resultados. **Capítulo IV:** Análisis y discusión de resultados, conclusiones, recomendaciones y bibliografía.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Durante las últimas décadas, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el período 2015-2030, promovidos inicialmente por las Naciones Unidas, han cobrado una importancia creciente. Estos objetivos, que constan de diecisiete metas principales y 169 submetas, se diseñaron como una continuación y expansión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ODS abordan temas adicionales y urgentes, como el cambio climático, la desigualdad, la innovación, el consumo sostenible, y la promoción de la paz y la justicia. Tras un proceso de desarrollo detallado, se formuló una agenda integral titulada 'Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible', que entró en vigor oficialmente el 1 de enero de 2016.

En consecuencia, la educación superior en América Latina y el Caribe ha implementado políticas dirigidas a promover el Desarrollo Sostenible (ODS) y la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Estas políticas se han integrado en las

misiones de las universidades políticas con el fin de establecer una conexión con el entorno social y cultural, alcanzando así los objetivos académicos, realizando investigaciones y participando en la divulgación social. Este fenómeno se evidencia en el notable incremento tanto en el número de instituciones de educación superior como en la cantidad de estudiantes matriculados desde la década de 1960. Lo que previamente consistía en 164 instituciones y alrededor de medio millón de estudiantes en 1960, ha experimentado una transformación significativa, alcanzando actualmente cerca de 7.500 instituciones de educación superior y una matrícula de 15 millones de estudiantes.

La RSU, establecida en virtud de la ley universitaria 30220, aborda actualmente la influencia que tienen las universidades en sus respectivos ámbitos y su participación en los esfuerzos educativos de la sociedad. Además, implica que las universidades asuman la responsabilidad de una gobernanza social, así mismo ambiental efectiva en tres áreas fundamentales: la educación, la investigación y la divulgación de los hallazgos a la comunidad. Por consiguiente, esta integración requiere un enfoque dedicado, de excelencia y un compromiso firme con la calidad.

En vista de lo anterior, he postulado que la importancia de la RSU debe reconocerse y legalizarse en los diversos reglamentos de las universidades públicas de la región de Junín. Esto les permitirá ampliar su esfera de influencia y tener un impacto positivo en cuatro áreas clave: organizacional, educativa, cognitiva y social. En consecuencia, la Universidad Nacional del Perú Central, la Universidad Nacional Intercultural Juan Santos Atahualpa de Selva Central y la Universidad Nacional Autónoma Alta Andina de Tarma, como universidades públicas, deben evaluar y analizar el progreso de su misión y evaluar sus contribuciones al avance de una sociedad más justa y sostenible.

Con base en lo anterior, es crucial establecer y determinar los efectos de la RSU y la cultura organizacional que fomenten una reflexión profunda sobre la participación de los miembros de la comunidad universitaria en la consecución de metas es fundamental. Esto debe ocurrir dentro de un contexto de toma de decisiones responsable, respeto por la libertad, la tolerancia, la ética y un compromiso con la pertinencia institucional.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación del factor enseñanza - aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021?

¿Cuál es la relación del factor gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021?

¿Cuál es la relación del factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

- Determinar la relación de la responsabilidad social universitaria y cultura

organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación del factor enseñanza aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.
- Determinar la relación del factor gestión de la responsabilidad de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.
- Determinar la relación del factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

1.4. Justificación de la investigación

La justificación para realizar un estudio sobre el modelo de responsabilidad social universitaria y su relación con el entorno social de las universidades públicas de la región Junín en 2021 deriva del refrendo de responsabilidad social universitaria como lo establece la Ley Universitaria No. 30220. El Capítulo XIII de esta legislación define la responsabilidad social universitaria de la siguiente manera: La universidad debe llevar a cabo una gestión ética y eficiente del impacto que genera en la sociedad como resultado de sus funciones académicas, de investigación y extensión, así como su participación en el desarrollo nacional en diversas áreas y aspectos. Esto implica gestionar el impacto resultante de las

interacciones entre los miembros de la comunidad universitaria, el medio ambiente y otras organizaciones públicas y privadas que tienen un interés en la universidad. La responsabilidad social universitaria es fundamental para la vida universitaria, ya que contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad, involucrando a toda la comunidad universitaria.

Además, la influencia del MSW y su correlación con el entorno infunde vitalidad en las estructuras de gestión tanto de entidades privadas como públicas, con ello se puede lograr una mayor eficiencia gracias a la clara vinculación con el factor humano, lo cual se traduce en un aumento de la productividad.

1.5. Delimitaciones de la investigación

Esta investigación se concretó en las universidades públicas de la región de Junín: la Universidad Nacional del Perú Central, la Universidad Nacional Intercultural Juan Santos Atahualpa del Bosque Central y la Universidad Nacional Autónoma del Alto Andino Tarma.

Estas universidades deben examinar su misión y determinar sus contribuciones a la creación de una comunidad equitativa y sustentable. La investigación se llevará a cabo durante el período académico de 2021. El proceso y la duración de la investigación abarcarán seis meses consecutivos.

La investigación incluye a estudiantes que forman parte del público interno de las universidades. También se incluye el enfoque teórico de la responsabilidad social universitaria, junto con sus dimensiones establecidas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes o marco referencial

2.1.1 Antecedentes internacionales

Gasca (2022) realizó un estudio que examinó la percepción de los educandos de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana en la región Xalapa respecto a las acciones y competencias asociadas a la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). El objetivo primordial del estudio fue determinar la efectividad de las autoridades educativas en la transmisión de sus intenciones y objetivos en este ámbito en particular. El proyecto de investigación tuvo un alcance descriptivo y adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando una técnica de encuesta con un cuestionario como herramienta de recolección de datos. Se administró la encuesta a una muestra de 217 estudiantes de licenciatura. Los hallazgos del estudio revelaron que los estudiantes generalmente tenían una percepción positiva de la Facultad y su implementación de las acciones relacionadas con RSU, aunque su comprensión de la materia no fue integral ni precisa. El alumnado también identificó áreas en las que se

podría mejorar la comunicación y la inclusión dentro de la Facultad. Esta información de antecedentes es altamente relevante para la investigación actual sobre la percepción de los alumnos de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19, particularmente en relación con la MSW y la cultura organizacional. Ambos estudios tuvieron como objetivo de reconocer áreas de mejora en la implementación de RSU así como la comunicación entre las autoridades y los estudiantes.

Henríquez (2021) realizó un estudio titulado “Responsabilidad social universitaria desde el aprendizaje organizacional: el caso de una universidad en Colombia”, el cual se enfocó en abordar los efectos generados en la comunidad. Para abordar este tema, el autor propuso un proceso de adquisición de conocimiento institucional fundamentado en la responsabilidad social universitaria (RSU). La metodología empleada en el estudio consistió en la evaluación de situaciones particulares y la aplicación de instrumentos relacionados a las RSU. En la investigación se reconoció a diversos interesados, entre ellos docentes, estudiantes, personal administrativo, directivos, proveedores, familiares de empleados, y otras universidades como grupos de interés. La intención fue evaluar la percepción de los grupos interesados sobre la gestión universitaria y sugerir herramientas adecuadas. El modelo teórico presentado en la tesis explicó la adquisición sistemática, asimilación, y aplicación del conocimiento relacionado con la RSU dentro de un contexto universitario. Este estudio proporciona una base teórica y metodológica para investigar la correlación entre la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los alumnos de las Instituciones de educación superior estatales de la región Junín durante el año 2021, en medio de la pandemia de COVID-19.

Verenzuela (2020) realizó un estudio de investigación titulado “Cultura

organizacional: una mirada desde directivos universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo”, con el objetivo de desarrollar una teoría de la cultura organizacional por medio de la perspectiva de los directivos de la facultad universitaria. En el proyecto se adoptó un enfoque interpretativo y se utilizaron métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad, para captar los significados atribuidos por los directivos. El proceso de sistematización de la información facilitó la identificación de cuatro divisiones: producciones culturales, ethos filosóficos, ontología cultural, y gestión universitaria. El análisis de los tres niveles de cultura organizacional propuestos por Schein (1988) conformó la base de la construcción epistémica en este estudio. Los hallazgos revelaron que los valores organizacionales sirvieron como medio instrumental para alinear los aprendizajes previos con la doctrina prevaleciente dentro del grupo social. Adicionalmente, el estudio observó instancias en las que la administración universitaria incurrió en prácticas autoritarias que debilitaron la cultura organizacional y crearon disonancia con el ethos filosófico. Por ende, se hizo hincapié en la necesidad de un liderazgo social con una percepción integradora para hacer frente a los desafíos emergentes de la realidad. Este contexto es relevante para la investigación actual, ya que explora la cultura organizacional en el contexto universitario, lo que permite comparar los hallazgos encontrados con respecto a la cultura organizacional de los alumnos de las instituciones superiores públicas - Región Junín durante la época de COVID-19 - 2021.

Román & Pérez (2018) en su proyecto titulado "Impacto de la responsabilidad social empresarial en el clima organizacional", se centró en el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dentro del clima organizacional. La investigación postuló que la incorporación de medidas

socialmente responsables podría aumentar el prestigio y la imagen de una organización, fomentar la lealtad de los consumidores, captar y tener profesionales altamente cualificados, mejorar el valor de mercado de la empresa, acceder a nuevos mercados y mitigar significativamente los riesgos de acciones legales o boicots de los consumidores. La metodología de investigación se basó en un modelo de ecuaciones estructuradas implementado en empresas pertenecientes al Grupo Empresarial de Antioquia. Los hallazgos señalaron que la inversión social influyó positivamente en los procedimientos de gestión de las empresas. Estos antecedentes son pertinentes para la presente investigación, ya que examinan el impacto de la responsabilidad social en el clima organizacional, lo que permite analizar cómo la responsabilidad social universitaria influyó en la cultura organizacional de los estudiantes de las instituciones superiores pertenecientes al Estado de la región de Junín durante la época de COVID-19 - 2021.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Alarcón (2018) en su investigación evidenció la importancia de evaluar la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) bajo el punto de vista de alumnos, maestros y funcionarios públicos, Con el fin de proponer soluciones viables para su fortalecimiento, se emplearon diversas metodologías de investigación con el objetivo de lograr resultados que corroboraran la importancia de estructurar las labores del profesorado para llevar a cabo la implementación de la Responsabilidad Social Universitaria(RSU). Este precedente es pertinente para el estudio actual, que hace hincapié en la cultura organizacional del alumnado de las instituciones superiores del Estado de la región de Junín durante el año 2021, en marco de la emergencia global por el COVID-19. La metodología empleada en esta investigación implica la administración de encuestas a un grupo representativo de

alumnos provenientes de universidades estatales en la zona de Junín, con el propósito de examinar su percepción de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y su relación con la cultura institucional durante períodos de crisis. Los resultados obtenidos permitirán proponer posibles remedios para fortalecer los RSU y la cultura organizacional frente a la adversidad, lo que representará una contribución notable a la aplicación de políticas y sistemas que promuevan la educación universitaria con una perspectiva de responsabilidad social durante la pandemia.

La Cruz-Arango et al. (2022) analizaron el nexo entre la responsabilidad social y el posicionamiento de las instituciones superiores en Lima. Los resultados de su investigación son relevantes para el presente estudio, ya que subrayan la importancia de la responsabilidad social universitaria (RSU) en la reputación y el posicionamiento de las instituciones académicas. Para llevar a cabo su estudio, adoptaron una metodología descriptiva-correlacional con un diseño de campo transversal, utilizando cuestionarios para recolectar información de una muestra selectiva de estudiantes de grado de cinco instituciones universitarias privadas en Lima. Los hallazgos permitieron deducir una relación moderada entre la responsabilidad social de las instituciones superiores y el posicionamiento institucional, lo que implica que un mayor sentido de responsabilidad social se manifiesta en un mejor posicionamiento de la universidad. Esta deducción es significativa para el estudio actual, el cual se enfoca en examinar la opinión de los alumnos de las instituciones superiores estatales en la región de Junín acerca de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y su vínculo con la cultura institucional durante la pandemia. En consecuencia, los hallazgos adquiridos allanarán el camino para proponer medidas alternativas que refuercen la RSU y la

cultura organizacional en situaciones de crisis, lo que podría mejorar la reputación y el posicionamiento de las universidades públicas en la región de Junín.

Vargas (2020) analizó la relación que hay de la cultura organizacional y las dinámicas laborales en el área de ginecología y obstetricia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza de Lima. Los hallazgos de su estudio son pertinentes para esta investigación, ya que resaltan la importancia de la cultura organizacional en la forma en que los empleados perciben sus relaciones laborales. La población objetivo de este estudio estaba compuesta por obstetras, enfermeras y técnicos que formaban parte del departamento antes mencionado. Los investigadores emplearon un instrumento compuesto por dos cuestionarios: DOCS y UWES en la versión 17. Revelaron un grado sustancial de conexiones laborales entre los participantes y una modesta correlación positiva entre los constructos de la cultura organizacional y los vínculos laborales. Estos hallazgos tienen importancia para la investigación en curso, que busca examinar la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín y su asociación con la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) durante la pandemia. Al respecto, el estudio de Vargas (2020) permite captar la significación de la cultura organizacional en la percepción de los trabajadores sobre su vínculo laboral, lo que puede tener implicaciones para cómo los estudiantes perciben la MSW y su conexión con la cultura organizacional en las universidades públicas de la región Junín.

La investigación realizada por Limo y Peña (2019), titulado “El impacto de la responsabilidad social universitaria en la cultura organizacional de las universidades privadas en Lima Metropolitana”, contribuye a esta investigación al explorar la correlación entre MSW y la cultura organizacional en el ámbito universitario. El objetivo principal fue determinar si RSU influye en la cultura

organizacional de las instituciones superiores privadas de Lima Metropolitana. Se utilizó la prueba chi-cuadrado para determinar si el aspecto de “relación con la sociedad” de la RSU tuvo una influencia positiva o negativa en la variable dependiente de la cultura organizacional. Los hallazgos revelaron que, si bien la relación con la sociedad en RSU no afecta directamente a la cultura organizacional, existe una conexión entre las dos variables. Esto se puede atribuir a la implementación de enfoques RSU, que fomentan una mayor integración con la comunidad universitaria, abarcando tanto al personal docente como no docente, a través de la transmisión de valor y la participación en actividades sociales y ambientales. Estos hallazgos tienen trascendencia para la investigación actual, que busca analizar la relación entre RSU y la cultura organizacional entre educandos de institutos superiores estatales de la región Junín durante la pandemia. Los resultados obtenidos posibilitarán la propuesta de medidas alternativas para potenciar la RSU y la cultura organizacional en tiempos de crisis, lo que puede impactar en el desarrollo de valores y la participación en actividades sociales y ambientales a nivel universitario.

Condori (2018) se enfocó en examinar la correlación entre la responsabilidad social universitaria y la formación profesional de los alumnos de Psicología de la Universidad César Vallejo en Lima. Su investigación contribuye a este estudio investigando la conexión entre RSU y el aspecto de la formación en el contexto universitario. En este proyecto se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño transversal no experimental y correlacional. Se administraron cuestionarios utilizando una escala Likert como medio de recolección de datos a una muestra de 112 estudiantes de psicología. Los hallazgos encontrados llevaron a la conclusión de que existe una relación directa, moderada y significativa entre la RSU y la

formación profesional de los estudiantes de psicología. Este hallazgo es relevante para el presente estudio, que busca analizar la relación entre los recursos humanos sólidos y la cultura organizacional entre los alumnos de las universidades estatales de la región de Junín durante la pandemia. Los resultados obtenidos sugieren medidas alternativas para fortalecer la RSU y la cultura organizacional en tiempos de crisis, lo que tiene implicaciones para la educación profesional de los alumnos y la fomentación de principios y acciones socialmente comprometidas en el entorno universitario.

En la investigación realizada por Calero (2018) se llevó a cabo un examen de la correlación que existe entre la cultura organizacional y el desempeño del personal de las organizaciones involucradas en el procesamiento del atún, las cuales se encuentran en la provincia de Manabí, Ecuador. Esta investigación realizada por Calero es de importancia significativa debido a su énfasis en el papel crucial que juega la cultura organizacional en el entorno empresarial, así como su impacto en el desempeño de los empleados. Para realizar este estudio se recolectaron datos de un total de ocho empresas de gran renombre que operan dentro del sector productivo, utilizando una variedad de herramientas y técnicas, como encuestas y entrevistas. El objetivo primario de este estudio fue analizar a fondo la relación que existe entre la cultura organizacional y el desempeño del personal en múltiples dimensiones, que incluyen, pero no se limitan a la labor en grupo, comunicación organizacional, valores organizacionales, estilo de gestión, rotación y recompensas, satisfacción, y productividad. Los resultados obtenidos de esta investigación identificaron con éxito y sacaron a la luz el inmenso valor de la cultura organizacional cuando se trata del desempeño de las empresas procesadoras de atún presentes en la provincia de Manabí, Ecuador. Estos

hallazgos tienen una inmensa importancia para los esfuerzos de investigación en curso, que tienen como finalidad profundizar en la cultura organizacional de los educandos que asisten a universidades estatales ubicadas en la región de Junín, y explorar más a fondo su relación con la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), particularmente durante la pandemia en curso. Los resultados derivados de este estudio permitirán posteriormente a los investigadores proponer y plantear medidas alternativas que podrían fortalecer y reforzar efectivamente la cultura organizacional y la RSU en tiempos de crisis. Estas medidas, una vez implementadas, podrían potencialmente tener implicaciones de largo alcance para el desempeño de los universitarios, así como la promoción y cultivo de valores y prácticas socialmente responsables dentro de contextos tanto académicos como empresariales.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1 Responsabilidad social universitaria

2.2.1.1 Historia

El principio de responsabilidad social tiene profundas raíces históricas que se remontan a las primeras etapas de la sociedad humana. Desde la antigüedad, los seres humanos han mostrado tendencias sociales de forma natural, lo que ha llevado al establecimiento de comunidades y organizaciones con funciones específicas para lograr el bienestar colectivo. Estas comunidades formaron redes de comunicación basadas en ideologías, religiones y otros factores. A lo largo de la historia, se ha observado que grupos poderosos han participado en actos de asistencia a las comunidades más vulnerables. Estos casos ponen de relieve la presencia continua de iniciativas caritativas y filantrópicas destinadas a enfrentar retos a los que presentan la mayoría. Incluso en la sociedad contemporánea, esta relación persiste y está surgiendo una nueva base basada en la conservación del

entorno natural, otros elementos ambientales y sociales (Casanova, 2005).

