



Revista Micaela

ISSN: 2955-8646 (en línea) / 2709-8990 (Impresa)  
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac  
Vice Rectorado de Investigación – Perú

Vol. 6 Num. 2 (2025) - Publicado: 16/12/25  
<https://doi.org/10.57166/micaela.v6.n2.2025>  
Páginas: 1- 8  
Recibido 13/10/2025; Aceptado 14/12/2025

<https://doi.org/10.57166/micaela.v6.n2.2025.181>

Edición Especial: Cosmovisión Andina – 2025

Autores:

1. ORCID iD <https://orcid.org/0009-0007-2430-2061> Yulitza Altamirano Arias, está en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Perú [altamiranoariasyulitza@gmail.com](mailto:altamiranoariasyulitza@gmail.com)
2. ORCID iD <https://orcid.org/0009-0004-4342-7263> Roxana Uscamayta Mariño, docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac [ruscaymata@unamba.edu.pe](mailto:ruscaymata@unamba.edu.pe)
3. ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5815-8906> Silvia Soledad López Ibañez, docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac [slopez@unamba.edu.pe](mailto:slopez@unamba.edu.pe)

## Responsabilidad social universitaria en la construcción de la imagen institucional: un estudio correlacional en una universidad pública

### University social responsibility in the construction of the institutional image: a correlational study in a public university

Yulitza Altamirano Arias<sup>1</sup>, Roxana Uscamayta Mariño<sup>2</sup> y Silvia Soledad López Ibáñez<sup>3</sup>

**Resumen.** Este artículo tiene como objetivo conocer la relación entre la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y la imagen institucional desde la percepción de los estudiantes de una universidad pública. Se empleó un diseño descriptivo-correlacional, no experimental y transversal. La población fue de 3326 estudiantes, con una muestra de 344. Se aplicó un cuestionario con escala Likert y se analizaron los datos con el coeficiente Rho de Spearman. Los resultados evidencian correlaciones positivas y significativas entre la RSU y las dimensiones de imagen institucional: funcional (73.2%), autoimagen (73.3%) e intencional (71.7%). La correlación general fue de 80.4%. Se concluye que fortalecer las prácticas de RSU mejora la legitimidad, confianza y reconocimiento institucional desde la perspectiva estudiantil.

**Palabras Clave:** Responsabilidad Social Universitaria, Imagen Institucional, Estudiantes, Universidad.

**Abstract.** This article aims to explore the relationship between University Social Responsibility (USR) and institutional image from the perspective of students at a public university. A descriptive-correlational, non-experimental, cross-sectional design was used. The population consisted of 3,326 students, with a sample of 344. A Likert-scale questionnaire was administered, and the data were analyzed using Spearman's rho coefficient. The results show positive and significant correlations between USR and the dimensions of institutional image: functional (73.2%), self-image (73.3%), and intentional (71.7%). The overall correlation was 80.4%. It is concluded that strengthening USR practices improves institutional legitimacy, trust, and recognition from the student perspective.

**Keywords:** University Social Responsibility, Institutional Image, Students, University.

## 1 Introducción

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es la conexión entre las universidades y la sociedad a través de proyectos que buscan mejorar el bienestar colectivo, ofrecer una educación significativa, fomentar el progreso sostenible y proteger el ambiente. Las actividades relacionadas con la RSU ayudan a acercar a la universidad con su comunidad y también influyen en cómo los estudiantes ven a su institución. Desde finales de los años noventa, el interés en la RSU ha crecido mucho, en parte gracias al impulso de organismos como la UNESCO y el Banco Interamericano de Desarrollo, quienes promovieron su desarrollo frente a desafíos globales como el acceso igualitario a la educación superior, el financiamiento público universitario y la calidad educativa. En América Latina, la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA), que integra a 72 universidades principalmente de Perú y Colombia, promueve una mirada amplia de la RSU combinando gestión institucional y compromiso local. Alrededor del 85% de los miembros están en Sudamérica. Además, la Asociación de Universidades Confidiales a la Compañía de Jesús en América Latina



