



UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO

ESCUELA DE POSTGRADO

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA EN LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO, 2018

Tesis para optar el Grado de Maestro
en Comunicación y Desarrollo

Mención: Comunicación Organizacional y Desarrollo Social

ERNESTO FILOMENO NARVAEZ POMIANO

Asesor: **Dr. RUDECINDO ALBINO PENADILLO LIRIO**

Huaraz – Ancash - Perú

2021

N° de Registro: T0802



FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

1. Datos del autor:

Apellidos y Nombres: _____

Código de alumno: _____ Teléfono: _____

E-mail: _____ D.N.I. n°: _____

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Tipo de trabajo de Investigación:

Tesis

Trabajo de Investigación

Trabajo Académico

3. Trabajo de Investigación para optar el grado de:

4. Título del trabajo de Investigación:

5. Escuela: _____

6. Programas: _____

7. Asesor:

Apellidos y nombres _____ D.N.I n°: _____

E-mail: _____ ID ORCID: _____

8. Referencia bibliográfica: _____

9. Tipo de acceso al Documento:

Acceso público* al contenido completo. Acceso

restringido** al contenido completo

Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:



10. Originalidad del archivo digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Ernesto F. Narváez Pomiano
DNI N° 31612747

Firma del autor

11. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA”.


12. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:




Varillas William Eduardo
Asistente en Informática y Sistemas
- UNASAM -

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.



UNIVERSIDAD NACIONAL
"SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO"
ESCUELA DE POSTGRADO

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

Los miembros del Jurado de Sustentación de Tesis, que suscriben, reunidos en acto público en el Auditorio de la Escuela de Postgrado, de la Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo" para calificar la Tesis presentada por el:

Bachiller : **ERNESTO FILOMENO NARVAEZ POMIANO**

Título : **"COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA EN LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO, 2018"**

Después de haber escuchado la sustentación, las respuestas a las preguntas y observaciones finales, la declaramos:

Apto, con el calificativo de dieciséis (16)

De conformidad al Reglamento General a la Escuela de Postgrado y al Reglamento de Normas y Procedimientos para optar los Grados Académicos de Maestro y Doctor, queda en condición de ser aprobado por el Consejo de la Escuela de Postgrado y recibir el Grado Académico de Maestro en **COMUNICACIÓN Y DESARROLLO** con Mención en **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO SOCIAL** a otorgarse por el Honorable Consejo Universitario de la UNASAM.

Huaraz, 23 de noviembre del 2021


Dr. Guillermo Jacinto Gomero Camones
PRESIDENTE


Mag. Edgar Reynaldo Meña Sanchez
SECRETARIO



Mag. María Angélica Mendez Espinoza
VOCAL


Dr. Rudecindo Albino Penadillo Lirio
Asesor

MIEMBROS DEL JURADO

Doctor Guillermo Gomero Camones

Presidente



Magister Edgar Reinaldo Mena Sánchez

Secretario



Magister Maria Angélica Méndez Espinoza

Vocal



ASESOR

Doctor Rudecindo Albino Penadillo Lirio



AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, por secundar mi perfeccionamiento académico.
- A mi asesor, por las horas de trabajo y empeño ofrecidas.
- A mi esposa, hijos y nietos, por estimular mí trabajo.

DEDICATORIA

A Dios,
a Ernesto, Julia y Ángel,
que desde el cielo guían mis pasos.

ÍNDICE

| | |
|---|--------------|
| Resumen..... | x |
| Abstract..... | xi |
| INTRODUCCIÓN | 1-2 |
| Capítulo I | |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 3-13 |
| 1.1. Planteamiento y formulación del problema | 3 |
| 1.2. Objetivos | 9 |
| 1.3. Justificación..... | 10 |
| 1.4. Delimitación..... | 13 |
| 1.5. Ética de la investigación | 13 |
| Capítulo II | |
| MARCO TEÓRICO..... | 14-48 |
| 2.1. Antecedentes de Investigación..... | 14 |
| 2.2. Bases teóricas | 21 |
| 2.2.1. La Ley N° 30220 | 21 |
| 2.2.2. Comunicación estratégica | 23 |
| 2.2.3. Responsabilidad social universitaria..... | 30 |
| 2.3. Definición de términos..... | 39 |
| 2.4. Hipótesis..... | 43 |
| 2.5. Variables..... | 44 |
| Capítulo III | |
| METODOLOGÍA | 49-53 |
| 3.1. Tipo de investigación | 49 |
| 3.2. Diseño de investigación..... | 50 |
| 3.3. Población y muestra | 50 |

| | |
|--|---------|
| 3.3. Técnicas e Instrumento(s) de recolección de datos | 51 |
| 3.4. Plan de procesamiento y análisis de datos..... | 52 |
| Capítulo IV | |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 54-97 |
| 4.1.Presentación de Resultados | 54 |
| 4.2.Prueba de hipótesis..... | 88 |
| 4.2.Discusión de resultados..... | 88 |
| Conclusiones | 98-99 |
| Recomendaciones..... | 100 |
| Referencias bibliográficas..... | 101-104 |
| Anexos | 105 |