La idea de responsabilidad social comenzó a ganar considerable reconocimiento y atención durante la década de 1980, cuando la comunidad en su conjunto comenzó a evaluar el comportamiento y las acciones de las entidades. Inicialmente, la responsabilidad social se enfocó principalmente en el compromiso y obligación de las organizaciones de maximizar su propio desempeño económico, como lo esbozó Carroll (1979). No obstante, a medida que avanzaba el tiempo, se produjo un notable cambio de percepción en la segunda mitad del siglo XX. Este cambio estuvo muy influenciado por el aumento de la accesibilidad a la educación, una mayor conciencia en torno a los derechos laborales, y una transformación fundamental en la mentalidad y mentalidad de las empresas, que comenzaron a poner mayor énfasis en las preocupaciones éticas y morales, como destacó Correa (2007).

La percepción de la sociedad ha sufrido una transformación, al dejar de atribuir al Estado la responsabilidad exclusiva de abordar los gastos sociales, económicos y culturales, así como de reducir las brechas de desigualdad. Actualmente, es ampliamente reconocido y aceptado que muchas organizaciones sociales, independientemente de que operen dentro del sector privado con o sin fines de lucro, deben ayudar activamente a la mejora de las personas y esforzarse por mejorar su calidad de vida en general, como lo señala De la Cuesta y Valor (2003). Es ampliamente entendido que la efectividad del desarrollo social está supeditada a la presencia e implicación de numerosas fuentes de contribución.

En consecuencia, la premisa de responsabilidad social está íntimamente ligado a las actividades emprendidas por las empresas y se refiere al impacto potencial que podrían tener en las comunidades en las que operan. Esto se debe a

que las empresas son las principales entidades económicas y generadoras de beneficios de la sociedad, ya que proporcionan bienes, materiales y servicios para hacer frente a las diversas vulnerabilidades a las que se enfrenta la sociedad con frecuencia (Gaete, 2016). Por lo tanto, ha surgido un nuevo concepto junto con la responsabilidad social: la responsabilidad social corporativa.

La responsabilidad social corporativa podría definirse de manera integral como las responsabilidades y compromisos legales, morales y éticos que surgen debido a la influencia que ejercen las operaciones, acciones y acciones de las organizaciones en diversos dominios, incluidos, entre otros, los derechos sociales, ambientales, laborales y humanos, según lo mandado y estipulado por las organizaciones internacionales. Este concepto cobró protagonismo en la década de 1990, un período marcado por la globalización, la liberalización del comercio y las reformas regulatorias que aportaron a su evolución. Las empresas comenzaron a reconocer la necesidad y la importancia de realizar negocios en un entorno caracterizado por la estabilidad, el desarrollo y la conducta ética, impulsado por una de las partes involucradas de mayor relevancia: los usuarios y los clientes (De la Cuesta y Valor, 2003).

No obstante, la responsabilidad social no se limita únicamente a las corporaciones; su alcance va mucho más allá y puede aplicarse a cualquier institución u organización, ya sea pública o privada. Además, su relevancia no se limita al entorno externo, sino que adquiere aún más importancia cuando se aplica al funcionamiento interno de una organización, abarcando las actitudes, las acciones y las actitudes de los individuos, reforzando así la cultura y el clima organizacionales.

En ese sentido, la premisa de responsabilidad social universitaria (RSU)

surgió a finales del siglo XX como resultado de las deliberaciones en torno al papel y la función de la enseñanza superior en el entramado social. La UNESCO, una organización estimada, demostró su papel pionero en el reconocimiento de esta novedosa perspectiva durante la Conferencia Mundial sobre Educación Superior convocada en la ilustre ciudad de París, Francia, en el año 1998. Es de destacar que esta conferencia, con sus loables recomendaciones, abogó por la integración de la responsabilidad social en las universidades, abarcando multitud de facetas como la ciudadanía, el medio ambiente, la inclusión, el liderazgo, y la igualdad. No obstante, fue durante la conferencia celebrada en 2009 cuando la RSU adquirió un significado e importancia aún mayores.

En América Latina, las universidades están explorando formas de recuperar su papel social como generadoras de conocimiento, su dedicación al avance y la educación de profesionales que posean una nueva perspectiva de la comunidad; además, contribuyan a sus fundamentos de justicia, igualdad, equidad y objetivo colectivo (Pérez et al., 2009). Teniendo esto en cuenta y siguiendo las directrices establecidas por la UNESCO en 2007, se convoca el Congreso Internacional de Rectores de América Latina y el Caribe. A pesar de ello, en la última afirmación de este congreso, se renuncia al término «responsabilidad social» y, en cambio, se prefiere el término «compromiso social».

2.2.1.2 Definiciones

Según lo informado por la Organización de los Estados Americanos y el Banco Interamericano de Desarrollo, la responsabilidad social universitaria puede definirse como una política integral que se fundamenta en los valores éticos y estándares de desempeño sostenidos por toda la comunidad universitaria, integrada por alumnos, docentes y personal administrativo. Cabe destacar que esta

política antes mencionada conlleva la administración juiciosa de los impactos académicos, cognitivos, laborales y ambientales que genera la universidad, propiciando un diálogo inclusivo y fructífero con la sociedad en general, con el objetivo de promover el desarrollo sostenible (Organización de los Estados Americanos, 2008, p. 21). Esto representa un desafío importante para las universidades, ya que requiere su influencia en las comunidades, fomentando el aprendizaje y el desarrollo mutuos a través de comportamientos y actitudes socialmente responsables, abordando las necesidades y los recursos sociales en conjunto con las partes interesadas implicadas.

La responsabilidad social universitaria (RSU) se ha vuelto examinada exhaustivamente por múltiples investigadores en los últimos tiempos, cada uno de los cuales ha atribuido diferentes conceptos a esta noción. A pesar de estas variaciones, hay elementos compartidos. Vallaey et al. (2008) presentan una de las contribuciones más notables al estudio de la RSU. De acuerdo con los estimados académicos Vallaey et al. (2008), la Responsabilidad Social Universitaria, como política indispensable, se esfuerza por potenciar incesantemente el cumplimiento de la misión y visión social de la universidad. Esta noble búsqueda se logra a través de la implementación de cuatro procesos fundamentales, a saber, la gestión ética y ambiental de la institución, el cultivo de ciudadanos responsables y solidarios, la producción y difusión de conocimiento que tiene ramificaciones sociales sustanciales, y un compromiso decidido de abogar por una agenda de desarrollo más compasiva y sustentable.

En su trabajo académico, Cuesta, De la Cruz, y Rodríguez (2010) exponen sobre la noción de RSU, dilucidando que denota la integración voluntaria, emprendida por las universidades, de su inquebrantable dedicación al buen

gobierno, particularmente en lo que respecta a aspectos sociales y ambientales. Es de destacar que este compromiso, para ejemplificar genuinamente la responsabilidad social, debe administrarse meticulosamente con una búsqueda inquebrantable de la calidad y la excelencia, reflejo de los principios que sustentan las funciones centrales de la universidad de docencia, investigación y transferencia de conocimiento a la comunidad.

Ayala (2011), en su contribución académica, presenta una perspectiva alternativa sobre Responsabilidad Social Universitaria, poniendo énfasis en el manejo ético y astuto de los impactos que una organización, como una universidad, engendra en su contexto personal, social y natural. Ayala postula que el objetivo principal de RSU radica en fortalecer la posición de la universidad a la luz de las realidades y desafíos en constante evolución que se encuentran.

Enfatiza que la RSU debe verse como un cambio gradual de pensamiento y no como un cambio radical o definitivo, y debe tener como objetivo lograr mejoras que sean apropiadas al contexto único de cada universidad.

Durante la Conferencia Mundial sobre Educación Superior celebrada en París, la UNESCO (2009) expresó la opinión de que la responsabilidad de las universidades debería extenderse más allá de la mera provisión de habilidades y competencias para el presente y el futuro. Además, las universidades deben desempeñar un papel vital en el desarrollo de individuos con fuertes principios éticos y la capacidad de pensar de manera crítica e independiente. Este enfoque multifacético permitiría a la sociedad adquirir una comprensión más profunda de temas complejos que abarcan dimensiones sociales, económicas, científicas y culturales, además de capacitarnos para enfrentar de manera efectiva estos desafíos. La Red Mundial de Universidades para la Innovación (2009), que se basa

en los principios del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), destaca cuan importante es la RSU como punto de referencia en materia de calidad ética en el desempeño de las asociaciones universitarias. Destaca la importancia del crecimiento responsable, específicamente en términos de los efectos ambientales, laborales, sociales, cognitivos y educativos que generan las universidades. La RSU, según esta perspectiva, exige que las universidades se involucren activamente con la sociedad de manera participativa, con el objetivo final de producir un progreso sustentable.

En territorio peruano, la responsabilidad social universitaria se define oficialmente en la Ley Universitaria núm. 30220 (Congreso de la República, 2014). Esta legislación describe la RSU como una forma de gestión que se adhiere a los principios de eficacia, eficiencia y ética. Subraya la influencia de la RSU en las propias universidades y en la sociedad en general, haciendo hincapié en su papel en el desempeño de las labores académicas y de investigación. Si bien la ley no proporciona una descripción exhaustiva de todas las áreas en las que la RSU debe implementarse, sí reconoce la importancia de la esfera social en sus diversas dimensiones, así como del medio ambiente.

Las disposiciones legales esbozadas en los artículos 125 y 124 de la Ley de Universidades delimitan específicamente la naturaleza multifacética de la RSU, subrayando la gestión ética y eficiente de la influencia de la universidad en la sociedad como consecuencia directa de sus labores académicas, esfuerzos de investigación, servicios de extensión y participación activa en el fomento del crecimiento nacional en diversas dimensiones. Cabe destacar que RSU también abarca la gestión responsable de las interrelaciones entre participantes del grupo universitaria y el impacto resultante de dichas interacciones en el medio ambiente,

así como en otras entidades públicas y privadas que realizan esfuerzos de colaboración con la universidad.

Además, la legislación acentúa acertadamente que la RSU sirve como fundamento de la vida universitaria, haciendo contribuciones invaluable al progreso sustentable y al bienestar general de la población en general (Congreso de la República, 2014).

La Declaración Mundial de la Educación Superior para el Siglo XXI de la UNESCO (1998) hace hincapié en la responsabilidad de las universidades de abordar las necesidades y aspiraciones sociales a largo plazo. La UNESCO también destaca la importancia de inculcar esta responsabilidad en la comunidad universitaria. Además, la declaración menciona la importancia de la educación superior para fortalecer su compromiso con la sociedad al enfrentar una variedad de desafíos, como la falta de recursos, la discriminación, la agresión, el analfabetismo, la escasez de alimentos, la degradación del medio ambiente y las enfermedades. Esto se logra mediante la implementación de enfoques que integran diferentes disciplinas y fomentan la colaboración entre ellas.

El compromiso de las universidades con la sociedad se fortalece aún más cuando se enfrentan a una gama diversa de obstáculos. Estos obstáculos pueden incluir escasez de recursos, discriminación, agresión, analfabetismo, escasez de alimentos, deterioro ambiental y enfermedades. Para enfrentar estos retos, las universidades deben adoptar enfoques que integren diversas disciplinas y promuevan la colaboración entre ellas. Al hacerlo, las universidades están mejor equipadas para abordar estos temas apremiantes y contribuir al bienestar general de la sociedad.

La responsabilidad social universitaria (RSU) ha sido un tema de extensa

investigación y exploración por parte de numerosos autores en los últimos años. Aunque existen diferentes definiciones e interpretaciones de RSU, comparten muchos aspectos comunes. Un autor influyente en el campo de la RSU, Francois Vallaeys, la define como una política integral y un conjunto de acciones encaminadas a potenciar continuamente la capacidad de la universidad para cumplir su misión y visión social. Esto se logra a través de cuatro procesos fundamentales: la gestión ética y ambiental de la institución, el cultivo de ciudadanos responsables y solidarios, la producción y difusión del conocimiento socialmente relevante, y el compromiso activo en la promoción de un desarrollo más humano y sustentable.

Además, Vallaeys et al. (2008) elaboran sobre el compromiso voluntario de las universidades de gobernarse de manera ética y socialmente responsable a través de sus tres funciones principales: docencia, investigación y transferencia de tecnología. Este compromiso debe manejarse con el mismo nivel de dedicación a la calidad y excelencia que aplica a las funciones centrales de las universidades.

2.2.1.3 Dimensiones

A continuación, Vallaeys et al. (2008), el eje vertical, que es común a todo tipo de corporaciones y empresas, representa la generación de impactos sociales, laborales y ambientales. Por otro lado, el eje horizontal se refiere particularmente a las organizaciones dedicadas a la educación y la adquisición de conocimientos., a las que se puede denominar el “eje académico”. Es imperativo realizar un breve análisis y evaluación de cada tipo de impacto y modelo a fin de obtener una comprensión integral de las complejidades involucradas.

Figura 1

Cuatro tipos de impactos universitarios



Nota. Vallaeyes et al. (2009) Responsabilidad Social Universitaria. Manual de primeros pasos, México, McGraw Hill. Página 8.

<https://publications.iadb.org/es/publicacion/14191/responsabilidad-social-universitaria-manual-de-primeros-pasos>

Primera dimensión: Impactos organizaciones

Al igual que cualquier organización, la universidad tiene un efecto significativo en la vida de la comunidad universitaria, incluyendo profesores, personal administrativo y estudiantes. También tiene efectos ambientales a través de actividades como el transporte y la generación de residuos. Un instituto superior responsable se preocupa por evaluar su rastro social y ambiental

Segunda dimensión: Impactos educativos

La institución superior desempeña un papel fundamental en la instrucción de jóvenes y profesionales, influyendo en sus valores, normas y percepción del mundo. Además, contribuye a la delimitación de los principios éticos en cada campo profesional y su impacto en la sociedad. Una institución universitaria responsable se plantea qué tipo de individuos está preparando, tanto en su rol profesional como

ciudadano, y se esfuerza por establecer un marco educativo apropiado para asegurar una formación comprometida con la responsabilidad social de los alumnos.

Tercera dimensión: Impactos cognitivos

La institución superior tiene un papel importante en la producción de conocimiento, abarcando la ciencia, la racionalidad, la legitimidad y su utilidad en la enseñanza. Puede fomentar la segmentación del conocimiento al limitar los campos de estudio de cada carrera. Además, establece la conexión entre la sociedad y la tecnología de la ciencia, posibilitando el control y la participación social en el conocimiento. Una institución universitaria responsable reflexiona sobre el conocimiento que está generando, su importancia en la sociedad y quiénes son los beneficiarios de dicho conocimiento.

Cuarta dimensión: Impactos sociales

La institución superior ocupa una posición crucial e indispensable en el proceso de educación y formación de jóvenes y profesionales, ejerciendo una influencia significativa en sus valores, normas, y percepción general del mundo. Además, juega un papel instrumental en la conformación y premisa de los estándares éticos y de conducta esperados dentro de cada campo de estudio, al tiempo que cumple simultáneamente con sus obligaciones sociales. Una universidad con responsabilidad reflexiona profundamente sobre el tipo de profesionales, ciudadanos e individuos que está moldeando, buscando activamente establecer un marco educativo bien estructurado que asegure una educación socialmente concienzuda para sus alumnos (Vallaey et al., 2009, p.9).

La universidad, al ser un bastión del conocimiento y el aprendizaje, ocupa una posición primordial en la sociedad, ya que posee la notable capacidad de

fomentar el progreso, cultivar el capital social, facilitar las conexiones entre los estudiantes y el mundo más allá de la academia, y democratizar el acceso al conocimiento para todos. Una universidad responsable contempla meticulosamente las formas en que puede contribuir al avance de la sociedad y participar activamente en la resolución de sus desafíos fundamentales.

Vallaey et al. (2009) sostiene que entre la multitud de impactos que generan las universidades, la influencia cognitiva que ejercen sigue siendo la más consecuente, aunque a menudo subestimada. Este impacto cognitivo se refiere a la profunda influencia que tienen las universidades en los marcos mentales, paradigmas y modelos prácticos utilizados por líderes, autoridades y expertos en la construcción y conformación de la sociedad a partir de sus conocimientos y experiencia adquiridos.

En cuanto a las acciones instigadas por las universidades, los académicos Limo y Peña (2019) han reconocido las dimensiones más pertinentes y escudriñado sus efectos en los diversos ámbitos dentro de los cuales operan estas instituciones. Estas dimensiones abarcan:

Medio ambiente: Abarcar todas las iniciativas y esfuerzos emprendidos por las instituciones de educación superior que han producido impactos discernibles en cualquier sistema natural.

Social: Abarcar todas las acciones emprendidas por las universidades y sus efectos posteriores en las partes interesadas, incluyendo estudiantes, miembros de la facultad, personal administrativo, sociedad en general, organismos gubernamentales, corporaciones, y demás partes relevantes.

Económico: Abarcando la totalidad de actividades emprendidas por las universidades que han influido en sus grupos de interés y han arrojado

consecuencias notables a nivel local, nacional e internacional.

En resumen, la universidad desempeña un papel fundamental no solo en la configuración de las mentes y los valores de sus estudiantes, sino también en contribuir activamente al progreso de la sociedad y abordar sus apremiantes desafíos. Su impacto se extiende mucho más allá de los confines de la academia e influye en diversas dimensiones de la sociedad, incluidos los marcos cognitivos empleados por sus líderes y profesionales, el medio ambiente, las interacciones sociales y el panorama económico general.

- Las dimensiones identificadas son:
- Enseñanza- Aprendizaje e investigación
- Desarrollo tecnológico e innovación(I+D+i)
- Gestión
- Relaciones con la sociedad

En primer lugar, la generación de conocimiento pone su énfasis en el establecimiento de modelos que trasciendan las fronteras disciplinarias, promoviendo con ello la colaboración y la integración de diversas áreas del conocimiento. Además, se esfuerza por desarrollar tecnologías que contribuyan a la preservación del medio ambiente y fomenten modelos de gestión orientados hacia la responsabilidad social. También es de suma importancia proporcionar apoyo sostenible a los esfuerzos de investigación y aplicar principios de responsabilidad social en el ámbito de la educación académica.