(AUSJAL) reúne a 31 universidades jesuitas, sobre todo en México y Brasil. Ambas organizaciones buscan fortalecer la cultura de la RSU en las universidades de la región [1]. La RSU consiste en iniciativas destinadas a incentivar que los estudiantes participen activamente en su propio aprendizaje, promoviendo actitudes éticas y una cultura de responsabilidad social fundamentada en valores y excelencia académica [2]. Diversos estudios indican que cuando una universidad participa activamente en su entorno, los estudiantes desarrollan un sentido de pertenencia, confianza y aprecio, lo que proyecta una imagen institucional sólida y positiva. Analizar la responsabilidad social universitaria junto a la imagen institucional permite identificar cómo las universidades responden a exigencias sociales y éticas. Estos factores consolidan la legitimidad, reputación y posicionamiento institucional, además de impactar en la satisfacción de los estudiantes y en la captación de talento. Evaluar estos aspectos favorece la gestión estratégica y la mejora continua, resultando fundamental para formar una comunidad universitaria valorada y alineada con sus principios [3] y [4]. De igual modo, los estudios evidencian que la RSU, considerada como un concepto amplio que incluye aspectos como el campus responsable, la formación ciudadana y la participación social, influye de manera positiva en la satisfacción académica del estudiantado. Estos hallazgos subrayan la relevancia de que las universidades impulsen prácticas socialmente responsables, ya que esto contribuye a fortalecer tanto la percepción como el compromiso de los estudiantes con su proceso formativo, especialmente dentro del ámbito de las instituciones públicas de educación superior [5]. Por otra parte, se establece que la calidad académica, los factores sociales, los elementos tangibles y la accesibilidad constituyen los principales determinantes de la imagen institucional en las universidades, explicando más del 68% de la percepción estudiantil. Esto resalta la importancia de gestionar y optimizar dichos aspectos para consolidar una imagen institucional favorable en el ámbito de la educación superior [6]. De igual forma, se evidencia que la imagen institucional, fundamentada en componentes tanto cognitivos como afectivos, incide significativamente en la satisfacción de los estudiantes, lo que subraya la necesidad de fortalecer la reputación y las relaciones institucionales para mejorar la percepción global [7].

En la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, la responsabilidad social universitaria suele apreciarse desde la perspectiva estudiantil principalmente a través de acciones asistenciales o recreativas, como chocolatadas, campañas navideñas, jornadas de limpieza de áreas verdes y actividades comunitarias esporádicas. Aunque estas iniciativas reflejan un interés en relacionarse con la comunidad, su alcance limitado muestra una interpretación restringida de la RSU, centrada específicamente en lo operativo y dejando de lado aspectos formativos o estratégicos. Esta percepción se confirma al observar el portal institucional, donde se priorizan servicios como comedor universitario, actividades culturales y deportivas, transporte educativo, atención médica, gestión ambiental, orientación psicopedagógica y apoyo psicológico. Si bien estos recursos contribuyen significativamente al bienestar de los estudiantes, por sí mismos no constituyen una política completa de RSU enfocada en el desarrollo humano, la transformación social o la sostenibilidad. Estos eventos han deteriorado tanto la percepción externa como la confianza interna de la comunidad universitaria, generando una imagen fragmentada y poco coherente con los principios de responsabilidad social que deberían guiar a una universidad pública. Por otro lado, instituciones con mayor trayectoria como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) han logrado consolidar modelos más robustos y multidimensionales de RSU. Por ejemplo, la UNMSM cuenta con un centro especializado en responsabilidad social y extensión universitaria que vincula la formación académica, el trabajo comunitario, la investigación aplicada y la promoción de una ciudadanía activa. La UNI, por su parte, ha incorporado la RSU en sus pilares de sostenibilidad, innovación tecnológica, formación ética y proyección social, fortaleciendo así tanto su imagen institucional como su legitimidad ante la sociedad. Al comparar estos enfoques, queda claro que la UNAMBA enfrenta desafíos importantes en la elaboración de una política de RSU que supere las prácticas asistenciales y se integre plenamente con su misión institucional, la preparación profesional y el compromiso con el desarrollo regional. La visión restringida de la RSU repercute directamente en la reputación de la institución, que se ha visto afectada últimamente por diversos problemas de gobernabilidad, como conflictos internos entre autoridades, procesos de reorganización administrativa, tomas de instalaciones y falta de continuidad en la gestión. En consecuencia, el presente estudio busca responder a la siguiente pregunta ¿Qué relación existe entre la Responsabilidad social universitaria y la imagen institucional desde la percepción de los estudiantes de una universidad pública?. Se planteó como objetivo conocer la relación que existe entre la Responsabilidad social universitaria y la imagen institucional desde la percepción de los estudiantes de una universidad pública. La aplicación de ambas variables permitió evidenciar el impacto que la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional generan en la sociedad y el ambiente.