Índice de figuras y tablas

| | |
|---|----|
| Figura 1: Fomento de talleres y actividades de RSU..... | 55 |
| Figura 2: Pertinencia en RSU. | 56 |
| Figura 3: Seguimiento y monitoreo. | 57 |
| Figura 4: Materiales para la generación de conocimiento. | 58 |
| Figura 5: Evidencias para la conceptualización..... | 59 |
| Figura 6: Incidencia de la política institucional..... | 60 |
| Figura 7: Respeto a las funciones y roles sociales..... | 61 |
| Figura 8: Procesos formativos y de investigación. | 62 |
| Figura 9: Equidad de género..... | 63 |
| Figura 10: Campus universitario equipado..... | 64 |
| Figura 11: Sistema de gestión y política ambiental. | 65 |
| Figura 12: Integración de la RSU. | 66 |
| Figura 13: Proyectos sociales vinculados. | 67 |
| Figura 14: Perfil profesional..... | 68 |
| Figura 15: Investigación inter y transdisciplinaria. | 69 |
| Figura 16: Metodología de investigación. | 70 |
| Figura 17: Desarrollo e innovación. | 71 |
| Figura 18: Procesos de articulación..... | 72 |
| Figura 19: Rol social de la universidad. | 73 |
| Figura 20: Oportunidades de desarrollo profesional y personal..... | 74 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Resumen de procesamiento de casos | 52 |
| Tabla 2: Estadística de fiabilidad | 53 |
| Tabla 3: Chi cuadrado | 78 |
| Tabla 4: Coeficiente de contingencia..... | 79 |
| Tabla 5: Chi cuadrado | 80 |
| Tabla 6: Coeficiente de contingencia..... | 81 |
| Tabla 7: Chi cuadrado | 82 |
| Tabla 8: Coeficiente de contingencia..... | 83 |
| Tabla 9: Chi cuadrado | 84 |
| Tabla 10: Coeficiente de contingencia..... | 85 |
| Tabla 11: Chi cuadrado | 86 |
| Tabla 12: Coeficiente de contingencia..... | 87 |

RESUMEN

El propósito fundamental de la investigación es analizar la correlación entre la comunicación estratégica y la responsabilidad social universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018. El abordaje teórico responde a los aportes de Massoni (2011), la comunicación estratégica responde a cuatro dimensiones: informativa, ideológica, sociocultural e interaccional, mientras que Vallaey (2007) considera los cuatro ejes que soportan el concepto de RSU: gestión organizacional, formación, cognición y participación social.

El tipo de investigación es correlacional de diseño transaccional causal. La muestra de estudio estuvo conformada por 78 docentes de la FCSEC; la técnica utilizada fue la observación y el instrumento la ficha de observación sistemática. Asimismo, se presenta en detalle el procesamiento y análisis de los datos utilizando la prueba del Alpha de Cronbrach que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida.

Finalmente, se concluye que en la Facultad, existe una relación significativa entre la Comunicación Estratégica y la Responsabilidad Social Universitaria; donde un Plan de Comunicación Estratégica, considere una serie de actividades de las funciones comunicativas estratégicas sobre temas de responsabilidad social como: la aplicación de talleres de lineamientos de gestión, producción y difusión de materiales comunicacionales, actividades de sensibilización para la inclusión de la Responsabilidad Social en la gestión de los impactos de la universidad.

Palabras clave: Comunicación Estratégica, responsabilidad social universitaria, dimensión interaccional, dimensión informativa, dimensión ideológica y dimensión sociocultural.

ABSTRACT

The fundamental purpose of the research is to analyze the correlation between strategic communication and university social responsibility in the Faculty of Social Sciences, Education and Communication, of the National University Santiago Antúnez de Mayolo, 2018. The theoretical approach responds to the contributions de Massoni (2011), strategic communication responds to four dimensions: informational, ideological, sociocultural and interactional, while Vallaey (2007) considers the four axes that support the concept of USR: organizational management, training, cognition and social participation.

The type of investigation is correlational of causal transactional design. The study sample consisted of 78 teachers from the FCSEC; the technique used was observation and the instrument was the systematic observation record. Likewise, the processing and analysis of the data using the Cronbrach Alpha test is presented in detail, which is used to measure the reliability of a measurement scale.