Pasando al segundo aspecto, hay un esfuerzo concertado para minimizar la utilización de los recursos naturales y fomentar la adopción de prácticas de reciclaje en el ámbito de los asuntos ambientales. Adicionalmente, existe un fuerte impulso para la implementación de modos de transporte socialmente sustentables, con un

enfoque en identificar alternativas que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente. Desde el punto de vista social, la universidad tiene el firme compromiso de promover la igualdad de oportunidades e invertir en la formación académica de los profesionales, con lo que se garantiza el acceso equitativo a la educación. En términos económicos se establecen políticas para incentivar la contratación responsable de bienes y servicios, así como asegurar la transparencia en los procesos de compra y contratación.

En la tercera dimensión, la universidad dirige su atención hacia su relación con la sociedad. Se busca activamente contribuir al mejoramiento de la humanidad y participar en esfuerzos cooperativos, con un enfoque específico en promover oportunidades de empleo y crear espacios de diálogo y debate en torno al concepto de responsabilidad social. Esto, a su vez, tiene como objetivo crear conciencia y concientizar al interior de diversas comunidades. Desde una perspectiva ambiental, la universidad se esfuerza por informar y sensibilizar a la sociedad sobre la importancia crítica de la sustentabilidad, con especial énfasis en la conservación del medio ambiente y la protección de zonas ecológicas y áreas verdes dentro de los campus universitarios. En cuanto a la dimensión económica, se incentiva activamente la promoción de productos de comercio justo, que no sólo apoya a los productores locales, sino que además sirve como motor de inversión ética y socialmente responsable.

2.2.2 Cultura organizacional

2.2.2.1 Definición

Para proporcionar una base teórica para estos empeños, se han tomado en consideración las aportaciones de diversos autores que han aportado definiciones de cultura organizacional. Según Robbins (2004), la cultura organizacional puede

entenderse como un sistema de significados compartidos entre los miembros de una organización, que sirve para distinguirla de otras. Esta cultura compartida se compone de características distintivas que son altamente valoradas dentro de la organización.

Una definición más contemporánea, como lo proponen Robbins y Judge (2013), postula que la cultura organizacional consiste en un sistema de significados compartidos entre los miembros de una organización, que sirve para diferenciarla de otras organizaciones. El concepto de cultura organizacional, como sugieren, refleja cómo los empleados perciben las características distintas de la cultura de la organización, en lugar de centrarse simplemente en el nivel de aceptación. Es decir, es de suma relevancia ya que permite la diferenciación de la cultura basada en el respeto otorgado a los roles y funciones laborales.

Por otro lado, Podestá (2006) define la cultura como la influencia del conocimiento, creencias, arte, moral, derecho, costumbres, hábitos, habilidades, y comportamientos que son adquiridos por los individuos como miembros de una sociedad. Cuando un individuo se convierte en parte de un grupo, obtiene una comprensión de la cultura a través de sus experiencias e interacciones con los símbolos y artefactos de la organización. Según Podestá, cada organización posee una cultura distinta que puede ser comparada con el ADN, y esta cultura se refleja en los valores, normas, mitos, rituales, héroes, creadores, lenguaje, infraestructura, símbolos, creencias, comportamientos y formas de pensar de la organización, todos los cuales son compartidos por los miembros de la organización y tienden a perdurar en el tiempo.

Fajardo et al. (2020) proporcionan una definición integral de la cultura organizacional como el conjunto colectivo de valores, normas, creencias rectoras,

y entendimientos que son compartidos entre los miembros de una organización. Estos elementos culturales se inculcan en los nuevos miembros como la forma correcta de pensar, sentir y comportarse dentro del contexto organizacional. Además, la cultura organizacional abarca tanto normas formales como informales, representando estas últimas el aspecto no escrito del sentimiento o actitudes de la organización. Estas normas juegan un papel crucial para orientar y mejorar el desempeño del personal en su búsqueda de los objetivos organizacionales. Además, los autores destacan el hecho de que todos dentro de la organización participan en la conformación de la cultura, a pesar de que esta implicación suele pasar desapercibida.

Además de su carácter multifacético, la cultura organizacional se caracteriza por dos niveles distintos. En la superficie, se observan artefactos y comportamientos que sirven como manifestaciones visibles de la cultura. Estos incluyen aspectos como la manera de vestir y actuar, el control y distribución de autoridad, la implementación de sistemas de control y estructuras de poder, así como la significación histórica y las acciones emprendidas por la organización. Sin embargo, debajo de estas manifestaciones a nivel superficial, existen elementos de cultura más profundos e invisibles. Estos elementos ocultos reflejan los valores centrales, creencias y pensamientos de los individuos que operan dentro de la organización, como enfatizan Fajardo et al. (2020).

Schein (1998), según lo citado por Pedraza et al. (2015), sostiene que la cultura organizacional abarca una amplia gama de dimensiones. Estas dimensiones incluyen el lenguaje básico empleado dentro de la organización, las categorías conceptuales compartidas que configuran la comprensión de los miembros organizacionales, los límites que definen la pertenencia a grupos, los criterios de

inclusión y exclusión, las dinámicas de poder, la estructura y jerarquía, los niveles de intimidad, amistad y amor, los sistemas de recompensas y castigos, así como los aspectos ideológicos y religiosos que influyen en el comportamiento organizacional. En esencia, la cultura organizacional sirve como un marco a través del cual buscamos comprender, identificar y reconocer el nivel de cultura dentro de una organización.

Tomando en cuenta una perspectiva alternativa sobre la cultura organizacional, se hace evidente que ha sido un tema de relevancia e importancia significativa desde los años setenta u ochenta. Es ampliamente reconocido que la cultura organizacional debe estar presente en toda organización, ya que juega un papel crucial en la medición del desempeño de los empleados, como lo destacó Robbins (2004, p. 123).

A lo largo del tiempo, la cultura organizacional ha dejado una huella indeleble en diversos sistemas, incluyendo educación, sociedad, individuos y organizaciones. Su impacto ha sido particularmente significativo, ya que sirve como referente orientador para la producción y el crecimiento general de las organizaciones.

En una línea similar, Schein (1988) introdujo el concepto de supuestos y creencias como componentes integrales de la cultura organizacional. Es imperativo dar una explicación clara del significado de la cultura dentro del contexto organizacional. Schein postula que la cultura engloba las respuestas colectivas que un grupo ha aprendido para enfrentar los retos de adaptación externa e integración interna. Representa un repertorio de experiencias importantes y significativas que el grupo ha vivido e implementado para adaptarse a la organización (p. 24). De acuerdo con Schein (1988), una concepción formal de la cultura organizacional la reconoce como producto del aprendizaje experiencial, enfatizando con ello que sólo

puede identificarse dentro de un grupo definible con un trasfondo histórico significativo (p. 24).

Al examinar las obras de los autores más influyentes en este campo, se hace evidente que la cultura significa las dinámicas que sustentan el éxito en las empresas y organizaciones. Al comprender y administrar de manera efectiva la cultura organizacional, las organizaciones pueden mejorar su desempeño y alcanzar sus metas deseadas. La noción de cultura abarca una amplia gama de elementos que contribuyen a la formación y preservación de la identidad y forma de vida de un colectivo. Estos elementos incluyen valores compartidos, misión y visión, formas de vida, hábitos, costumbres, códigos de conducta, políticas laborales, historia, tradiciones y objetivos. Se transmiten de una generación a otra, ya que las generaciones mayores buscan transmitir sus patrones culturales a las nuevas generaciones. No obstante, es importante señalar que a menudo surgen resistencias y reacciones dentro de este proceso, lo que lleva a cambios graduales y lentos en el panorama cultural.

Cuando se trata de una empresa u organización, estas actitudes, códigos y expectativas compartidos juegan un papel importante en la configuración inconscientemente de ciertas normas de comportamiento. Estas normas, a su vez, tienen un profundo impacto en la motivación y expectativas respecto al trabajo y las relaciones grupales. Adicionalmente, juegan un papel crucial en la determinación de los resultados que se pueden esperar de cada miembro de la organización. De esta manera, es crucial entender estas dinámicas culturales para comprender cómo opera un determinado grupo de personas y percibir la efectividad de la organización en su conjunto.

Además, el estudio de la cultura organizacional nos permite predecir las

posibles consecuencias de implementar estrategias y políticas dentro de una organización. Ayuda a identificar áreas donde se necesita un cambio, comprender los posibles resultados de tales transformaciones y explorar cómo la identidad puede reforzarse y hacerse más adaptable. Además, nos permite responder eficazmente a los fenómenos de cambio interno que pueden ocurrir dentro de la organización.

El concepto de cultura en sí es dinámico y evolutivo, y se basa en diversos campos de estudio, incluida la psicología grupal, la teoría del liderazgo, la psicología social y la teoría del aprendizaje. Según Schein, la cultura puede definirse como un modelo de supuestos básicos que un grupo inventa, descubre, o desarrolla a medida que aprende a abordar sus problemas de adaptación externa e integración interna. Estos supuestos se consideran válidos y se enseñan a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y abordar los problemas y la realidad. Schein enfatiza que la cultura es el resultado del aprendizaje y la experiencia, y no puede simplemente imponerse o “crearse”.

En su investigación, Vertel et al. (2013) argumentan que la cultura organizacional es universalmente reconocida como el conjunto de significados y creencias compartidos de un colectivo. Destacan el hecho de que las perspectivas sobre la cultura pueden variar dependiendo de diferentes orientaciones culturales, que incluyen valores, creencias, costumbres, ritos, historias, y modelos mentales. También se enfatiza el papel del gerente o administrador como capacitador de cultura organizacional.

Dado su importante impacto en la productividad y el crecimiento empresarial, el concepto de cultura organizacional ha ganado una inmensa significación e importancia dentro de las organizaciones. En consecuencia, ha sido objeto de

estudio por numerosos autores desde la década de 1970. Pettigrew (1979) describe la cultura organizacional como “el sistema de significados públicos y colectivos en un ambiente aceptado que opera para un grupo determinado en un momento dado”. La definición presentada en este texto llama la atención sobre la naturaleza siempre cambiante y dinámica de la cultura organizacional y su papel crucial en la conformación del funcionamiento y las operaciones de los grupos dentro de una organización. Esto enfatiza la importancia y el impacto que la cultura organizacional tiene en el comportamiento y acciones de individuos y grupos dentro de la organización.

Es mencionado por Schwartz y Davis (1981) que la cultura organizacional comprende un conjunto colectivo y compartido de creencias y expectativas que ejercen influencia en el comportamiento de individuos y grupos dentro de la organización. Estas creencias y expectativas dan lugar a normas que tienen gran poder e influencia sobre el comportamiento y las acciones de los miembros de la organización. Según Barney (1986), la cultura organizacional tiene el potencial de convertirse en una ventaja competitiva para la empresa, convirtiéndola en un aspecto vital a considerar y administrar. Martin y Siehl (1983) sugieren que la cultura de una organización puede sufrir cambios espontáneos, ya sea como resultado de decisiones de gestión conscientes e intencionales o por la influencia de subculturas que refuerzan y apoyan la cultura dominante.

Wilkins (1983) plantea la noción de que la cultura abarca el comportamiento consuetudinario y preestablecido de las personas, así como su percepción del mundo a través de historias, lenguaje y costumbres. En la misma línea, Wilkins & Ouchi (1983) sostienen que la cultura organizacional es una entidad desafiante y compleja de alterar o cambiar. Martin (2002) también reconoce que las

manifestaciones culturales dan lugar a patrones de significado que tienen el potencial de conducir a la armonía, conflictos entre grupos y relaciones caracterizadas por ambigüedad, paradojas y contradicciones.

Azevedo (2007), según lo citado por Leite (2009), sostiene que la cultura organizacional es el único factor que distingue a las empresas sustentables debido a su naturaleza intrincada, única y difícil de duplicar o imitar. Además, es importante señalar que la cultura organizacional juega un papel importante en la mejora de la competitividad y productividad de las empresas al reconocer y valorar las capacidades intelectuales, fomentar el trabajo en equipo, y promover el intercambio de ideas entre diferentes grupos dentro de la organización (Soria et al., 2008).

Otros autores, particularmente Febles & Oreja (2008), postulan que la cultura organizacional se puede ver desde dos perspectivas distintas. La primera perspectiva se centra en los recursos y capacidades, enfatizando que la competitividad de una empresa depende de su capacidad para establecer y configurar un conjunto de recursos que no se replican fácilmente y que proporcionan capacidades o competencias distintivas.

Daft & Steers (1992) y Mayoral (1994) concurren en que el cambio organizacional se produce principalmente en respuesta a los cambios en el entorno empresarial, que se está volviendo cada vez más intrincado, dinámico e interconectado. Esta necesidad de cambio es imperativa para asegurar la supervivencia y longevidad de la organización. Kreitner & Kinicki (1997) afirman que el desarrollo de una cultura adaptativa puede traer numerosos beneficios a la empresa, y el liderazgo juega un papel fundamental en la creación de una infraestructura que fomente y apoye la adaptabilidad organizacional. Hodge et al. (2003) destacan el dinamismo inherente y natural de la cultura organizacional, ya

que evoluciona y cambia en respuesta a los cambios internos dentro de la organización, sus miembros, y su entorno externo.

Febles & Oreja (2008) ponen énfasis significativo en la noción de que, en los últimos años, ha habido un creciente reconocimiento del papel crucial que juega la cultura organizacional en la determinación del éxito o fracaso de las estrategias de negocio en las etapas de implementación y desarrollo. Ante esto, ha surgido el concepto de cultura estratégica, que pertenece al conjunto de normas y valores que moldean las preferencias por un tipo particular de comportamiento estratégico dentro de un grupo social.

En una línea similar, sin embargo, Febles concuerda con las opiniones expresadas por Pümpin & García (1998) al afirmar que el cambio cultural es efectivamente factible y completamente alcanzable. Subrayan el hecho de que una cultura que se alinea con la estrategia que se persigue plantea dificultades para que los competidores se repliquen e imiten, debido a dos razones primarias. En primer lugar, el ensamblaje de normas, reglas, enfoques y valores que constituyen la cultura organizacional es el resultado de un largo proceso de desarrollo que implica la participación activa de los accionistas, gerentes y personal de la compañía. En segundo lugar, los efectos que caracterizan el comportamiento emanan de un proceso de fortificación de la cultura, y no pueden integrarse rápidamente en el tejido de la organización a través de recursos financieros, sistemas o métodos específicos (Febles, Pümpin & García, 1998, p. 71).

En consecuencia, esto implica que la clave para transformar la cultura en una ventaja competitiva y un atributo distintivo radica en la acumulación de recursos altamente específicos que poseen un valor interno sustancial, poseen características únicas y, en consecuencia, son desafiantes para que las partes

externas exploten. Esto disminuye significativamente la probabilidad de erosión de la ventaja competitiva de la organización (Febles, Pümpin & García, 1998, p. 71).

Por otro lado, Febles & Oreja (2008) proponen una perspectiva alternativa en la definición de la cultura organizacional. Elucidan que existen diferentes definiciones de cultura dependiendo del enfoque desde el que se observa, sin embargo, todas ellas convergen en características comunes, como destacó Shein (1988), quien identifica tres niveles de cultura. En primer lugar, el nivel subyacente engloba los valores, supuestos básicos y creencias que forman un conjunto de referencias válidas debido a su profunda influencia en el tiempo. En segundo lugar, el nivel de valoración abarca las reglas, estructuras, estrategias, ecosistemas, habilidades, cualidades, y estilos de liderazgo que guían el comportamiento de un grupo social. Por último, el nivel de manifestaciones visibles es donde las prácticas y estrategias asumen significación y dan lugar a una realidad organizacional que la distingue de otras. Todos estos niveles tienen como objetivo integrar y coordinar comportamientos que potencien la eficiencia y efectividad de la organización.

Al revisar estos planteamientos, el autor es capaz de alinearse con las ideas planteadas por Edgar Schein, quien postula que la cultura no puede imponerse ni fabricarse, sino que se adquiere a través del proceso de aprender del entorno circundante a lo largo del tiempo. Este proceso de aprendizaje es imperativo para que los empleados se adapten a la cultura imperante dentro de la empresa. Es de suma importancia que los individuos desarrollen su propia percepción de la cultura organizacional y participen activamente en la colaboración con la organización.

Las acciones y prácticas que ocurren dentro de una empresa pueden comprenderse, incluso si difieren de las de otras instituciones, ya que cada organización posee sus características culturales únicas. Gracias a la experiencia

acumulada, estas prácticas pueden servir de ejemplos para situaciones futuras. En última instancia, es crucial educar a todos sobre cómo observar, pensar críticamente y abordar los problemas. Esta responsabilidad recae con frecuencia en los miembros del personal más experimentados, quienes guían a los recién llegados bajo la supervisión de un líder, distinguiendo entre lo que se considera bueno y malo.

2.2.2.2 Dimensiones

Se ha realizado una extensa revisión bibliográfica para determinar las dimensiones relevantes a estudiar en relación a la variable de cultura organizacional. Autores como Robbins y Judge (2013) han proporcionado valiosas directrices para mejorar la investigación en este campo, y se han llevado a cabo análisis adicionales basados en sus contribuciones. Chiavenato (2009) ha identificado cinco dimensiones clave: universalidad versus particularidad, individualismo versus colectivismo, neutralidad versus claridad, relaciones específicas versus relaciones difusas, y realización versus atribución. Estas dimensiones exploran la forma en que las personas se comportan, sus expectativas hacia la organización y su disposición a contribuir para lograr una eficacia real. Además, Chiavenato también hace referencia a las dimensiones propuestas por Hofstede (1991), que incluyen la distancia con respecto al poder, la aversión a la incertidumbre, el individualismo frente al colectivismo y la masculinidad frente a la feminidad. Estas dimensiones destacan las diversas actitudes y tendencias presentes en la sociedad.

Así mismo, Gordon (1991) ve la cultura organizacional como un sistema específico que consiste en suposiciones y valores distribuidos que asignan una mayor importancia a los modelos de comportamiento transmitidos a los nuevos

miembros, ya sea formal o informalmente. Es importante señalar que la cultura organizacional se basa en creencias orientadas internamente sobre cómo gestionar, así como en creencias orientadas externamente sobre cómo competir.