## Marco Teórico

### Responsabilidad Social Universitaria

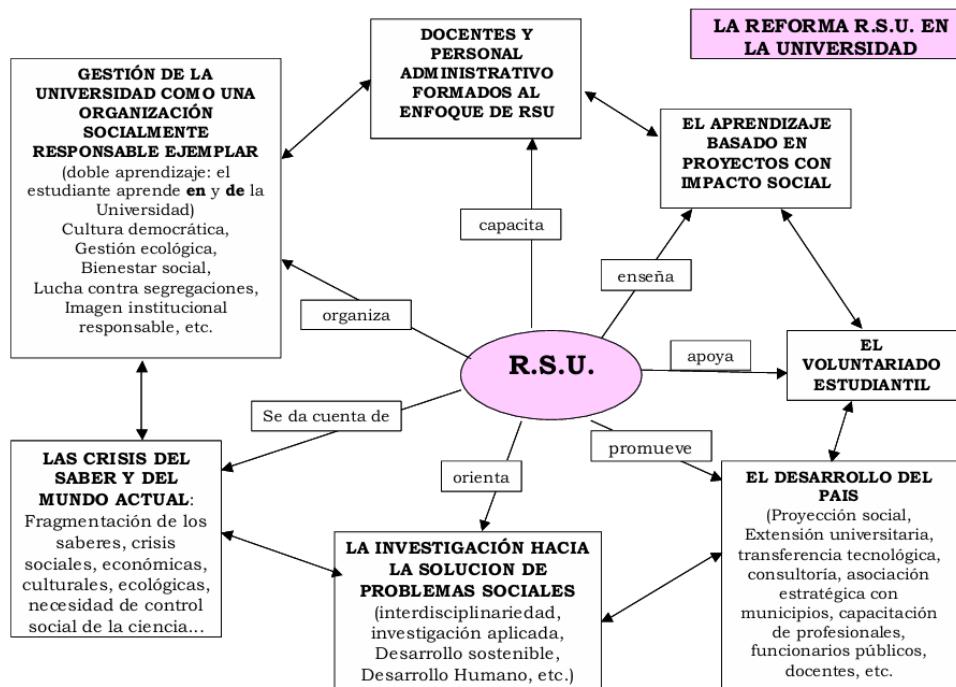
La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se define como el compromiso que asume una institución para fomentar y optimizar el bienestar social, en consonancia con la consecución de sus propios objetivos institucionales [8]. La RSU fomenta una vida universitaria integral, procurando el equilibrio entre las dimensiones académica, investigativa, de extensión y de gestión. Este enfoque tiene como propósito garantizar la calidad, promover la ciudadanía y proteger el medio ambiente, comprometiendo a toda la comunidad universitaria en su cumplimiento [9]. La RSU consiste en la gestión ética y eficiente de los impactos que la institución produce en la sociedad mediante sus actividades académicas,



investigativas, de extensión y contribución al desarrollo nacional en diferentes escalas y sectores. Asimismo, comprende los efectos derivados de las interacciones entre los miembros de la comunidad universitaria, el entorno ambiental y las entidades públicas y privadas relacionadas. Este compromiso representa un elemento fundamental en la vida universitaria, fomenta el desarrollo sostenible y el bienestar social, e involucra a todos los integrantes de la universidad [10].