Por consiguiente, Guillén y Aduna (2008) explica que las dimensiones de la cultura abarcan lo siguiente: distancia de poder (PDI), individualismo/colectivismo, masculinidad/feminidad y aversión al riesgo. La **distancia de poder (PDI)**, se refiere a la medida en que una sociedad acepta la desigualdad humana en áreas como el prestigio, la riqueza y el poder. El **individualismo/colectivismo (IND)** se relaciona con la fuerza de los lazos sociales dentro de una sociedad; las sociedades individualistas hacen hincapié en la autosuficiencia y las sociedades colectivistas priorizan la protección y la lealtad mutuas. La **masculinidad y la feminidad (MAS)** se refieren a la clasificación social de las personas en función del género; las culturas masculinas designan funciones sociales diferenciados a hombres y mujeres, mientras que las culturas femeninas entrelazan los roles culturales y sociales. La **aversión al riesgo (AV)** describe el nivel de incomodidad que sienten las personas ante la incertidumbre del futuro y lo desconocido.

Robbins y Judge (2013) enfatizan que el enfoque principal de su investigación es en las percepciones de los empleados hacia su organización, particularmente en lo que respecta a la cultura organizacional. Los autores expresan su curiosidad por saber si la organización promueve activamente la colaboración entre los empleados, reconoce y recompensa las ideas innovadoras y apoya diversas iniciativas. Sin embargo, es crucial señalar que el término «cultura organizacional» posee un carácter descriptivo, lo que pone de relieve la necesidad de comprender las características y dinámicas específicas que dan forma a la cultura dentro de una organización.

En conclusión, este proyecto tiene como finalidad discutir las dimensiones destacadas por Robbins & Judge (2013), que se han abordado. Estas dimensiones son factores importantes que afectan a las personas, incluido el entorno en el que se criaron, la influencia social, la individualidad frente a la interacción con otras personas del mismo o diferente género y su enfoque para la resolución de problemas. En consecuencia, se establece un criterio para definir las cuatro dimensiones culturales, a saber: el trabajo en equipo, la comunicación organizacional, los valores organizacionales y el estilo de gestión y gestión.

Trabajo en equipo

Como señaló Robbins & Judge (2013), hace varias décadas, empresas pioneras como Volvo y General Electric introdujeron el Enfoque colaborativo en sus procesos de producción. Este novedoso enfoque pronto ganó reconocimiento, ya que los emprendedores reconocieron las ventajas de formar equipos que asumen colectivamente la responsabilidad de su trabajo. En consecuencia, quienes no adoptan esta práctica ahora se consideran atípicos, ya que la eficiencia se ha convertido en sinónimo de trabajo en equipo. Un equipo que funcione bien fomenta la sinergia positiva mediante el esfuerzo concertado, la dedicación y la coordinación.

Así mismo, Robbins & Judge (2013), las organizaciones que implementan estrategias de formación de equipos de manera consistente tienen el potencial de lograr resultados superiores sin incurrir en costos adicionales. Existen varios tipos de equipos, tales como: Equipos autodirigidos: estos equipos son los principales responsables de resolver problemas y hacer recomendaciones. En ocasiones, también pueden emplearse para implementar mejoras y garantizar un control efectivo de los resultados.

Equipos transnacionales: compuestos por trabajadores de diferentes áreas de la organización, pero con niveles jerárquicos similares, estos equipos se reúnen para completar tareas específicas.

Equipos virtuales: estos equipos utilizan la tecnología para unir a miembros dispersos geográficamente con el objetivo común de lograr un objetivo común. Si bien son muy frecuentes y están motivados por los avances tecnológicos, se enfrentan a desafíos relacionados con la empatía social y la reducción de la interacción cara a cara. En consecuencia, los gerentes deben tener en cuenta tres factores clave: El grado de confianza entre los integrantes del equipo, el seguimiento del progreso y la socialización dentro de la organización.

Robbins y Judge (2013) destacan que las siguientes consideraciones son cruciales para la creación de equipos:

1. Recursos adecuados: cada equipo depende de recursos externos para respaldar sus actividades.
2. Liderazgo y estructura: los equipos no pueden desarrollarse eficazmente sin ponerse de acuerdo sobre la asignación de tareas y la división del trabajo.
3. Clima de confianza: los miembros del equipo no solo confían unos en otros sino también en sus líderes.
4. Sistemas de evaluación del desempeño y recompensa: además de reconocer las contribuciones individuales, la administración debe modificar los métodos de evaluación tradicionales que se centran únicamente en las personas. Del mismo modo, los sistemas de recompensas deben adaptarse en consecuencia (pág. 313).

Para que todo este proceso pueda llevarse a cabo, es necesario formar un equipo teniendo en cuenta las habilidades y personalidad de sus miembros. Esto

implica unir a personas en la organización que sean compatibles y puedan trabajar en conjunto de manera efectiva. Además, para asegurar la eficacia de los equipos, se deben considerar varios aspectos.

Primero, la unión de las personas debe estar alineada con un propósito y planes comunes, teniendo en cuenta los objetivos específicos para los cuales se han creado los equipos. Además, es esencial tener en cuenta la importancia de las experiencias pasadas en relación con la eficacia del equipo y las perspectivas individuales de los miembros del equipo. Es inevitable que surjan conflictos debido a las diversas personalidades y perspectivas de las personas dentro de un equipo. Sin embargo, es imperativo reconocer que estos conflictos tienen el potencial de producir resultados positivos y contribuir al desarrollo general y al éxito del equipo. Es importante reconocer que los conflictos, cuando se gestionan adecuadamente, pueden conducir a una mayor creatividad, a una mayor colaboración y a la generación de ideas novedosas.

Por último, es de suma importancia evitar activamente el fenómeno conocido como «pereza social». Se refiere a la tendencia de las personas a adoptar un papel pasivo dentro de un entorno grupal, en el que confían en los demás para llevar a cabo todas las tareas necesarias mientras se limitan a observar y aportar una contribución mínima. Para cultivar una fuerza laboral productiva y comprometida, las organizaciones deben asegurarse de que todas las personas participen activamente y contribuyan al logro de los objetivos colectivos. Al promover una cultura de responsabilidad y fomentar un entorno en el que todas las personas se sientan valoradas y empoderadas, las organizaciones pueden mitigar los riesgos asociados a la pereza social y maximizar el potencial de éxito (Robbins y Judge, 2013).

Para Sánchez & Otálora (2006) el trabajo en equipo consiste en llevar a cabo acciones conjuntas que implican cierto nivel de interacción, cooperación y gestión para alcanzar metas compartidas. Este enfoque se modifica en el método fundamental para lograr un funcionamiento adecuado de los equipos.

Comunicación organizacional

Concepto

La comunicación organizacional es un área de estudio relativamente nueva que extrae sus fundamentos conceptuales y teóricos de disciplinas como la psicología social, la sociología y las ciencias de la administración. Sin embargo, debido a su enfoque en la interacción humana y su dinámica con otros individuos, se la conoce comúnmente como comunicación social.

Al examinar la comunicación organizacional como campo académico, Putnam, según cita Shumal (2001), señaló que surgió de cuatro tradiciones comunicativas distintas en los Estados Unidos: la comunicación oral, la persuasión (incluida la publicidad y la propaganda), el discurso público y la teoría de la comunicación humana. Además, Putnam identificó cuatro corrientes clave de intereses teóricos y metodológicos en esta disciplina: la política, la retórica, el procesamiento de la información y la cultura. Además, en colaboración con Jablin et al. (2001), adoptaron la clasificación de Fischer (1982) para clasificar los diversos enfoques teóricos de la comunicación organizacional en perspectivas mecanicistas o mecánicas, psicológicas, interpretativas-simbólicas y sistémicas.

Otros autores, citados por Fernández (2009), sostienen que los principios de la teoría de sistemas abiertos forman la base del comportamiento y el diseño empresarial. Esta teoría postula que las organizaciones deben poder adaptar su estructura, políticas y otros elementos a diversos factores situacionales para lograr

la eficiencia empresarial. Estas variables situacionales incluyen la tecnología, el entorno, las personas y la cultura en la que opera la organización. Orozco (1997), explica que los conceptos de «teoría de la comunicación» y «comunicación organizacional» han estado fuertemente influenciados por ideas como la mediación y la audiencia. Los empleadores reconocen la necesidad de utilizar la comunicación como una herramienta para mejorar el desempeño de sus empleados en las instituciones. Al emplear estrategias de comunicación eficaces, las organizaciones pueden mejorar el funcionamiento y la productividad de sus colaboradores. Sin embargo, desde una perspectiva de investigación, se han utilizado enfoques excesivamente empíricos que no han contribuido al desarrollo de una base conceptual sólida. En cambio, se han basado principalmente en préstamos de la psicología social o en la función de la gestión administrativa.

Según el profesor mexicano Pablo Casares, la premisa fundamental de la comunicación organizacional, el proceso de transmisión de información dentro de una organización, es crucial para facilitar la resolución de conflictos, motivar a los empleados a alcanzar sus objetivos, diagnosticar el entorno laboral e incluso prever los posibles problemas que puedan surgir en el contexto organizacional. Esta forma de comunicación ha evolucionado y se ha expandido en varios ámbitos en los que los seres humanos interactúan, particularmente en el ámbito social. Por ejemplo, desempeña un papel vital en los sindicatos, las instituciones de salud, las organizaciones sin fines de lucro y los gobiernos locales y seccionales, donde la gestión eficaz de la comunicación organizacional es indispensable para la ejecución exitosa de los proyectos.

Sin embargo, el surgimiento de una mayor competitividad como resultado del neoliberalismo, la globalización y la revolución de la tecnología de la información

ha hecho necesario hacer mayor hincapié en el aspecto operativo de la investigación, en particular a la hora de proporcionar información relevante y oportuna para los procesos de toma de decisiones. Este cambio de enfoque ha dado lugar a una primacía de los intereses prácticos sobre las consideraciones teóricas, lo que ha reducido la producción científica general en el campo de la comunicación organizacional.

En consecuencia, la investigación realizada en esta área sigue siendo de alcance limitado, fragmentada y dispersa. Al mismo tiempo, la amplia gama de marcos teóricos y referencias dentro de las ciencias sociales, humanísticas y administrativas, incluidos varios puntos que se superponen con la teoría de la comunicación social, han posicionado la comunicación organizacional como un campo transdisciplinario. Esta naturaleza transdisciplinaria no implica la disolución de sus objetos únicos en los de las disciplinas adyacentes, sino que enfatiza la necesidad de construir conexiones, mediaciones e intertextualidades significativas para delinear sus especificidades. (Barbero, 1992).

Casares (1991) ha presentado un argumento que merece atención en relación con el tema en cuestión. Es importante reconocer que tanto la comunicación organizacional como el estudio académico de la comunicación social han pasado por etapas similares en términos del enfoque comunicativo. Estas etapas abarcaron un enfoque en los medios de comunicación de masas durante la década de 1960, lo que implicó el análisis crítico de los medios, las políticas mediáticas y la utilización de los medios de comunicación dentro de las organizaciones. Posteriormente, hubo un cambio hacia la comunicación grupal e interpersonal en la década de 1970, con un énfasis particular en el análisis de la vida cotidiana en las organizaciones o comunidades. En última instancia, este

proceso evolutivo condujo a análisis más exhaustivos en la década de 1980, en los que el concepto de cultura asumió un papel fundamental.

Además, numerosos estudiosos han subrayado la importancia de la comunicación en este contexto. Sin embargo, es esencial reconocer los avances teóricos y las contribuciones conceptuales y metodológicas únicos realizados por los académicos en este campo, particularmente en los países desarrollados, que han definido y delimitado el alcance de sus estudios, así como los principios, las categorías y los ámbitos profesionales dentro de este campo. Esto presenta un desafío, ya que estos marcos no pueden aplicarse simplemente a países con diferentes entornos socioeconómicos, políticos y culturales, como han advertido los académicos latinoamericanos.

Saladrigas (2005) ya ha incorporado la valoración de los derechos de las personas en la evaluación de la comunicación. Sostiene que, desde un punto de vista ético, es imperativo reconocer uno de los derechos humanos primordiales, en síntesis, el derecho a la expresión. Esto es particularmente importante en el lugar de trabajo, donde la libertad de expresión se ha visto históricamente limitada por prácticas de gestión autoritarias y jerárquicas. Es evidente que aún queda mucho trabajo por hacer en este ámbito y, aunque actualmente no sea una prioridad en las agendas de investigación nacionales e internacionales, no es inútil hacer una pausa y reflexionar sobre este tema. Las generaciones futuras de comunicadores sociales sin duda apreciarán nuestros esfuerzos.

Comunicación formal

En relación con este tema en particular, los investigadores Díaz et al. (2006) argumentaron que el examen de la transmisión y recepción de información dentro de una organización permite diferenciar entre los patrones de comunicación que

son formales y los que son informales, dado que las interacciones sociales se hacen evidentes y se configuran a través de varios canales de comunicación (p. 20). Además, postulan que, en la aplicación práctica, la comunicación formal puede representarse visualmente mediante las líneas delineadas en un organigrama, que a su vez proporcionan una representación lúcida de las vías previstas para la transferencia de información dentro de la organización.

Tipos de comunicación interna

Como lo describen Robbins y Judge (2013), la comunicación se puede clasificar en descendente o ascendente. La primera se refiere a la transferencia de información de un grupo u organización a un nivel inferior, mientras que la segunda se refiere al traslado de información a un nivel superior dentro del grupo u organización, y se emplea normalmente para proporcionar a las personas de mayor rango comentarios constructivos. Además, los autores arrojan luz sobre una forma adicional de comunicación conocida como comunicación lateral, que tiene lugar entre personas del mismo grupo de trabajo o en el mismo nivel jerárquico y abarca a gerentes del mismo rango o cualquier otro personal equivalente en un plano horizontal.

Del mismo modo, Díaz et al. (2006) propusieron dos interpretaciones de la comunicación. La primera es la comunicación de arriba hacia abajo, que prevalece tanto en las empresas como en las instituciones, y se caracteriza por un marco jerárquico con el objetivo de transmitir órdenes e inculcar los objetivos organizacionales a los subordinados. Es posible que este modo de comunicación no siempre produzca los resultados deseados, pero se basa en la estructura piramidal delineada en el organigrama. Por el contrario, la comunicación ascendente se manifiesta como un flujo desde los niveles inferiores a los superiores

y, con frecuencia, encuentra obstáculos, por lo que es necesario establecer mecanismos formales que faciliten la transmisión de información. Por último, la comunicación horizontal surge de las interacciones entre las personas y sirve como un canal adicional para el intercambio de información, ideas y perspectivas entre las personas y las actividades dentro de la organización.

En consecuencia, es absolutamente crucial para el triunfo de la organización considerar cuidadosamente cada tipo de comunicación, sin embargo, es esencial tener en cuenta tanto la comunicación horizontal como la de abajo hacia arriba. No se puede exagerar la importancia de la formalidad de los canales de comunicación, ya que es vital para alcanzar los objetivos deseados, ya que garantiza la prevención de cualquier pérdida o distorsión de la información. Como afirman Díaz et al. (2006), «la facilidad y la disponibilidad con las que ciertos miembros transmiten información están determinadas por la estructura organizacional».

En cuanto a otras formas de comunicación, Robbins y Judge (2013) mencionan la comunicación oral, que abarca los discursos personales y grupales, así como las discusiones. Las características distintivas de la comunicación oral radican en su rapidez y en la respuesta inmediata que ofrece. Si el destinatario no comprende el mensaje, el remitente puede identificarlo rápidamente y corregir la situación. «La comunicación cara a cara constante sigue siendo el medio más eficaz de transmitir y recibir información de los empleados».

Según las conclusiones de Robbins y Judge (2013), el concepto de comunicación escrita abarca una amplia gama de canales de comunicación, que incluyen, entre otros, memorandos, cartas, transmisiones de fax, correo electrónico, mensajería instantánea, boletines organizativos, noticias que se muestran en pizarras blancas y cualquier otro medio que utilice palabras o símbolos escritos. Es

importante señalar que la comunicación escrita desempeña un papel vital en la transmisión de mensajes e información dentro de una organización o entre individuos. Además, la comunicación no verbal, como destacan Robbins y Judge (2013), implica varios aspectos, como los movimientos corporales, las entonaciones, el énfasis en las palabras, las expresiones faciales y la distancia física mantenida entre el remitente y el receptor. Estas señales no verbales contribuyen de manera significativa a la comprensión e interpretación generales del mensaje que se transmite.

En un intento de ampliar el tema, Díaz et al. (2006) presentan la noción de que la comunicación verbal, a diferencia de la comunicación escrita, se basa en gran medida en el uso de palabras y puede ser oral o escrita, según los canales de comunicación empleados. La comunicación oral, tal como postulan Díaz et al. (2006), es ampliamente considerada como más eficaz y dinámica debido a la conexión interpersonal que se establece entre las personas que participan en el proceso de comunicación. Esta forma de comunicación no puede sustituirse ni sustituirse fácilmente por ningún otro medio. Por otro lado, la comunicación escrita requiere la presencia de un medio gráfico como canal o vehículo de comunicación a través del cual se transmiten los mensajes. Esto enfatiza la importancia de utilizar plataformas apropiadas para la comunicación escrita a fin de garantizar la entrega efectiva de la información. En consecuencia, es imperativo que las organizaciones y las personas comprendan los matices asociados con la comunicación verbal y escrita para poder abordar con éxito las complejidades de la comunicación interpersonal.

Elección del canal de comunicación

Díaz et al. (2006) clasifican los canales de comunicación según su dirección:

Canales verticales descendentes: estos canales se originan en un superior y se dirigen a uno o más subordinados con el fin de asignar tareas, establecer metas y abordar los problemas que requieren atención.

Canales verticales ascendentes: estos canales están impulsados por la necesidad innata de las personas de expresarse, así como por la necesidad de los superiores recabar información acerca de los intereses y los logros laborales de los empleados a cargo.

Valores y actitudes organizacionales

Para discutir los valores, es imperativo realizar un análisis preliminar de las actitudes humanas, ya que a veces sus verdaderos pensamientos y creencias se expresan a través de acciones en lugar de palabras.

Actitudes

Las actitudes son respuestas físicas que se manifiestan cuando las personas se encuentran con situaciones que provocan un placer extremo, como en el caso de decir «disfruto de mi trabajo», lo que indica una actitud favorable, o un disgusto extremo, como en el caso de decir «ese cliente me trató mal».