El Estado peruano destaca la importancia de la Ley Universitaria N° 30220 al señalar que, en el ámbito latinoamericano, constituye la primera normativa legal que establece de manera obligatoria la responsabilidad social universitaria. En particular, el artículo 124 define la RSU como la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad a través del desarrollo de sus funciones académicas, investigativas, de extensión de servicios y participación en el desarrollo nacional en todos sus niveles y dimensiones. Asimismo, el proceso de renovación del licenciamiento enfatiza que el compromiso social no es una opción, sino una función esencial e inherente a toda institución universitaria [11]. Para abordar la RSU desde una perspectiva global, se analizan dos modelos teóricos complementarios que facilitan la comprensión de su impacto tanto institucional como social. El primero es el proyecto Universidad: Construye País, desarrollado en Chile, donde la RSU se define como un eje de transformación que fortalece la relación entre la universidad y la sociedad, promoviendo una formación enfocada en el desarrollo humano y en la justicia social [12]. Este modelo estructura las funciones universitarias en docencia, investigación y extensión, subrayando la gestión como una actividad fundamental para asegurar prácticas éticas, democráticas y sostenibles. El segundo modelo propone cuatro líneas de acción: la gestión interna, centrada en promover equidad y transparencia; la docencia, que integra un enfoque social al plan de estudios; la investigación, dedicada a resolver problemas mediante colaboraciones interdisciplinarias; y la proyección social, que vincula el conocimiento académico con las necesidades de la comunidad. Estos enfoques permiten observar la RSU como una estrategia transversal capaz de influir tanto en la calidad institucional como en el desarrollo de una universidad comprometida con su entorno [13].

**Fig. 1.** La reforma RSU en la universidad



La Fig.1 ilustra un esquema en el que la RSU se posiciona como eje central en la articulación de procesos clave dentro de la universidad: gestión interna, cuerpo docente, investigación aplicada, aprendizaje con proyección social y voluntariado estudiantil. Cada uno de estos componentes se relaciona a través de acciones como organización, formación, docencia y orientación, lo que evidencia el rol transformador de la RSU en la consolidación del compromiso social y la sostenibilidad institucional [14].

### Imagen institucional

La imagen institucional es la manera en que la sociedad percibe a una organización, como una universidad, tomando en cuenta sus acciones, principios, mensajes y decisiones. Esta imagen se forma a partir tanto de aspectos tangibles como intangibles relacionados con la organización, la comunicación, el personal y los valores sociales [15]. La imagen

institucional se configura a partir de la percepción del público, quienes ejercen un papel primordial en su generación y desarrollo, por encima de la propia organización. Este aspecto resulta fundamental para comprender el proceso de construcción de la imagen de una entidad. La imagen institucional está determinada por el nivel de satisfacción global de los miembros de la institución y de la comunidad usuaria [16]. Para lograr una imagen institucional positiva, es esencial que todo el personal de las entidades públicas trabaje con eficiencia, comparta la identidad y los valores de la institución, entienda claramente su filosofía laboral y brinde una atención amable tanto a quienes trabajan dentro como fuera de la organización. Esto favorece una percepción favorable de la institución, como resultado de una gestión efectiva y el empleo correcto de habilidades gerenciales [17]. De este modo, será la propia comunidad de usuarios quien evalúe y promueva la gestión eficiente, fundamentada en competencias gerenciales sólidas y resultados positivos. Para lograr una comprensión integral de la imagen institucional en el ámbito universitario, se han seleccionado dos modelos teóricos como marco de referencia. Desde una perspectiva global, el primer modelo conceptualiza la imagen institucional como el resultado de la interacción entre tres elementos fundamentales: el comportamiento corporativo, la cultura organizacional y la personalidad empresarial. La relación entre estos componentes genera tres manifestaciones específicas de imagen: la imagen funcional, la autoimagen y la imagen intencional [18]. Por otro lado, el modelo IMAGEing de imagen institucional se entiende como un concepto general formado a partir de las experiencias del público con una institución. Este modelo distingue cinco áreas principales: accesibilidad (ya sea académica, económica, social o geográfica), calidad del servicio (incluyendo la tecnología y el trato recibido), calidad académica (como investigación, currículo y acreditación), elementos tangibles (la infraestructura física) y aspectos sociales (interacciones personales y actividades fuera del aula). La imagen institucional mejora si los estudiantes reciben un buen trato y la comunicación es efectiva, evitando problemas que la puedan dañar. Analizar estos modelos ayuda a comprender mejor cómo se crea y proyecta la imagen institucional tanto hacia adentro como hacia afuera [19].

## 2 Método

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, partiendo de un problema y objetivo claramente definidos. Se clasificó como un estudio básico, orientado a profundizar en el conocimiento sobre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional.

### 2.1. Diseño

El diseño fue descriptivo-correlacional, no experimental y transversal. Este diseño permitió analizar la relación entre las variables sin manipularlas y observarlas tal como se presentan en su contexto natural. La recolección de datos se realizó en un solo momento.

### 2.2. Población y muestra

La población fue de 3326 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac de la sede central del semestre 2023-I. Valderrama define la muestra como un subgrupo o parte de la población de estudio [20]. La muestra fue de 344 estudiantes distribuidos entre las facultades de Administración, Educación y Ciencias Sociales, Ingenierías y Medicina Veterinaria, para su selección se empleó el muestreo probabilístico estratificado.

### 2.3. Instrumento

La técnica se refiere al método utilizado para recopilar datos, mientras que el instrumento corresponde a la herramienta empleada para realizar dicha recolección [21]. Por lo tanto, se empleó la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario que estuvo conformado por 20 ítems para la variable RSU y 10 ítems para la variable imagen institucional, las preguntas fueron diseñadas bajo una escala de Likert. Dicho instrumento fue sometido a un proceso de validación por tres expertos con especialidad en la materia de investigación para asegurar su pertinencia y coherencia. Del mismo modo, se realizó el análisis de confiabilidad, obteniéndose un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.956, valor que evidencia una consistencia interna excelente. Finalmente, el cuestionario fue aplicado de manera virtual a través de un formulario de Google.

### 2.4. Procedimiento de recolección

El análisis de la información se desarrolló en varias fases. En una primera etapa, se construyó una base de datos en la que se registraron y organizaron todas las respuestas proporcionadas por los participantes. Esta base permitió ordenar las variables e indicadores definidos en el estudio y verificar la integridad de los datos antes del procesamiento estadístico. Luego se realizó un proceso de revisión de la información, con el objetivo de detectar valores atípicos, respuestas



incompletas y posibles inconsistencias. Asimismo, se efectuó la codificación de los ítems formulados en escala Likert, luego se realizó la baremación de las alternativas: bajo, medio y alto.

Una vez depurada la base de datos, se aplicaron procedimientos de estadística descriptiva para obtener el comportamiento de las variables. En una fase posterior, se llevó a cabo el análisis inferencial con la finalidad de comprobar la relación entre las variables planteadas en la investigación. Debido a que los datos no presentaban normalidad, se optó por un modelo de análisis no paramétrico, aplicando el coeficiente de correlación Rho de Spearman, lo que permitió estimar la magnitud y sentido de la asociación.

## 2.5. Análisis de datos

El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva y correlacional, utilizando SPSS en su versión 25, para obtener frecuencias, porcentajes y el coeficiente de correlación que permitió determinar la relación entre las variables, complementado con el uso de Microsoft Excel para la gestión preliminar de la información y la elaboración de las tablas.

## 3 Resultados

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis estadístico aplicado para contrastar la hipótesis de investigación: existe una relación significativa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional, según la percepción de los estudiantes de una universidad pública, los hallazgos se centran exclusivamente en las correlaciones calculadas mediante el coeficiente Rho de Spearman.

Se muestran las asociaciones identificadas entre las variables y cada una de sus dimensiones, lo que permite determinar el sentido y la intensidad del vínculo percibido por los estudiantes de una universidad pública. Estos valores posibilitan establecer si la relación propuesta alcanza niveles de significancia estadística y si dicha asociación resulta positiva, negativa o inexistente.

**Tabla 1.** Correlación entre la responsabilidad social universitaria e imagen institucional

		Imagen institucional	
Rho de Spearman	Responsabilidad social universitaria	Coeficiente de correlación	.804**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	344

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

Los resultados indican un p-valor menor a 0.001, lo que proporciona evidencia estadística suficiente para afirmar la existencia de una relación significativa entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional, según la percepción de los estudiantes de una universidad pública. Además, el coeficiente Rho de Spearman obtenido fue de 80.4%, lo que demuestra una correlación positiva alta, esto indica que, a medida que los estudiantes perciben un mayor compromiso y desarrollo de prácticas de responsabilidad social por parte de la universidad, también tienden a otorgar una valoración más favorable a la imagen institucional. Por lo tanto, la significancia estadística obtenida demuestra que este resultado no es producto del azar, sino que constituye un hallazgo consistente dentro del análisis realizado.