Para las organizaciones, las actitudes de los empleados son primordiales por los comportamientos subyacentes que abarcan. Las actitudes negativas siempre tienen causas subyacentes. Si bien las personas poseen numerosas actitudes, en el ámbito del comportamiento organizacional, nuestra atención se centra en un alcance definido de actitudes relacionadas con el trabajo que pueden evaluarse como positivas o negativas. Estas actitudes, a su vez, desempeñan un papel en el establecimiento de un entorno laboral propicio y, en última instancia, contribuyen al éxito y la eficiencia generales de la organización.

En relación con este tema en particular, Drucker (1999) ha identificado seis factores fundamentales que influyen directamente en la productividad personal de los trabajadores del conocimiento. Estos factores sirven como determinantes esenciales de la eficacia y el rendimiento de las personas que participan en tareas basadas en el conocimiento:

En primer lugar, es imperativo que el trabajador del conocimiento posea una comprensión clara de la tarea específica en cuestión. Al tener una comprensión completa de los objetivos y requisitos de la tarea, el trabajador está mejor preparado para abordarla con eficiencia y eficacia. Esta claridad de propósito sirve como fuerza guía para impulsar al trabajador hacia resultados productivos. Deben asumir la responsabilidad de su trabajo y gestionarse a sí mismos de manera eficaz. La innovación y el aprendizaje continuos son parte integral de su función, al igual que el acto de enseñar.

En segundo lugar, la medición de la productividad va más allá de la mera cantidad de resultados. Si bien la cantidad es importante, la calidad se mantiene en pie de igualdad, el trabajador debe demostrar una fuerte inclinación a producir trabajos de alta calidad, garantizando que los resultados cumplan o superen los estándares y expectativas establecidos. Esta dedicación a la calidad garantiza que las contribuciones del trabajador sean valiosas y contribuyan al éxito general de la organización. es vital que el trabajador del conocimiento posea un deseo genuino de trabajar para una organización específica.

Cuando existe un sentido de compromiso y afinidad con la organización, el trabajador se siente motivado para invertir su tiempo, energía y habilidades en sus tareas. Esta alineación de las metas personales y los objetivos organizacionales crea un entorno de trabajo propicio y fomenta el sentido de pertenencia, lo que

mejora la productividad general. Por lo tanto, tanto si trabajan por cuenta propia como si trabajan en una organización, las personas en la actualidad deben mejorar su capacidad de ser autónomas mediante el autoconocimiento.

La sociedad deposita ciertas expectativas en los trabajadores, se espera que estas personas posean una gran experiencia y conocimientos en sus respectivos campos. Además, se espera que posean las habilidades necesarias para gestionarse a sí mismos y gestionar sus tareas de manera eficaz. Esto implica la capacidad de definir sus propias tareas y priorizarlas en función de su importancia y urgencia. Estas habilidades de autogestión permiten a los trabajadores del conocimiento tomar decisiones informadas y asignar su tiempo y recursos de manera óptima, lo que se traduce en una mayor productividad. En última instancia, es responsabilidad de cada persona hacerse un lugar en el mundo laboral y añadir valor a una vida laboral que puede durar aproximadamente 50 años.

Para Robbins y Coulter (2014) las actitudes son afirmaciones de naturaleza evaluativa y que tienen la capacidad de ser favorables o desfavorables. Estas declaraciones se expresan en relación con una variedad de objetos, individuos o eventos. Es importante señalar que las actitudes sirven como reflejo de las emociones y sentimientos de una persona hacia algo. Los autores sostienen además que, cuando se trata de jefes, se centran principalmente en las actitudes relacionadas con el trabajo. Estos incluyen factores como la satisfacción laboral, la colaboración y el compromiso organizacional. Vale la pena señalar que los jefes no necesariamente se preocupan por todas las actitudes de sus empleados.

Valores organizacionales

Robbins (2002) destaca la importancia de los valores organizacionales en el desarrollo de las organizaciones. Se considera que los valores son convicciones

fundamentales que se asocian con un modo preferido de comportamiento o estado de existencia, en contraposición a su opuesto o inverso. Estos valores también incluyen un elemento de juicio, que incluye las creencias personales con respecto a lo que se considera correcto o bueno.

Por lo tanto, se puede concluir que los valores organizacionales desempeñan un papel crucial en la configuración del funcionamiento y la dirección generales de una organización. Cada individuo posee un orden jerárquico que refuerza su mecanismo de valores, lo cual es evidente en términos de la importancia relativa otorgada a valores como la libertad, el placer, la autoestima, la honestidad, la obediencia y la igualdad.

Entender las actitudes y motivaciones de las personas, así como impactar en nuestras percepciones, depende de comprender la importancia de los valores. Al entrar en una organización, las personas traen consigo nociones preconcebidas de lo que se considera apropiado.

Estas nociones no carecen de valores; más bien, comprenden interpretaciones del bien y el mal, así como preferencias por comportamientos o resultados particulares frente a otros. En consecuencia, estas perspectivas subjetivas pueden enturbiar la objetividad y la racionalidad y, así mismo, afectar las actitudes y el comportamiento.

Estilo gerencial

A nivel gerencial o dentro del grupo de personal de una empresa, es imperativo mencionar el trabajo de Mintzberg (2001), un investigador de gestión. Mediante la realización de entrevistas con los gerentes, Mintzberg ha identificado las diversas funciones que los gerentes deben cumplir para brindar la orientación correcta y obtener el apoyo de todos los miembros de la organización.

2.3. Hipótesis

2.3.1 Hipótesis de investigación

La responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

2.3.2 Hipótesis específicas

El factor enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

El factor gestión de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

El factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

2.4. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE 1 Responsabilidad social universitaria	UMA (2007) identifica a la responsabilidad social universitaria como la creación de conocimiento y la transferencia de este a través de modelos transdisciplinarios, mayor desarrollo de tecnología que favorezca al medio ambiente, así como fomentar la creación de modelos de gestión orientados a la responsabilidad social. La segunda dimensión, respecto al tema ambiental se busca reducir el uso de recursos naturales, así como procurar el reciclaje y transporte social sostenible. En el aspecto social, implementar la igualdad de oportunidades e invertir en la formación académica de los profesionales. Finalmente, la tercera dimensión la cual está orientada a las relaciones con la sociedad se busca contribuir y cooperar con la sociedad, promover el empleo y los debates sobre la responsabilidad social para concientización en las comunidades. Ambientalmente, se busca señalar a la sociedad sobre sostenibilidad, conservar el medio ambiente, así como cuidar las zonas ecológicas dentro de las universidades.	Es el nivel que se obtiene de medir los puntajes en el cuestionario de las dimensiones de Enseñanza-Aprendizaje e investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+i), Gestión y Relación con la sociedad	X1 Enseñanza-Aprendizaje e investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+i) X2 Gestión X3 Relación con la sociedad	<p>Adopta tecnología y conocimiento, Produce conocimiento y modelos para el desarrollo sostenible, Incentiva la formación de valores hacia la sociedad, Promueve la investigación en materia de responsabilidad social, Fomenta la creación de modelos de actuación y gestión, Implanta temas relativos a la responsabilidad social y otorga ayudas para investigar en materia de responsabilidad social</p> <p>X2. Promueve la reducción en el uso de recursos naturales, fomenta la utilización de transportes sostenibles, Promueve el reciclaje y la reducción de residuos, siembra la formación de docentes y estudiantes con enfoque de RSU y Promueve la igualdad de oportunidades y reduce los riesgos laborales. Apoya la transparencia en rendición de cuentas al contratar compras y servicios basados en conductas éticas y valores. Promueve la mejora continua en el uso eficiente de los recursos universitarios.</p> <p>X3. Promueve la conservación de zonas naturales dentro del campus, Promueve proyectos orientados a la protección del medio ambiente, Contribuye a informar sobre sostenibilidad, Cooperar con la sociedad y a la generación de empleo, Concientiza a la sociedad sobre la responsabilidad social, Vende servicios y/o productos basados en el comercio justo, Fomenta proyectos en base a criterios éticos y socialmente responsable.</p>

<p>VARIABLE 2 Cultura organizacional</p>	<p>Gross 2009 señala a la cultura organizacional como un conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. En este conjunto de paradigmas están representadas las normas informales y no escritas que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de la organización, comportamientos que pueden o no estar alineados con los objetivos de la organización.</p>	<p>Es el nivel que se obtiene de medir los puntajes en el cuestionario de las dimensiones de Trabajo en equipo, Organizacional, Cultura axiológica y Satisfacción laboral</p>	<p>Y1. Trabajo en equipo Y2. Organizacional. Y3. Cultura axiológica Y4. Satisfacción laboral</p>	<p>Y1. Participación, actitud de colaboración, organización, logro de objetivos/alcance de metas y grado de compromiso/ satisfacción laboral. Y2. Comunicación ascendente/ descendente, Uso de TICs para la comunicación, comunicación personalizada, comunicación horizontal. Y3 Honestidad en el trabajo, respeto a las personas y al medio ambiente, laboriosidad, perseverancia, prudencia y retroalimentación de capacidades. Y4 Liderazgo estratégico, creatividad en lograr soluciones, toma de decisiones, adaptabilidad al cambio y organización funcional.</p>
---	--	---	--	--

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

Conforme a lo estipulado por Hernández-Sampieri (2014), existe un tipo de investigación conocido como Investigación básica. Este tipo de indagación se centra en la expansión y desarrollo de percepciones teóricas y conceptuales de una disciplina o campo de estudio específico. Aunque estos hallazgos pueden no tener una aplicación práctica directa o inmediata, su valor radica en la profundización y enriquecimiento del entendimiento teórico del tema en cuestión.

3.2. Métodos de investigación

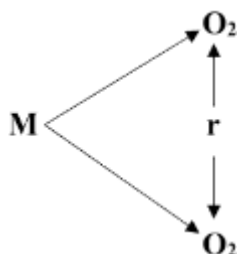
Según Hernández-Sampieri (2014) el método que se empleará será deductiva, ya que es parte de una hipótesis o teoría previa que fija la conexión entre dos o más variables, y se busca confirmar o refutar esta hipótesis mediante la recopilación y análisis de datos empíricos. En otras palabras, se parte de una teoría general y se busca comprobarla en un contexto específico mediante la observación

de las variables y su relación. La investigación correlacional no se enfoca en la exploración de nuevas teorías o hipótesis, sino en la comprobación de una teoría previa.

3.3. Diseño de la investigación

El tipo de diseño de investigación no experimental según Hernández-Sampieri (2014) es un tipo de diseño de investigación en el que el investigador no manipula las variables, sino que las observa tal y como ocurren naturalmente en su entorno. En este tipo de diseño, el investigador no tiene capacidad de manejar la asignación de los participantes a las agrupaciones de estudio., y no se aplican tratamientos o manipulaciones experimentales en el entorno de estudio.

Además, es correlacional, dado que busca determinar la conexión entre dos o más variables, sin necesariamente establecer una relación causal entre ellas. Se observan las variables tal y como ocurren naturalmente en su entorno, y se miden su fuerza y dirección de la relación. Su esquema es el siguiente:



M = Muestra en la que se realiza el análisis y los subíndices x, y en casa O nos indican las observaciones obtenidas en cada una de las dos variables distintas.

3.4. Población y muestra

3.4.1 Población

Distribución de la población universitaria 2021-I Universidad Nacional del Centro del Perú, Universidad Nacional Intercultural de Selva Central Juan Santos

Atahualpa y la Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma. Cada uno de los involucrados del proyecto fueron estudiantes de pregrado.

Universidad	Estudiantes por universidades
Universidad Nacional del Centro del Perú	11 541
Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma	268
Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos	1040

Nota. Datos Vicerrectorado Académico de cada universidad.

3.4.2 Muestra

Con el fin de establecer la muestra se realizó la técnica de muestreo no probabilística en los miembros de la población no tienen igual posibilidad de ser elegidos, solo que se los eligió por su disponibilidad con el presente estudio. Según Martínez (2012) el muestreo intencional o por conveniencia es un tipo de muestreo no probabilístico en el que se seleccionan participantes o elementos de la población de interés de manera deliberada y basada en la conveniencia o accesibilidad del investigador. En otras palabras, los participantes o elementos se seleccionan porque están disponibles y son convenientes para el investigador, en lugar de ser seleccionados al azar o mediante un proceso de muestreo sistemático.

3.4.3 Técnica de muestreo

UNIVERSIDAD	POBLACIÓN	MUESTRA
UNCP	11 541	218
Universidad Nacional Intercultural de la Selva	1040	20
Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma	268	5
TOTAL	12849	243

3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

3.6. Técnica de procesamiento de datos

Los procedimientos fueron:

- Realización de una revisión exhaustiva de la literatura académica, revistas especializadas y fuentes de información en internet.
- Coordinación y comunicación con las autoridades de las universidades UNCP, UNAAT y UNIS para obtener su colaboración y apoyo en la investigación.
- Desarrollo y creación del instrumento necesario para recopilar los datos requeridos.
- Validación del instrumento mediante la opinión y evaluación de expertos en el campo pertinente.
- Selección adecuada de la muestra de participantes que representen de manera representativa a la población objetivo.
- Evaluación y recolección de datos de la muestra seleccionada.
- Calificación de las pruebas
- Procesamiento estadístico de los datos SPSS
- Elaboración del informe final

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria

Tabla 2

Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria

Nivel	fi	%
Alto	138	57%
Regular	97	40%
Bajo	8	3%
Total	243	100%

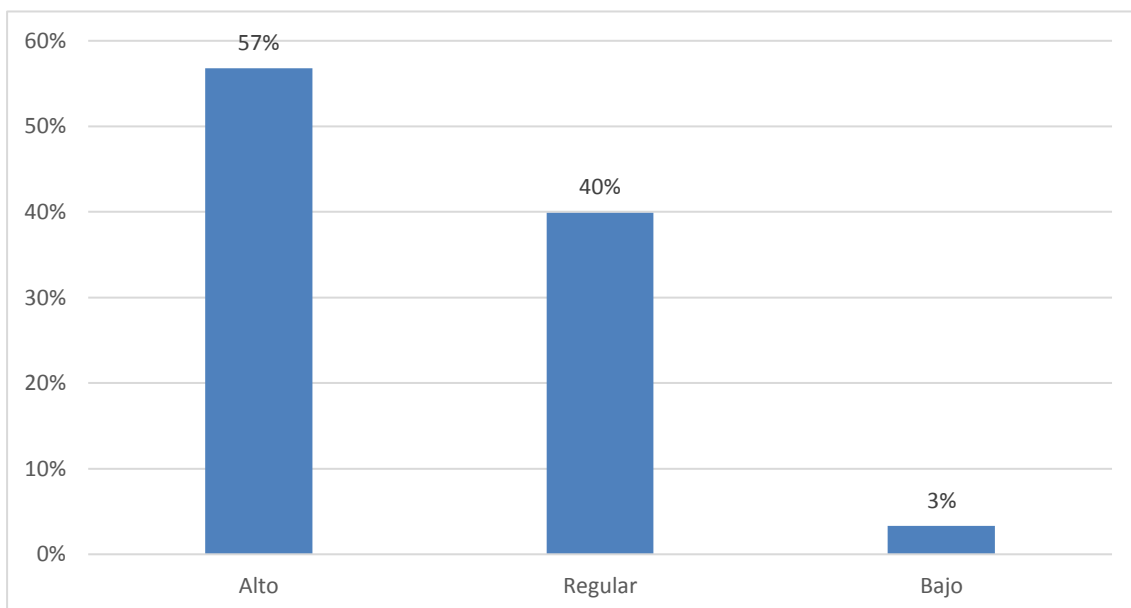
Nota: Resultados obtenidos del cuestionario RSU

Interpretación

En la tabla se presenta el análisis descriptivo de la variable de responsabilidad social universitaria en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se observa que el nivel más común es el alto, con un porcentaje de 57% (138 estudiantes), seguido por el nivel regular con un 40% (97 estudiantes). Por último, se identificaron 8 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 3% del total.

Figura 2

Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social universitaria

**Tabla 3**

Análisis descriptivo de la dimensión enseñanza de la variable responsabilidad social universitaria

Nivel	fi	%
Alto	147	60%
Regular	86	35%
Bajo	10	4%
Total	243	100%

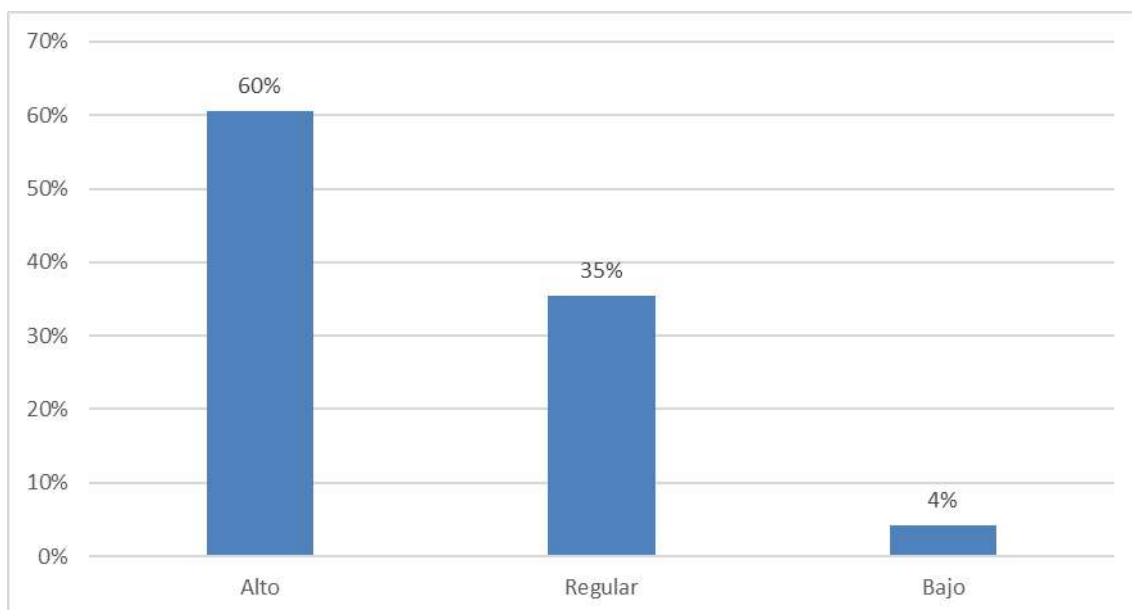
Nota: Resultados obtenidos del cuestionario RSU

Interpretación

En la tabla se presenta el análisis descriptivo de la dimensión "enseñanza" de la variable de responsabilidad social universitaria en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se observa que el nivel más común es el alto, con un porcentaje de 60% (147 estudiantes), seguido por el nivel regular con un 35% (86 estudiantes). Por último, se identificaron 10 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 4% del total.