Estos resultados respaldan empíricamente la relevancia de la responsabilidad social universitaria como un factor clave en la construcción, fortalecimiento y sostenibilidad de la imagen institucional

**Tabla 2.** Correlación entre la responsabilidad social universitaria e imagen funcional

		Imagen funcional	
Rho de Spearman	Responsabilidad social universitaria	Coeficiente de correlación	.732**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	344

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

El análisis de correlación realizado entre la responsabilidad social universitaria y la dimensión de imagen funcional arrojó un coeficiente Rho de Spearman de 73.2%, con un nivel de significancia bilateral de  $p = 0.000$ . Este valor muestra una relación positiva y de alta intensidad entre la variable y la dimensión, esto indica que, a medida que los estudiantes perciben mayores niveles de responsabilidad social por parte de la institución, tienden a valorar de manera más favorable la imagen funcional de la universidad.



El nivel de significancia obtenido ( $p < 0.01$ ) confirma que dicha relación es estadísticamente significativa, lo que permite descartar la posibilidad de que los resultados se expliquen por el azar. Estos hallazgos respaldan la hipótesis planteada y sugieren que la responsabilidad social universitaria constituye un determinante relevante en la construcción de la percepción institucional desde el ámbito funcional.

**Tabla 3.** Correlación entre la responsabilidad social universitaria y autoimagen

				Autoimagen
Rho	de	Responsabilidad	Coeficiente de correlación	.733**
Spearman		social universitaria	Sig. (bilateral)	.000
		N		344

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

El análisis correlacional entre la responsabilidad social universitaria y la dimensión de autoimagen arrojó un coeficiente Rho de Spearman de 73.3%, con un nivel de significancia bilateral de  $p = 0.000$ . Este valor indica una asociación positiva y elevada entre ambas variables, lo que sugiere que una mayor percepción de compromiso institucional con la responsabilidad social se relaciona con una mejor valoración de la autoimagen que los estudiantes construyen acerca de su universidad.

El nivel de significancia obtenido ( $p < 0.01$ ) confirma que esta relación es estadísticamente sólida, descartando que los resultados se deban al azar. En conjunto, los datos evidencian que las acciones vinculadas a la responsabilidad social influyen de manera notable en la percepción identitaria y en la apreciación interna que los estudiantes desarrollan sobre la institución.

**Tabla 4.** Correlación entre la responsabilidad social universitaria e imagen intencional

				Imagen intencional
Rho	de	Responsabilidad	Coeficiente de correlación	.717**
Spearman		social universitaria	Sig. (bilateral)	.000
		N		344

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

El análisis correlación entre la responsabilidad social universitaria y la imagen intencional mostró un coeficiente Rho de Spearman de 71.7%, acompañado de un nivel de significancia bilateral de  $p = 0.000$ . Este resultado indica una correlación positiva y de considerable magnitud, lo cual sugiere que, cuando los estudiantes perciben un mayor compromiso institucional con la responsabilidad social, también tienden a valorar de manera más favorable la imagen intencional que la universidad busca proyectar.

El nivel de significancia obtenido ( $p < 0.01$ ) confirma que esta asociación es estadísticamente consistente, por lo que la probabilidad de que el hallazgo sea atribuible al azar es mínima. En síntesis, los datos evidencian que las acciones relacionadas con la responsabilidad social influyen de forma sustantiva en la percepción que los estudiantes desarrollan respecto a los propósitos, mensajes y posicionamiento institucional.

#### 4 Discusiones Conclusiones

De acuerdo con otras investigaciones, el estudio realizado en universidades de Indonesia confirma que la imagen institucional funciona como mediadora entre la RSU y la lealtad estudiantil. Los resultados muestran que la RSU ejerce un impacto directo sobre la imagen institucional, respaldando la premisa de que fortalecer las prácticas de RSU puede mejorar notablemente la percepción institucional y, por ende, incrementar la vinculación de los estudiantes con la universidad [22]. Por otro lado, se puso de manifiesto que la responsabilidad social tiene escasa presencia en las declaraciones de misión y visión de las universidades latinoamericanas pertenecientes a las redes URSULA y AUSJAL. A partir de este hallazgo, se resalta la importancia de reforzar este compromiso dentro de las estrategias institucionales para impulsar una responsabilidad social más sólida en las instituciones universitarias [23]. Asimismo, se identificó una relación entre la percepción estudiantil sobre la RSU y la imagen institucional. El 86.1 % de los estudiantes que consideran inadecuada la gestión de la RSU por parte de su universidad también perciben una imagen institucional deficiente. En contraste, entre quienes califican la RSU como regular y buena, el 65.3 % y el 63.9 %, respectivamente, asocian dicha gestión con una imagen institucional adecuada [24]. El 82.4 % de las personas que consideran la RSU como muy buena asocian esta gestión con una imagen institucional sobresaliente. Esto indica que las prácticas de RSU no solo inciden en el compromiso ético y social de la universidad, sino que también contribuyen a fortalecer su reputación ante la comunidad estudiantil, consolidando así su legitimidad y prestigio institucional. Por último, los autores enfatizan que la articulación de la



Responsabilidad Social Universitaria con la gestión comunicacional posibilita el desarrollo de una reputación institucional sólida y sostenible, lo que fortalece la confianza de los grupos de interés. Asimismo, destacan que la adopción de estándares internacionales y metodologías verificables resulta esencial para incrementar los niveles de transparencia y consolidar la imagen corporativa. La investigación también observa que fomentar el empoderamiento ciudadano y la participación activa promueve una gestión más democrática y comprometida [25].

Los resultados obtenidos permiten identificar una tendencia consistente entre los niveles percibidos de responsabilidad social universitaria y la imagen institucional. El análisis de la distribución de respuestas revela una relación proporcional: al mejorar la percepción de la RSU, aumenta igualmente la valoración de la imagen institucional. Esta correlación se observa con mayor intensidad en los valores extremos, aunque también existe una concentración relevante en los niveles intermedios, lo que indica una percepción moderada por parte del estudiantado. Los patrones identificados facilitan el análisis sobre la integración de la RSU en la cultura organizacional y su repercusión en la reputación institucional.

Esta investigación concluye que existe una relación positiva de 80.4% entre la responsabilidad social universitaria y la imagen institucional según la percepción de los estudiantes de una universidad pública. Esto significa que fortalecer las acciones de RSU puede mejorar notablemente cómo el estudiantado percibe a la institución. Además, una gestión responsable socialmente no solo refuerza el compromiso ético de la universidad, sino que también mejora su reputación, legitimidad y conexión con la comunidad universitaria. Por eso, incorporar la RSU en la cultura y las estrategias internas es fundamental para mantener una imagen institucional fuerte y duradera.

## 5 Biografías

Yulitza Altamirano Arias, Licenciado en Administración.

Roxana Uscamaya Mariño. Docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Licenciado en Administración, con grado de Maestro en Administración mención Gestión Pública y Desarrollo Empresarial de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Silvia Soledad Lopez Ibáñez. Docente universitario desde agosto del 2004 en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Licencia en Administración de la Universidad Nacional de Trujillo. Con Grado de Maestro en Administración de la Universidad Alas Peruanas y grado de Doctor en Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