Figura 3

Análisis descriptivo de la dimensión enseñanza de la variable responsabilidad social universitaria

**Tabla 4**

Análisis descriptivo de la dimensión gestión de la variable responsabilidad social universitaria

Nivel	fi	%
Alto	128	53%
Regular	103	42%
Bajo	12	5%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario RSU

Interpretación

En la tabla se muestra el análisis descriptivo de la dimensión "gestión" de la variable de responsabilidad social universitaria en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se destaca que el nivel predominante es el alto, con un porcentaje de 53% (128 estudiantes),

seguido por el nivel regular con un 42% (103 estudiantes). Por último, se encontraron 12 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 5% del total.

Figura 4

Análisis descriptivo de la dimensión gestión de la variable responsabilidad social universitaria

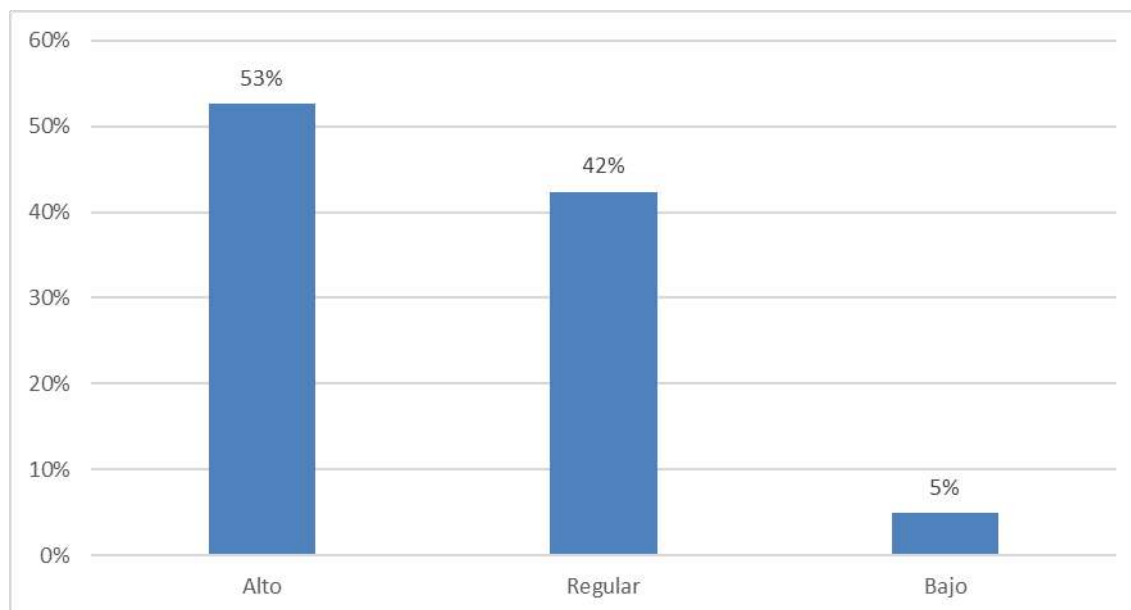


Figura 5

Análisis descriptivo de la dimensión relación con la sociedad de la variable responsabilidad social universitaria

Nivel	fi	%
Alto	143	59%
Regular	92	38%
Bajo	8	3%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario RSU

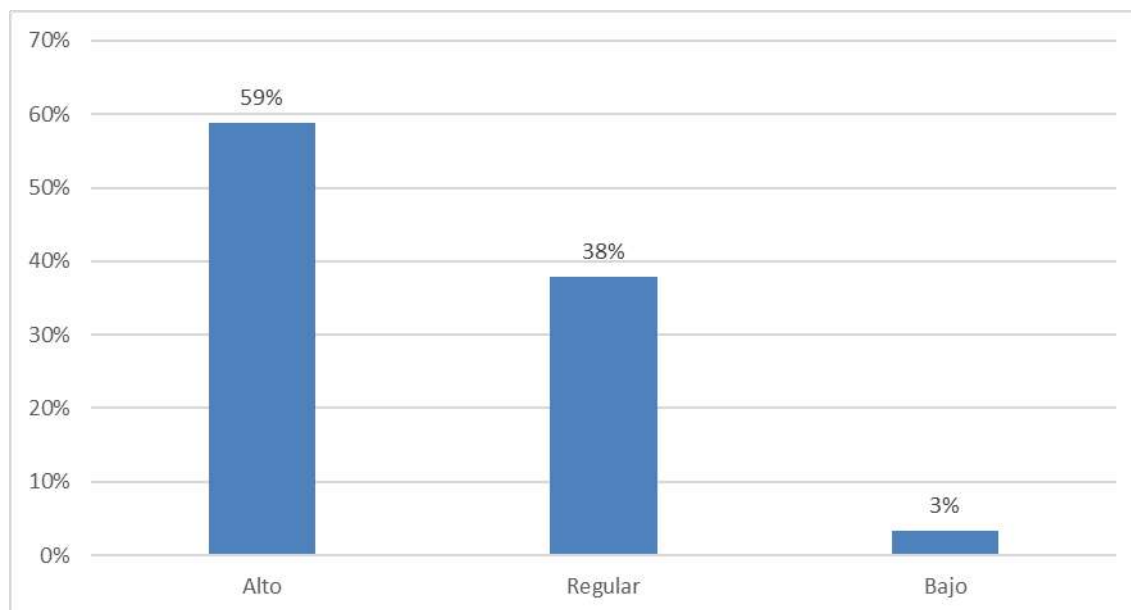
Interpretación

En la tabla se aprecia el análisis descriptivo de la dimensión "relación con la sociedad" de la variable de responsabilidad social universitaria en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se observa que el nivel más común es el alto, con un porcentaje de 59% (143

estudiantes), seguido por el nivel regular con un 38% (92 estudiantes). Además, se identificaron 8 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 3% del total.

Figura 6

Análisis descriptivo de la dimensión relación con la sociedad de la variable responsabilidad social universitaria



4.2. Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional

Tabla 5

Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional

Nivel	fi	%
Bueno	179	74%
Regular	60	25%
Bajo	4	2%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario CO

Interpretación

En la tabla se puede observar el análisis descriptivo de la variable "cultura organizacional" en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. El nivel predominante es el bueno, con un 74% (179 estudiantes), seguido por el nivel regular con un 25% (60 estudiantes). Por

último, se encontraron 4 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 2% del total.

Figura 7

Análisis descriptivo de la variable cultura organizacional

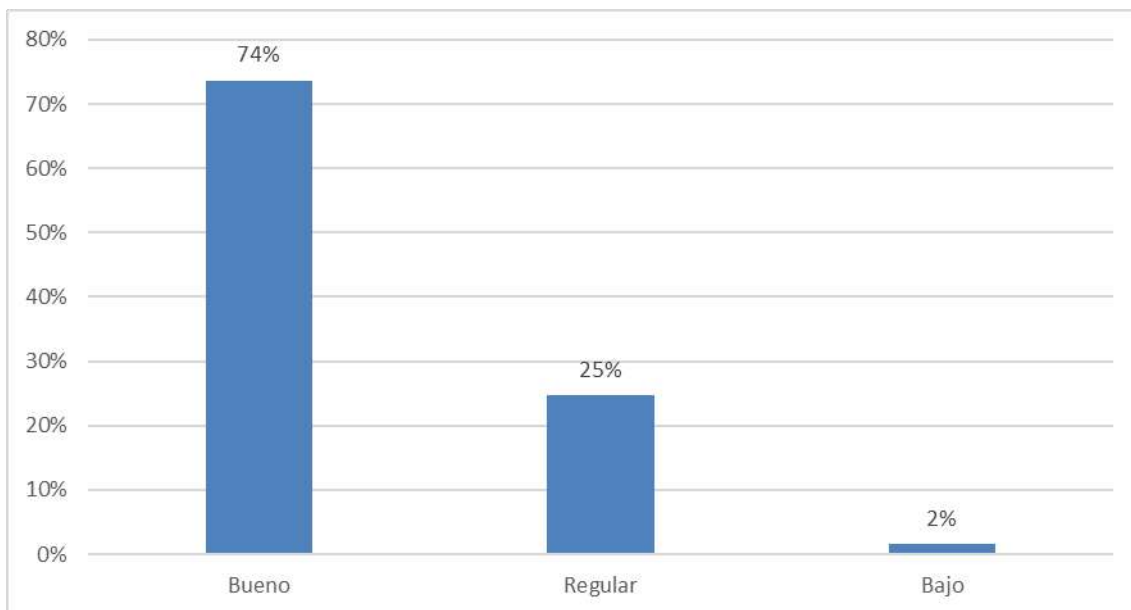


Tabla 6

Análisis descriptivo de la dimensión cultura axiológica de la variable cultura organizacional

Nivel	fi	%
Bueno	162	67%
Regular	74	30%
Bajo	7	3%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario CO

Interpretación

En la tabla se muestra el análisis descriptivo de la dimensión "cultura axiológica" de la variable de cultura organizacional en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se destaca que el nivel predominante es el bueno, con un porcentaje de 67% (162 estudiantes),

seguido por el nivel regular con un 30% (74 estudiantes). Por último, se encontraron 7 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 3% del total.

Figura 8

Análisis descriptivo de la dimensión cultura axiológica de la variable cultura organizacional

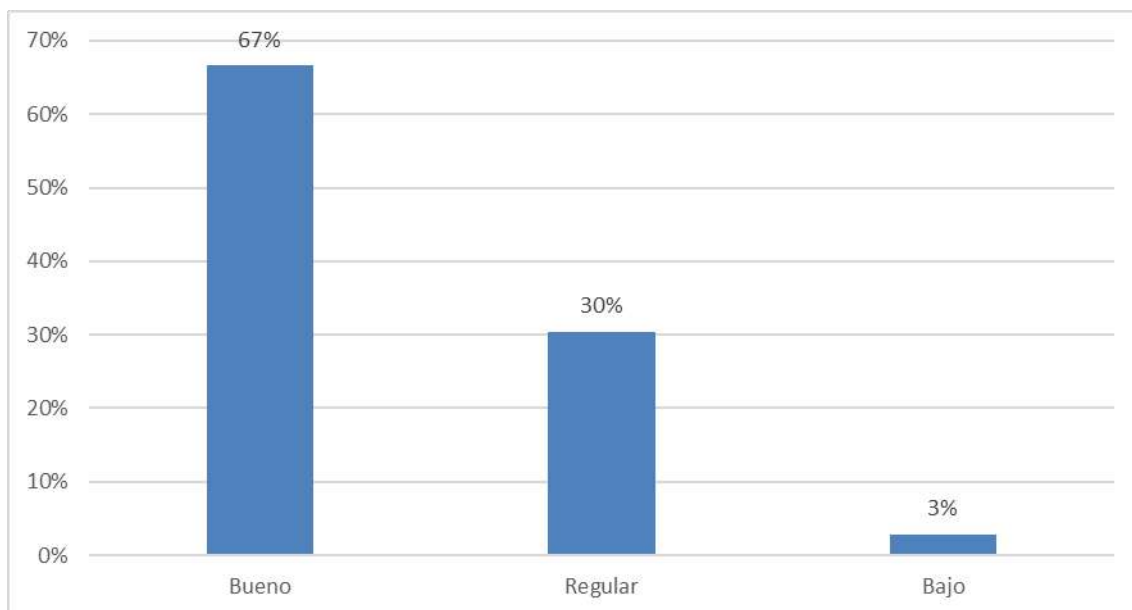


Tabla 7

Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo de la variable cultura organizacional

Nivel	fi	%
Bueno	197	81%
Regular	41	17%
Bajo	5	2%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario CO

Interpretación

En la tabla se puede apreciar el análisis descriptivo de la dimensión "trabajo en equipo" de la variable de cultura organizacional en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se observa que el nivel más común es el bueno, con un porcentaje de 81% (197 estudiantes),

seguido por el nivel regular con un 17% (41 estudiantes). Además, se identificaron 5 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 2% del total.

Figura 9

Análisis descriptivo de la dimensión trabajo en equipo de la variable cultura organizacional

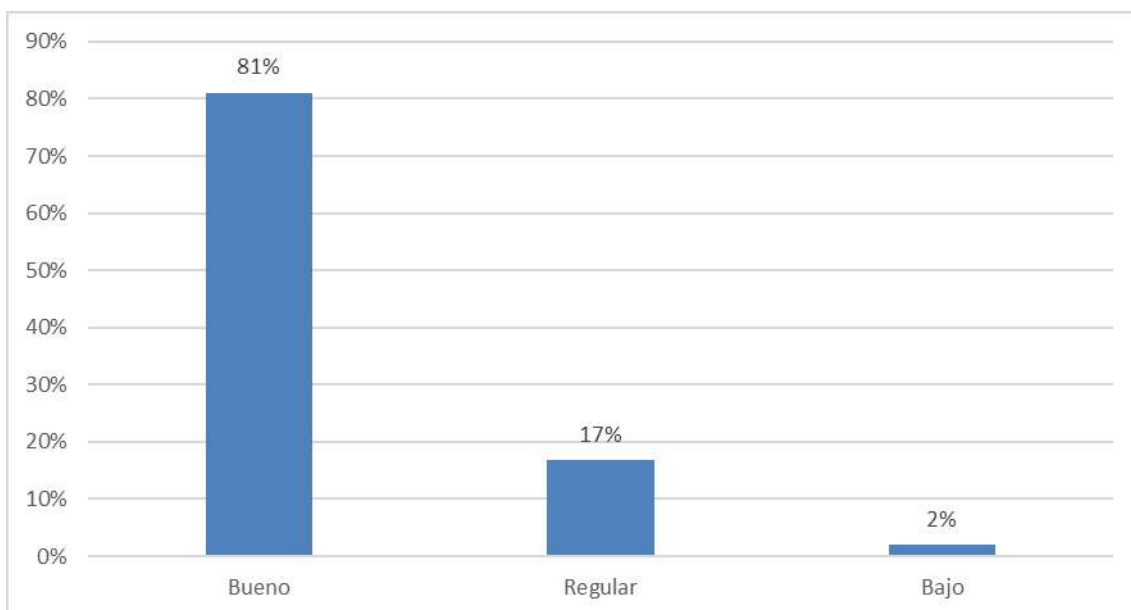


Tabla 8

Análisis descriptivo de la dimensión organización de la variable cultura organizacional

Nivel	fi	%
Bueno	190	78%
Regular	50	21%
Bajo	3	1%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario CO

Interpretación

En la tabla se aprecia el análisis descriptivo de la dimensión "organización" de la variable de cultura organizacional en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se observa que el nivel más común es el bueno, con un porcentaje de 78% (190 estudiantes), seguido

por el nivel regular con un 21% (50 estudiantes). Además, se encontraron 3 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 1% del total.

Figura 10

Análisis descriptivo de la dimensión organización de la variable cultura organizacional

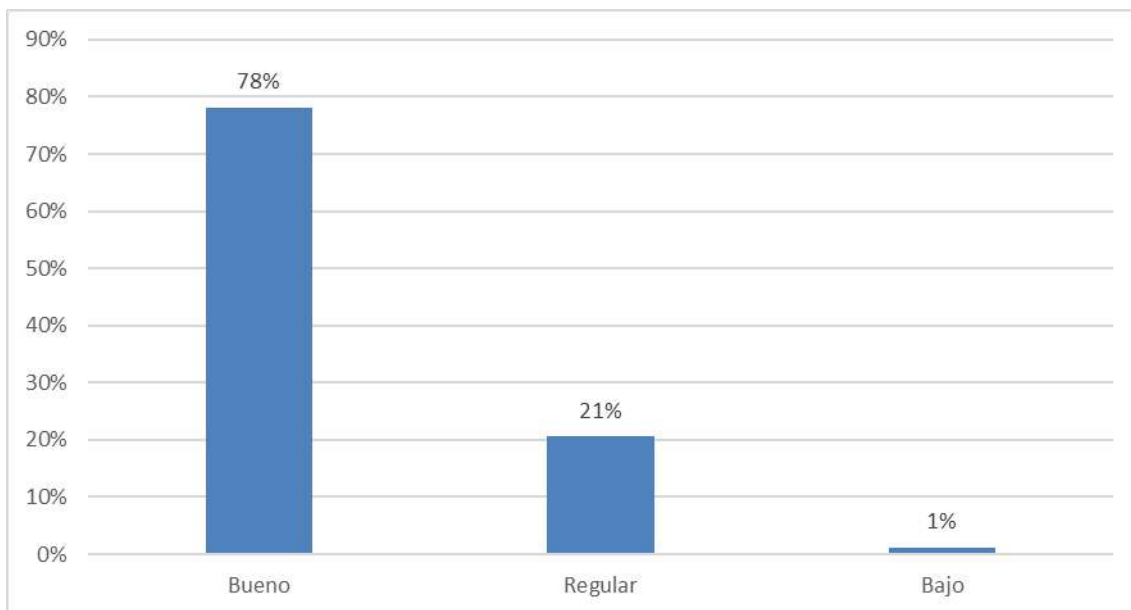


Tabla 9

Análisis descriptivo de la dimensión satisfacción de la variable cultura organizacional

Nivel	fi	%
Bueno	184	76%
Regular	56	23%
Bajo	3	1%
Total	243	100%

Nota: Resultados obtenidos del cuestionario CO

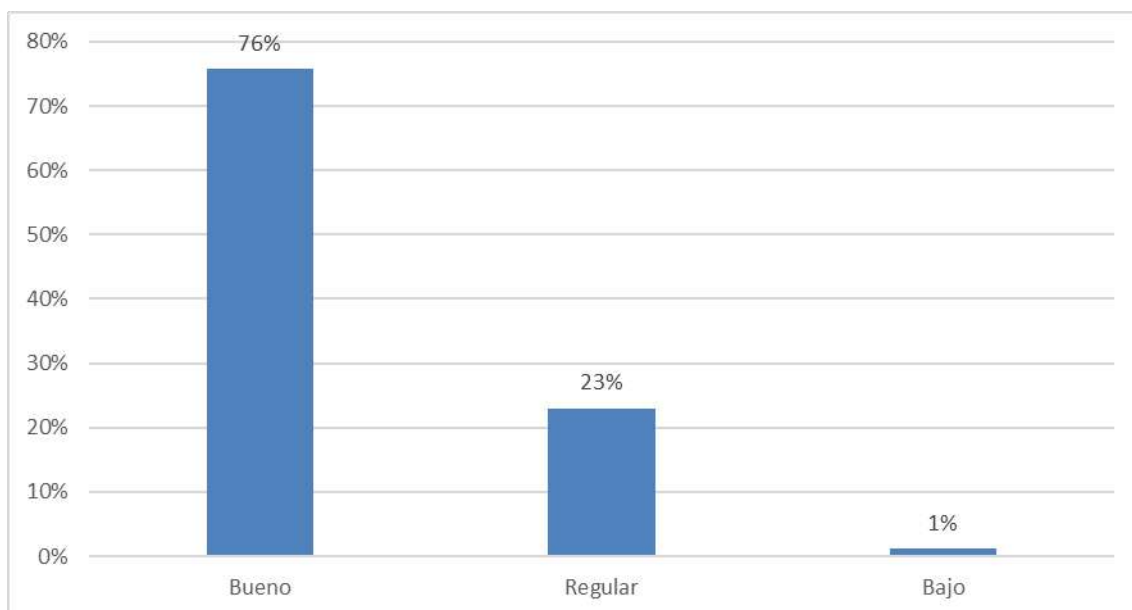
Interpretación

En la tabla se muestra el análisis descriptivo de la dimensión "satisfacción" de la variable de cultura organizacional en los estudiantes universitarios de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia. Se destaca que el nivel predominante es el bueno, con un porcentaje de 76% (184 estudiantes),

seguido por el nivel regular con un 23% (56 estudiantes). Por último, se identificaron 3 estudiantes con un nivel bajo, lo que representa un 1% del total.