## 6 Referencias

- [1] R. Gaete Quezada, «Responsabilidad Social Universitaria como ámbito estratégico para las Instituciones de Educación Superior», PODIUM, n.o 43, pp. 19-40, jun. 2023, doi: 10.31095/podium.2023.43.02.
- [2] L. Hernández Alcaraz, J. Juárez Mancilla, y W. S. Trujillo Narváez Rivera, «Estudio de la responsabilidad social universitaria: una revisión de la literatura», Investigación & Desarrollo, vol. 32, n.o 2, pp. 212-237, jun. 2024, doi: 10.14482/in-des.32.02.210.524.
- [3] G. del C. Olvera León, O. Sánchez-Armáss Cappello, O. A. Palacios Rodríguez, S. Y. Medina Orta, y R. E. Armendáriz Zarazua, «La Responsabilidad Social Universitaria y su implementación: una revisión panorámica», Emerging Trends in Education, vol. 4, n.o 8, pp. 107-124, ene. 2022, doi: 10.19136/etie.a4n8A.4756.
- [4] L. M. Ibarra Uribe, C. D. Fonseca Bautista, y R. Santiago García, «La responsabilidad social universitaria. Misión e impactos sociales», Sinéctica, Revista Electrónica de Educación, n.o 54, pp. 1-18, ene. 2020, doi: 10.31391/S2007-7033(2020)0054-011.
- [5] L. Lucirene Rangel, M. A. Bocanegra Noriega, A. Garza Arroyo, y M. L. Ochoa Hernández, «Responsabilidad social universitaria y satisfacción estudiantil. Un análisis SEM de segundo orden», vol. 25, pp. 1-22, dic. 2024.
- [6] E. Acosta-Lewis, «Institutional Image: A Case Study of George Mason University», Kappa Delta Pi Record, vol. 27, n.o 2, pp. 63-64, ene. 1991, doi: 10.1080/00228958.1991.10531845.
- [7] N. Azoury, L. Daou, y C. EL Khoury, «University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools», International Strategic Management Review, vol. 2, n.o 1, pp. 1-8, jun. 2014, doi: 10.1016/j.ism.2014.07.001.
- [8] I. Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración , Sistema edición. McGraw Hill Interamericana, 1999.
- [9] Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Estatuto. Lima - Perú, 2016.
- [10] Congreso de la Republica del Perú, Ley Universitaria N° 30220. 2014. Accedido: 6 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.minedu.gob.pe>
- [11] Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, «Licenciamiento Institucional ». Accedido: 6 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.sunedu.gob.pe>
- [12] Corporación PARTICIPA y Fundación AVINA, «Proyecto Universidad Construye País: Responsabilidad Social Universitaria», 2004. Accedido: 6 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: [https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20210713/20210713130254/ucp\\_2004.pdf](https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20210713/20210713130254/ucp_2004.pdf)
- [13] F. Vallaey, La responsabilidad social universitaria: Propuesta para una universidad latinoamericana. Lima: Universidad del Pacífico, 2004. Accedido: 6 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.rsuniversitaria.org>
- [14] F. Vallaey, «Responsabilidad Social Universitaria», 2004. Accedido: 22 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://repositorio.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/89e91518-ef25-40f4-a04f-38b3e1cebdc/content>
- [15] H. Alves y M. Raposo, «The influence of university image on student behaviour», International Journal of Educational Management, vol. 24, n.o 1, pp. 73-85, ene. 2010, doi: 10.1108/09513541011013060.
- [16] R. I. Bravo Herrera y E. Damian Nuñez, «Clima laboral y percepción de la imagen institucional», vol. 10, dic. 2021.
- [17] M. Vílchez Ordoñez y K. Sánchez Davila, «Gestión por procesos e imagen institucional: en busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos», Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria, vol. 5, n.o 4, pp. 6444-6468, ago. 2021, doi: 10.37811/cl\_rcm.v5i4.778.
- [18] J. Villafañe Gallego, La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide, 1999.
- [19] V. Guerra y P. Arends, «Medición de la Imagen Institucional de un Postgrado Universitario», Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, vol. I, pp. 10-20, dic. 2009, Accedido: 22 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215016873003>
- [20] C. y M. Pasos para elaborar proyectos de investigación científica : Cuantitativa, Valderrama Mendoza, Santiago, (2a ed.). San Marcos, 2014. Accedido: 16 de septiembre de 2025. [En línea]. Disponible en: [https://sisbiblio.unah.edu.pe/opac\\_css/index.php?lvl=notice\\_display&id=62](https://sisbiblio.unah.edu.pe/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=62)
- [21] A. E. Canahuire Montufar, F. Endara Mamani, y E. A. . Morante Rios, ¿Cómo hacer una tesis universitaria? Cusco: Colorgraf S.R.L., 2015.
- [22] S. Suranta y R. Rahmawati, «The role of higher education image and service quality on the effect of university social responsibility (USR) on student loyalty in Indonesia», Journal of Applied Research in Higher Education, vol. 16, n.o 2, pp. 378-390, mar. 2024, doi: 10.1108/JARHE-11-2022-0338.
- [23] R. Gaete Quezada y J. Álvarez Rodríguez, «Responsabilidad social universitaria en Latinoamérica. Los casos de URSSULA y AUSJAL», Actualidades Investigativas en Educación, vol. 19, n.o 3, ago. 2019, doi: 10.15517/iae.v19i3.38637.
- [24] A. K. Artadi Gardella, «Responsabilidad Social Universitaria y su relación con la Imagen Institucional desde el punto de vista de los alumnos de la facultad de comunicaciones en dos universidades privadas de Lima Sur, 2024», Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas- Escuela de Posgrado, 2025. Accedido: 23 de octubre de 2025. [En línea]. Disponible en: [https://repositorio-academico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/684884/Artadi\\_GA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio-academico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/684884/Artadi_GA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- [25] E. A. Quispez Herrera, «Estrategias de comunicación sostenible en la responsabilidad social universitaria: impacto en la imagen institucional», vol. 6, pp. 571-585, jun. 2025.