Figura 11

Análisis descriptivo de la dimensión satisfacción de la variable cultura organizacional



4.3. Prueba de hipótesis

Se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman porque los datos de la investigación son de tipo categórica ordinales, por lo tanto, tienen una distribución no paramétrica. Según Martínez (2012) es un coeficiente de correlación no paramétrico que mide la relación monótonica entre dos variables, es decir, determina la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables ordenadas.

Hipótesis general

La responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

Hipótesis estadísticas

Ho: La responsabilidad social universitaria no se relaciona significativamente con

la cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

$$\rho = 0$$

H1: La responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

$$\rho > 0$$

Tabla 10

Análisis correlacional entre la variable responsabilidad social universitaria y cultura organizacional

		Correlaciones		
			Responsabilidad	Cultura
Rho Spearman	de Responsabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,841**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	243	243
	Cultura	Coefficiente de correlación	,841**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	243	243

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

Nota: Coeficiente de correlación entre las variables RSU y CO

Interpretación

En la tabla se presenta el análisis de correlación entre la variable de Responsabilidad Social Universitaria y la variable de Cultura Organizacional. El coeficiente de correlación obtenido fue alto y significativo (0,841), y la significancia bilateral fue menor a 0,05. Por lo tanto, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) con un nivel de confianza del 95% y se acepta la Hipótesis de Investigación (H1). Esto lleva a concluir que existe una relación significativa entre la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional en los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021.

Hipótesis específica 1

El factor enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura

organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

Hipótesis estadísticas

Ho: El factor enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria no se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

$$\rho = 0$$

H1: El factor enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.

$$\rho > 0$$

Tabla 11

Análisis correlacional entre factor enseñanza-aprendizaje de la variable responsabilidad social universitaria y cultura organizacional

Correlaciones			Enseñanza	Cultura
Rho Spearman	de Enseñanza	Coefficiente de correlación	1,000	,792**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	243	243
	Cultura	Coefficiente de correlación	,792**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	243	243

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

Nota: Coeficiente de correlación entre las variables RSU y CO

Interpretación

En la tabla se muestra el análisis de correlación entre el factor de enseñanza-aprendizaje de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional. El coeficiente de correlación obtenido fue alto y significativo (0,792), con una significancia bilateral menor a 0,05. Por lo tanto, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho)

con un nivel de confianza del 95% y se acepta la Hipótesis de Investigación (H1). Esto lleva a concluir que el factor de enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional en los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021.

Hipótesis específica 2

El factor gestión de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

Hipótesis estadísticas

Ho: El factor gestión de la responsabilidad social universitaria no se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

$$\rho = 0$$

H1: El factor gestión de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

$$\rho > 0$$

Tabla 12

Análisis correlacional entre factor gestión de la responsabilidad de la variable responsabilidad social universitaria y cultura organizacional

		Correlaciones		
			Gestión	Cultura
Rho Spearman	de Gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,770**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	243	243
	Cultura	Coefficiente de correlación	,770**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	243	243

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

Nota: Coeficiente de correlación entre las variables RSU y CO

Interpretación

En la tabla se presenta el análisis de correlación entre el factor de gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional. El coeficiente de correlación obtenido fue alto y significativo (0,770), con una significancia bilateral menor a 0,05. Por lo tanto, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) con un nivel de confianza del 95% y se acepta la Hipótesis de Investigación (H1). Esto lleva a concluir que el factor de gestión de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional en los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021.

Hipótesis específica 3

El factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

Hipótesis estadísticas

Ho: El factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria no se relaciona significativamente con la cultura organizacional de las

universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

$$\rho = 0$$

H1: El factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021.

$$\rho > 0$$

Tabla 13

Análisis correlacional entre factor relación con la sociedad de la variable responsabilidad social universitaria y cultura organizacional

Correlaciones			Sociedad	Cultura
Rho Spearman	de Sociedad	Coeficiente de correlación	1,000	,820**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	243	243
	Cultura	Coeficiente de correlación	,820**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	243	243

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

Nota: Coeficiente de correlación entre las variables RSU y CO

Interpretación

En la tabla se muestra el análisis de correlación entre el factor de gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional. El coeficiente de correlación obtenido fue alto y significativo (0,820), con una significancia bilateral menor a 0,05. Por lo tanto, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) con un nivel de confianza del 95% y se acepta la Hipótesis de Investigación (H1). Esto lleva a concluir que el factor de relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional en las universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021.

4.4. Discusión de los resultados

Este artículo de investigación afirma la presencia de una correlación notable

entre la responsabilidad social de las universidades y la cultura organizacional de los estudiantes de tres instituciones específicas: la Universidad Nacional del Perú Central, la Universidad Nacional Intercultural Juan Santos Atahualpa de Selva Central y la Universidad Nacional Autónoma Alta Andina de Tarma. El estudio se llevó a cabo durante la pandemia de COVID-19 en 2021. El coeficiente de correlación obtenido fue alto y significativo, con un valor de 0,841. Además, el Sig. El valor bilateral fue inferior a 0,05, lo que llevó al rechazo de la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95% y a la aceptación de la hipótesis de investigación (H_1). La metodología de investigación empleó un enfoque deductivo, mientras que el diseño de la investigación no fue experimental y de naturaleza transaccional.

Al comparar los hallazgos de esta investigación con los del estudio de Limo y Peña (2019) sobre la influencia de la responsabilidad social universitaria en la cultura organizacional de las universidades privadas de Lima Metropolitana, se utilizó la prueba del chi-cuadrado. El propósito fue determinar si existe un efecto positivo o negativo en la dimensión social del RSU y su consiguiente impacto en la variable dependiente, la cultura organizacional. Los resultados indican que, si bien existe una relación entre la interacción del RSU con la sociedad y la cultura organizacional, la primera no afecta directamente a la segunda. Vale la pena señalar que la RSU en Perú aún se encuentra en sus primeras etapas, y su plan de acción aún no ha sido establecido por la SUNEDU o la Ley Universitaria. En consecuencia, la RSU recibe el nombre de imagen institucional o proyección social en ciertas universidades.

En su investigación, Alarcón (2018) hizo hincapié en la importancia de examinar la responsabilidad social universitaria (RSU) desde la perspectiva de los estudiantes, profesores y administradores. Este enfoque permite proponer

alternativas prácticas para fortalecer la RSU. Se emplearon diversas técnicas de investigación, como las encuestas realizadas a una muestra representativa de estudiantes de universidades públicas de la región de Junín. En última instancia, estas encuestas concluyeron que la organización de las actividades del profesorado es necesaria para implementar la RSU de manera efectiva. Esta información básica es relevante para la investigación actual, que se centra en la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región de Junín durante la pandemia de la COVID-19 en 2021. Los resultados obtenidos facilitarán la propuesta de alternativas viables para fortalecer tanto los derechos de propiedad intelectual como la cultura organizacional en tiempos de crisis. Esta contribución tiene un valor significativo para la implementación de políticas y programas que fomenten una educación universitaria socialmente responsable durante una pandemia.

La investigación realizó un análisis descriptivo para examinar la relación entre la dimensión enseñanza-aprendizaje de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los estudiantes universitarios de la región de Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021. Por el contrario, la tesis de Limo y Peña (2019) sostiene que, a pesar del impacto positivo en la dimensión de enseñanza-aprendizaje, investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+i) de la responsabilidad social universitaria, no hay ningún efecto en la variable dependiente, la cultura organizacional, como lo revela la prueba de chi-cuadrado. Esta falta de efecto puede atribuirse, entre otros factores, a la insuficiente inversión en aspectos tecnológicos e innovación en las actividades de responsabilidad social universitaria en las universidades privadas del Perú.

Además, Gasca (2022) examinó la percepción de los estudiantes de la

Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana en la región de Xalapa con respecto a la implementación de buenas prácticas de responsabilidad social universitaria (RSU). El estudio empleó una metodología descriptiva con un enfoque cuantitativo, utilizando una encuesta por cuestionario como instrumento de recolección de datos entre 217 estudiantes de pregrado. Los resultados indicaron que, si bien los estudiantes tenían una percepción positiva del profesorado y su participación en las acciones de la RSU, carecían de una comprensión integral del tema e identificaron áreas que podían mejorarse en términos de comunicación e inclusión del profesorado. En resumen, tanto la investigación como el presente estudio tienen como objetivo identificar oportunidades para implementar la RSU y mejorar la comunicación entre las autoridades y los estudiantes en tiempos de crisis, específicamente entre los estudiantes de las universidades públicas de la región de Junín durante la pandemia de la COVID-19.

CONCLUSIONES

- El análisis reveló una correlación significativa y positiva entre la variable de responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional, con un coeficiente de correlación de 0,841 y un nivel de significancia bilateral inferior a 0,05, lo que indica una fuerte relación entre las dos variables. Además, el nivel de confianza del 95% permitió rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis de investigación (H_1). Por lo tanto, entre los estudiantes universitarios de la región de Junín durante la pandemia de COVID-19 de 2021, la responsabilidad social universitaria se asoció significativamente con la cultura organizacional.
- En cuanto a la dimensión de enseñanza y aprendizaje de la variable de responsabilidad social universitaria, se encuentra que está relacionada significativamente con la cultura organizacional. Se observa un alto nivel de correlación entre el 60% de los estudiantes (147), seguido de un nivel regular entre el 35% (86) y un nivel bajo entre el 4% (10). Estos resultados sugieren que las universidades que priorizan la enseñanza y el aprendizaje en el contexto de la responsabilidad social universitaria tienden a fomentar una cultura organizacional positiva.
- Del mismo modo, se encuentra que la dimensión gerencial de la variable de responsabilidad social universitaria está significativamente relacionada con la cultura organizacional. Se observa un alto nivel de correlación entre el 53% de los estudiantes (128), seguido de un nivel regular entre el 42% (103) y un nivel bajo entre el 5% (12). Esto implica que las universidades que hacen hincapié en la gestión de la responsabilidad social universitaria tienden a cultivar una cultura organizacional positiva.

- La dimensión relación entre la sociedad y la variable de Responsabilidad Social Universitaria se asocia significativamente con la cultura organizacional, con una mayoría del 59% de los estudiantes (143) que exhiben un nivel alto. Le sigue el 38% (92) en el nivel regular y el 3% (8) en el nivel bajo. Estos hallazgos sugieren que las universidades con una fuerte relación con la sociedad en términos de responsabilidad social universitaria tienden a tener una cultura organizacional positiva.

RECOMENDACIONES

- Para promover y mejorar la responsabilidad social universitaria entre sus estudiantes, se recomienda que las autoridades universitarias de la región se centren en fortalecer su cultura organizacional. Esto se puede lograr mediante la creación de espacios y programas que fomenten los valores éticos y sociales, así como mediante el establecimiento de políticas y prácticas que fomenten la participación de los estudiantes en actividades de responsabilidad social. La cultura organizacional desempeña un papel crucial en la configuración del comportamiento y las actitudes de los estudiantes, por lo que es esencial que las universidades inviertan en su mejora para garantizar que la responsabilidad social se alinee con las expectativas de la sociedad.
- En cuanto a la dimensión de enseñanza-aprendizaje, el análisis descriptivo indica que prevalece un alto nivel de responsabilidad social universitaria entre los estudiantes de las universidades públicas de la región de Junín durante la pandemia de la COVID-19 en 2021. Por lo tanto, es recomendable que las autoridades académicas y las universidades continúen priorizando esta dimensión y promuevan activamente programas y actividades que fomenten la responsabilidad social en el entorno académico. Esto implica integrar la responsabilidad social como un tema transversal en los planes de estudio y fomentar proyectos y actividades que permitan a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos para abordar cuestiones sociales. Además, las universidades deben esforzarse por cultivar una cultura de aprendizaje colaborativo y trabajo en equipo, lo que permita a los estudiantes desarrollar sus habilidades sociales y emocionales.
- En cuanto a la dimensión gerencial de la responsabilidad social universitaria,

el análisis descriptivo revela que, durante la pandemia de la COVID-19 en 2021, predomina un alto nivel entre los estudiantes de las universidades públicas de la región de Junín. Sin embargo, sigue siendo crucial que las autoridades universitarias promuevan y apoyen continuamente la gestión de la responsabilidad social universitaria entre sus estudiantes. Esto puede lograrse alentando su participación en proyectos y actividades que contribuyan al bienestar de la sociedad. Para facilitar esto, las universidades deben establecer espacios y programas que fomenten las habilidades de liderazgo y emprendimiento social, así como proporcionar herramientas y recursos para planificar y ejecutar proyectos de responsabilidad social. La competencia en la gestión de la responsabilidad social es una habilidad valiosa que puede beneficiar a los estudiantes en sus futuros esfuerzos profesionales, lo que subraya la importancia del apoyo continuo de las universidades a este respecto.

- Mejorar la conexión con la sociedad: Los resultados del análisis descriptivo revelan que la dimensión de relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se destaca por tener un nivel alto entre los estudiantes de universidades públicas de la región Junín durante la pandemia de COVID-19 en 2021. Para fortalecer esta dimensión, es recomendable que las autoridades y el personal administrativo de las universidades promuevan la participación activa de los estudiantes en actividades y proyectos que tengan un impacto positivo en la sociedad. Esto implica fomentar iniciativas que permitan a los estudiantes colaborar con la sociedad y las comunidades para abordar problemas sociales, así como identificar necesidades y oportunidades de responsabilidad social a nivel local y regional. Las universidades

desempeñan un papel esencial en la formación de ciudadanos comprometidos y responsables, por lo tanto, es fundamental que continúen trabajando en fortalecer la relación entre sus estudiantes y la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, K. (2018). *Una mirada integral a la calidad de la educación superior: propuesta para tener una facultad socialmente responsable* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13581>
- Ayala, M. (2011). Responsabilidad social y gestión. *Repositorio de Ciencia y Cultura de El Salvador REDICCES*. <http://hdl.handle.net/10972/91>
- Barbero, J. (1992). Pensar la sociedad desde la comunicación: un lugar estratégico para el debate a la modernidad. *Diálogos de La Comunicación*, 32.
- Barney, J. (1986). Organizational culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage? *Academy of Management Review*, 656–665.
- Calero, F. (2018). *La cultura organizacional y el desempeño del personal en las empresas procesadoras de atún, de la provincia de Manabí - Ecuador* [Tesis de doctorado]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4, 497–505.
- Casanova, M. (2005). *Historia de la asistencia social en Europa* [Tesis de maestría]. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Casares, P. (1991). Universidad y Comunicación Organizacional en Memorias del I Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. *Printex Impresores*, 75–81.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las organizaciones* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. McGraw-Hill.

- Condori, R. (2018). *Responsabilidad social universitaria y formación profesional en estudiantes de Psicología, 2017* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/13106>
- Congreso de la República. (2014). *Ley 30220, Ley Universitaria*. <https://www.sunedu.gob.pe/wpcontent/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20). <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/619/607>
- Daft, L., & Steers, R. (1992). Organizaciones: el comportamiento del individuo y de los grupos humanos. *Limusa*, 122–123.
- De la Cuesta, M., & Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa: Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*, 7–20.
- Díaz, M. A. J., Valdehita, S. R., García, J. M., & Moreno, L. L. (2006). La comunicación interna como herramienta estratégica al servicio de las organizaciones. *EduPsykhé: Revista de Psicología y Psicopedagogía*, 5(1), 3–32.
- Domínguez, J., & Rama, C. (2012). *La Responsabilidad Social Universitaria en la Educación a Distancia*. Editorial Gráfica Real S.A.C.
- Drucker, P. (1999). Knowledge Worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Management Review*, 41, 79–94.
- Fajardo, J., Gómez, N., & Mejía, J. (2020). Controversias y Concurrencias Latinoamericanas. *Cultura Organizacional*, 11(20), 263–281.
- Febles, J., & Oreja, J. (2008). Factores externos e internos determinantes de la

orientación de la cultura estratégica de las empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 14(1), 13–31.

Fernández, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. Trillas.

Fischer, G. (1982). Scoring-rule feedback and the overconfidence syndrome in subjective probability forecasting. *Organizational Behavior and Human Performance*, 29(3), 352–369.

Gaete, R. (2016). La responsabilidad social universitaria en la identidad corporativa de las universidades chilenas: un análisis de contenido. *Ocumentos y Aportes En Administración Pública y Gestión Estatal*, 16(26), 43–74.

Gasca, P. (2022). *La responsabilidad social universitaria desde la percepción estudiantil. Caso de estudio: Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, región Xalapa* [Tesis de maestría]. Universidad Veracruzana.

Gordon, G. (1991). Industry determinants of organizational culture. *Academy of Management Review*, 16(2), 396–415.

Guillén, I., & Aduna, A. (2008). La influencia de la cultura y del estilo de gestión sobre el clima organizacional. Estudio de caso de la mediana Empresa en la delegación Iztapalapa. *Revista Estudios Gerenciales*, 24(106).

Henríquez, G. (2021). *La Responsabilidad Social Universitaria desde el aprendizaje organizacional: el caso de una Universidad en Colombia* [Tesis doctoral]. Universidad del Norte.

Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. Editorial McGraw-Hill. México. Recuperado de: [Http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wpcontent/Uploads/2017/08/Metodologia-de-La-Investigación-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf](http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wpcontent/Uploads/2017/08/Metodologia-de-La-Investigación-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf).

- Hodge, B., Anthony, W., & Gales, L. (2003). *Teoría de la organización: Un enfoque estratégico* (6ª ed). Prentice Hall Iberia.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill.
- Jablin, F., Putnam, M., & Linda, L. (2001). *Handbook of Organizational Communication. An Interdisciplinary Perspective*. Editorial Sage.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (1997). *Comportamiento de las organizaciones*. McGraw-Hill.
- La Cruz-Arango, O., Zelada-Flórez, E., Aguirre-Landa, J., & Garro-Aburto, L. (2022). Responsabilidad social universitaria y posicionamiento de universidades en Lima-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38478>
- Leite, D. (2009). A Análise Da Cultura Organizacional De Uma Instituição Do Setor Hoteleiro. *Psicologia IESB*, 1, 21–33.
- Limo, G., & Peña, D. (2019). *El impacto de la responsabilidad social universitaria en la cultura organizacional de las universidades privadas en Lima Metropolitana, año 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/648669>
- Martin, J. (2002). *Organizational Culture, Mapping the Terrain*. Sage Publication.
- Martin, J., & Siehl, C. (1983). Organizational culture and counterculture: An uneasy symbiosis. *Organizational Dynamics*, 52–64.
- Martínez, C. (2012). *Estadística y muestreo* (13th ed.). Eco Ediciones.
- Mayoral, L. (1994). Cambio y complejidad en la organización. *Dirección y Organización*, 46–52.
- Mintzberg, H. (2001). *Diseño de organizaciones eficientes*. El ateneo.

- Organización de Estados Americanos. (2008). *Material del curso cómo enseñar ética, capital social y desarrollo en la universidad? Estrategias de RSU brindado por el Portal Educativo de las Américas*. OEA-BID.
- Orozco, G. (1997). *La investigación de la Comunicación dentro y fuera América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Pedraza, L., Obispo, K., Vásquez, L., & Gómez, L. (2015). Cultura Organizacional desde la Teoría de Edgar Schein: Estudio Fenomenológico. *Clío América*, 17–25.
- Pérez, D., Lakonich, J., Cecchi, N., & Rotstein, A. (2009). *El compromiso social de la universidad latinoamericana del siglo XXI: Entre el debate y la acción*. IEC- CONADU (IEC-CONADU).
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/iec-conadu/20100317010331/2.pdf>
- Pettigrew, A. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24, 570–581.
- Podestá, C. (2006). Un acercamiento al concepto de cultura. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(21), 25–39.
- Pümpin, C., & García, S. (1998). *Cultura empresarial*. Diaz de Santos.
- Robbins, S. (2002). Comportamiento Organizacional. *Pearson Price Hall*, 13, 522–566.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Prentice hall.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. Pearson.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. Pearson.
- Román, E., & Pérez, E. (2018). Impacto de la responsabilidad social empresarial en

el clima organizacional. *Espacios*, 39(14), 27–37.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p27.pdf>

- Saladrigas, H. (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social. Laboratorio de Tecnologías de La Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social España*, 8(60), 1–7.
- Sánchez, J., & Otálora, J. (2006). *Fundamentos de trabajo en equipo para equipos de trabajo*. McGraw-Hill.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. Plaza & Janes Editores.
- Schwartz, H., & Davis, S. (1981). Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*, 30–48.
- Shumal, D. (2001). *La identidad de la Comunicación Organizacional*. Artículo.
- Soria, R., Cota, B., & Calvillo, F. (2008). Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México. *Red Académica Iberoamericana Local – Global, Grupo EUMEDNET Universidad de Málaga, España*, 36–65.
- UNESCO. (1998). Conferencia mundial sobre la educación superior. *Educación Superior y Sociedad*, 9(2).
- UNESCO. (2009, July 8). Conferencia mundial de educación superior 2009: Las nuevas dinámicas de la educación superior y de la investigación para el cambiosocial y el desarrollo. *Borrador Final*.
- University network for innovation. (2009). *La Educación Superior en Tiempos de Cambio. Nuevas dinámicas para la responsabilidad social*. Ediciones

Mundi- Prensa.

- Vallaes, F., & Carrizo, L. (2006). *Responsabilidad social universitaria: marco conceptual, antecedentes, herramientas*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Vallaes, F., De la Cruz, C., & Sasia, P. (2008). *Manual de la responsabilidad social universitaria*. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Vallaes, F., de la Cruz, C., & Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria: manual de primeros pasos*. Banco Interamericano de Desarrollo. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Vargas, C. (2020). *Cultura organizacional y vinculación laboral en el departamento de ginecología y obstetricia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, Lima – 2019* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/4026>
- Verenzuela, D. (2020). *Cultura organizacional: una mirada desde los gerentes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo* [Tesis de maestría, Universidad Yacambú]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=247511>
- Vertel, A. del C. C., Paternina, C. D. R., Riaño, H. E. H., & Pereira, J. M. L. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 350–355. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.009>
- Wilkins, A. (1983). The culture audit: a tool for understanding organizations. *Organizational Dynamics*, 12, 24–38.
- Wilkins, A., & Ouchi, W. (1983). Efficient cultures: exploring the relationship between culture and organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, 28, 468–481.

ANEXO

Matriz de consistencia

Responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es la relación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación del factor enseñanza - aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021? ¿Cuál es la relación del factor gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021? ¿Cuál es la relación del factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en COVID-19 2021?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar la relación del factor enseñanza aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021. Determinar la relación del factor gestión de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021. Determinar la relación del factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de los estudiantes de las</p>	<p>Hipótesis general La responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.</p> <p>Hipótesis específicas El factor enseñanza-aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021. - El factor gestión de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los estudiantes de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19 2021. El factor relación con la sociedad de la responsabilidad social universitaria se relaciona significativamente con la cultura organizacional de las universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID 19</p>	<p>Variable 1 Responsabilidad social universitaria</p> <p>Dimensiones: (X1) Factor enseñanza- aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación (X2) Factor gestión (X3) Factor relación con la sociedad</p> <p>Variable 2 - Cultura organizacional</p> <p>Dimensiones: (Y1) Cultura axiológica (Y2) Trabajo en equipo (Y3) Organización (Y4) Satisfacción laboral</p>	<p>Tipo Según Hernández-Sampieri (2014) es básica. Este tipo se centra en la expansión y desarrollo de conocimientos teóricos y conceptuales de una disciplina o campo de estudio específico)</p> <p>Nivel Aplicativo</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Método Deductivo, Analítico e Inductivo</p> <p>Diseño de Investigación No experimental</p> <p align="center">Ox</p> <p align="center">M r</p> <p align="center">Oy</p> <p>Población 11.541 estudiantes. Universidad Nacional del Centro del Perú. 1040 estudiantes. Universidad Nacional Intercultural de la Selva Juan Santos Atahualpa 268 estudiantes-Universidad Nacional</p>
	<p>universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 2021.</p>	<p>2021.</p>		<p>Autónoma Altoandina de Tarma.</p> <p>Muestra Según Tamayo y Tamayo (2012), afirma que la muestra "es el grupo de análisis probabilístico. 341 de la UNCP, UNIS 31 y 8 de la UNAT.</p>

Análisis de Confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad de la Responsabilidad social

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	21

El instrumento utilizado para medir la responsabilidad social ha demostrado una alta confiabilidad con un Alfa de Cronbach de 0,968. Esto indica que las preguntas incluidas en este instrumento son coherentes entre sí y miden de manera efectiva la responsabilidad social. El instrumento consta de 21 elementos, lo que proporciona una base sólida para su validez.

Estadísticas de fiabilidad de la Cultura Organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,973	28

En cuanto al instrumento de cultura organizacional, también presenta una alta confiabilidad, con un Alfa de Cronbach de 0,973. Esto sugiere que las preguntas que lo componen están estrechamente relacionadas y capturan adecuadamente la esencia de la cultura organizacional. El instrumento está compuesto por 28 elementos, asegurando una evaluación completa y detallada de la cultura en una organización.

Cuestionario de Responsabilidad Social Universitaria

La siguiente encuesta forma parte del trabajo de investigación La responsabilidad social universitaria y cultura organizacional de estudiantes universidades públicas de Junín en tiempos de COVID-19 - 2021, y tiene por finalidad contar con su valiosa opinión profesional y experiencia. Hay que mencionar que la información recopilada será de uso confidencial y para fines de investigación académica.

Marque con un aspa de acuerdo a la siguiente escala:

1	Totalmente Desacuerdo
2	Desacuerdo
3	Ni De acuerdo, ni desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente De acuerdo

Responda todas las preguntas, teniendo en cuenta que no es una prueba, no hay respuestas correctas ni incorrectas y todas las respuestas serán estrictamente confidenciales.

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA					
Enseñanza- Aprendizaje e investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+i)					
1. Considera que su centro de labores desarrolla suficiente tecnología y conocimiento que se puedan aplicar al medio ambiente.					
2. Su centro de labores produce conocimiento y modelos para el desarrollo sostenible					
3. Incentiva la formación de valores hacia la sociedad					
4. Promueve la investigación en materia de responsabilidad social					
5. Fomenta la creación de modelos de actuación y gestión					
6. Implanta dentro de la formación académica temas relativos a la responsabilidad social					
7. Otorga ayudas para investigar en materia de responsabilidad social					

Gestión					
8. Dentro del desarrollo de las actividades, se promueve la reducción en el uso de recursos naturales					
9. Fomenta la utilización de transportes sostenibles					
10. Promueve el reciclaje y la reducción de residuos					
11. Se cultiva la formación de docentes y personal administrativo con un enfoque de RSU					
12. Promueve la igualdad de oportunidades y reduce los riesgos laborales					
13. Su centro de laborales apoya la transparencia en rendición de cuentas al contratar compras y servicios basados en conductas éticas.					
14. Promueve la mejora continua en el uso eficiente de los recursos universitarios (tecnología, edificios entre otros)					
Relación con la sociedad					
15. La universidad promueve la conservación de zonas naturales dentro del campus					
16. Promueve proyectos orientados a la protección del medio ambiente					
17. Contribuye a informar sobre sostenibilidad					
18. Coopera con la sociedad y a la generación de empleo					
19. Contribuye a concientizar a la sociedad sobre la responsabilidad social					
20. Vende servicios y/o productos basados en el comercio justo					
21. Fomenta proyectos en base a criterios éticos y socialmente responsable					

CULTURA ORGANIZACIONAL

INSTRUCCIONES:

Estimados estudiantes, la siguiente encuesta tiene como propósito medir la relación entre el nivel de la Responsabilidad Social Universitario y la Cultura Organizacional. Sus opiniones pueden conducir a mejorarla institución universitaria, si hay algo que mejorar, por esta razón es fundamental que sus respuestas sean lo más sinceras posibles. Hay una serie de supuestos en cada ítem, marque con un aspa en el recuadro de acuerdo a la manera cómo usted percibe

Marque con un aspa en sólo uno de los cuadros de cada ítem

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

	ITEMS	VALORACION				
1.	CULTURA AXIOLÓGICA					
1.	Los comunicados se informan veraz y oportuna en la institución universitaria					
2.	Se fomenta una cultura del cumplimiento en el desempeño, planificación y tareas afines.					
3.	La toma de decisiones es el resultado del análisis consciente de la problemática por parte de las autoridades					
4.	Se fomenta una cultura de la puntualidad, trato amable, y tolerancia entre los miembros de la comunidad universitaria					
5.	Cada miembro de la comunidad universitaria asegura sus niveles de logro en el trabajo sin considerar el desempeño de los demás					
6.	Se fomenta una gestión y toma de decisiones enmarcada en aspectos legales e institucionales					
7.	La gestión universitaria se enmarca en cumplimiento a la ley universitaria					
8.	Se fomenta una cultura de solidaridad como una virtud característica en el estilo de trabajo.					
9.	Existe una cultura de respeto y tolerancia hacia todos los integrantes de la institución universitaria al margen del cargo que desempeñan					
10.	Existe una valoración por el recurso humano al considerarlo como un factor clave para el éxito de la institución educativa.					

II.	TRABAJO EN EQUIPO						
11.	Trabajo en coordinación con los miembros de mi equipo.						
12.	Participo en actividades teniendo en cuenta la opinión de los demás miembros.						
13.	Asumo la función designada con responsabilidad.						
14.	Se organiza el trabajo asignado en coordinación con los demás integrantes del equipo o área.						
15.	Acepto trabajar con los miembros del equipo asignado.						
16.	Existe una cultura de tolerancia cuando un miembro del equipo opina diferente a mí.						
III.	ORGANIZACIÓN						
17.	Se coordina con los colegas estudiantes acerca de las actividades institucionales a realizar.						
18.	Brindo ideas para realizar el trabajo en equipo.						
19.	Los acuerdos tomados se realizan en pleno.						
20.	Existe una participación activa en el equipo que se me ha asignado.						
21.	Respeto el organigrama institucional para los procesos a realizar.						
22.	Coordino con mis colegas acerca de las actividades institucionales a realizar.						
IV.	SATISFACCIÓN						
23.	Me siento satisfecho de la labor que realizo en la institución universitaria.						
24.	Percibo que mis necesidades universitarias son satisfechas por mi institución.						
25.	La institución premia y reconoce los esfuerzos realizados.						
26.	Muestro empatía a los demás miembros del equipo.						
27.	Aliento a mis colegas universitarios a participar del trabajo asignado.						
28.	Apoyo a mis colegas universitarios con frases de entusiasmo.						

**RESPONSABILIDAD SOCIAL
UNIVERSITARIA**

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** Responsabilidad Social Universitaria
- **Nombre y Apellidos del experto:** Mg. *LUPE SANTIAGO ABREGU*

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regular 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy bueno 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
Objetividad	Se expresa en conductas observables				X	
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia				X	
Organización	Existe una organización lógica				X	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir				X	
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos				X	
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e indicadores				X	
Metodología	Responde al propósito de la medición				X	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X	

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

Bueno

Grado académico	Magíster en Psicología	
DNI	Celular	Email
08605787		lsantiagoa@pucp.edu.pe



FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** Responsabilidad Social Universitario
- **Nombre y Apellidos del experto:** Mg. SANTIAGO ARNOL CRISPIN RODRIGUEZ

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regula 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X
Objetividad	Se expresa en conductas observables					X
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia					X
Organización	Existe una organización lógica					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir					X
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos					X
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e Indicadores					X
Metodología	Responde al propósito de la medición					X
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

MUY BUENA

Grado académico	Doctor en Psicología – UNFV – Lima	
DNI	Celula	Emai
06098550		Santicri92@yahoo.com



FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** Responsabilidad Social Universitaria
- **Nombre y Apellidos del experto:** [Mtro. Jhony Carhuallanqui Carhuamaca](#)

II. OPINIÓN DEL EXPERTO:

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regular 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy bueno 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				70	
Objetividad	Se expresa en conductas observables			60		
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia			60		
Organización	Existe una organización lógica				75	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				70	
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir				65	
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos				70	
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e indicadores				65	
Metodología	Responde al propósito de la medición				75	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				65	

PUNTAJE 67.5

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

Grado académico	Maestro en Comunicación para el Desarrollo	
DNI	Celular	Email
40129336		jcarhuallaqui@uncp.edu.pe


FIRMA DEL EXPERTO

CULTURA ORGANIZACIONAL

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** CULTURA ORGANIZACIONAL
- **Nombre y Apellidos del experto:** Mg.. LUPE SANTIAGO ABREGU

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regular 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy bueno 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
Objetividad	Se expresa en conductas observables				X	
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia				X	
Organización	Existe una organización lógica				X	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir				X	
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos				X	
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e indicadores				X	
Metodología	Responde al propósito de la medición				X	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X	

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

Bueno

Grado académico	Magíster en Psicología	
DNI	Celular	Email
08605787		lsantiagoa@pucp.edu.pe



FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** Cultura organizacional
- **Nombre y Apellidos del experto:** Dr. Ruben Alania Contreras

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regular 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy bueno 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
Objetividad	Se expresa en conductas observables				70	
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia					85
Organización	Existe una organización lógica					85
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				80	
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir					90
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos					85
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e indicadores			60		
Metodología	Responde al propósito de la medición					90
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				80	

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular 4) Buena 5) Muy buena

Grado académico	Doctor en Educación	
DNI	Celular	Email
21122935		ralania@uncp.edu.pe



FIRMA DEL EXPERTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

(Apreciación General por Indicador)

I. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Responsabilidad Social Universitaria y cultura organizacional de estudiantes de universidades públicas de la región Junín en tiempos de COVID-19 - 2021

- **Nombre del instrumento:** Cultura Organizacional
- **Nombre y Apellidos del experto:** Mg. Marco Antonio Brañez Cochachi

II. OPINIÓN DEL EXPERTO:

Indicador	Criterio (El instrumento de medición)	Opinión de expertos (Escriba su opinión en %)				
		Muy malo 0 a 20	Malo 21 a 40	Regular 41 a 60	Bueno 61 a 80	Muy bueno 81 a 100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	
Objetividad	Se expresa en conductas observables				✓	
Importancia	Es adecuado al avance de la ciencia					✓
Organización	Existe una organización lógica					✓
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
Adecuación	Es adecuado para valorar el constructor o variable a medir					✓
Consistencia	Se basa en aspectos teóricos y científicos					✓
Coherencia	Existe coherencia entre las definiciones, dimensiones e indicadores				✓	
Metodología	Responde al propósito de la medición				✓	
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				✓	

Opinión de aplicabilidad:

1) Muy mala 2) Mala 3) Regular **4) Buena** 5) Muy buena

Grado académico	Magister en educación, mención Enseñanza estratégica	
DNI	Celular	Email
40699016		Mabc0823@gmail.com


FIRMA DEL EXPERTO