Finally, it is concluded that in the Faculty, there is a significant relationship between Strategic Communication and University Social Responsibility; where a Strategic Communication Plan considers a series of activities of the strategic communication functions on social responsibility issues such as: the application of management guidelines workshops, production and dissemination of communication materials, awareness activities for the inclusion of Social Responsibility in managing the impacts of the university.

Key Words: Strategic Communication, university social responsibility, interactional dimension, informational dimension, ideological dimension and sociocultural dimension.

INTRODUCCIÓN

La comunicación estratégica actualmente es fundamental para las instituciones públicas y privadas, la cual se relaciona significativamente con la responsabilidad social universitaria. En ese sentido, a raíz de la promulgación de la Ley Universitaria N° 30220, las universidades a nivel nacional han implementado políticas de responsabilidad social universitaria como enfoque transversal en la gestión organizacional, formación profesional, cognición (investigación) y la participación social. A partir de las acciones de comunicación estratégica como son el trabajo interaccional, informativa, ideológica y sociocultural, se pretende incorporar la mejora de la responsabilidad social universitaria en una institución académica como la UNASAM. Es por ello que el presente trabajo de investigación tiene como propósito determinar la relación entre la comunicación estratégica con la responsabilidad social universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

Asimismo, la presente investigación está organizada en capítulos: Problema de investigación, Marco teórico, Metodología, Resultados y Discusión, Conclusiones, Recomendaciones y Referencias Bibliográficas.

El primero, el capítulo denominado como “Problema de investigación”, se encarga de describir la realidad problemática y es donde se formula el problema a investigar; asimismo, establece los objetivos e hipótesis generales y específicas de la

investigación; además, se definen las variables; finalmente, se muestra el cuadro de operacionalización de variables.

El segundo, el capítulo referido al “Marco teórico”, aborda los antecedentes, investigaciones o estudios previos relacionados a las variables investigadas y se conceptualiza las teorías relacionadas al tema a investigar; además, precisa las variables y la definición de términos de la investigación y la tabla de operacionalización de variables.

El tercero, el capítulo sobre la “Metodología” plantea el tipo de investigación, el diseño de investigación; igualmente, determina la población y la muestra; por otro lado, se definen las técnicas e instrumentos que permiten recolectar datos en referencia a la variable definida, se desarrolla el procesamiento y análisis de datos recolectados, y se ejecuta la prueba de confiabilidad.

El cuarto capítulo, “Resultados y discusión” presenta los resultados obtenidos de la investigación en tablas y gráficos, la interpretación de resultados en contraste al marco teórico, así como de la prueba de hipótesis.

El quinto capítulo, denominado como “Conclusiones y recomendaciones”, presenta los descubrimientos del estudio de acuerdo a los objetivos planteados y las recomendaciones que se puedan proponer como parte del trabajo de investigación de futuras investigaciones.

Finalmente, en el sexto capítulo, referido a las “Referencias bibliográficas”, se consigna las referencias usadas para el desarrollo de la investigación.

Capítulo I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento y formulación del problema

La Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo (UNASAM) es una institución pública peruana, encargada de formar profesionales, generar investigación y desarrollo sostenible. Está ubicada en la ciudad de Huaraz, región Ancash y cuenta con 11 facultades, entre ellas la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación que refiere 90 docentes entre nombrados, contratados, Decano, directores de Departamento, directores de Escuela; además de 11 trabajadores administrativos, quienes secundan la gestión académica y administrativa.

La realidad mundial contemporánea se describe por el proceso de evolución acelerada que afecta las diferentes esferas de actuación de la sociedad, cambios cuyas consecuencias no son aún, cabalmente, entendidas y cuyo análisis es fundamental para comprender una educación superior que responda a las necesidades de este siglo.

Por otro lado, la responsabilidad social inicia con una perspectiva meramente empresarial o corporativa en la década de 1950, sin embargo, en todos los ámbitos se plantea la responsabilidad social, en un plano mucho más amplio, no exclusivo a las empresas, sino a todas las organizaciones públicas, privadas, nacionales, internacionales, a la academia y todos los sectores sociales, independientemente de su naturaleza. Es así que, la responsabilidad social en el ámbito universitario, no es un fenómeno nuevo, sino en construcción que se

viene gestando desde el siglo pasado y que está en proceso de auge y de consolidación.

Las universidades como instituciones de educación superior no pueden quedarse alejadas de la reflexión sobre la Responsabilidad Social, debido a que su espíritu es formar a los futuros profesionales que laborarán en empresas y organizaciones, ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos e impulsar una economía sostenible con el ambiente.

En este escenario, la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, impulsa el nuevo modelo educativo universitario, basado en competencias que estimulan a los estudiantes a descubrir su potencial, capitalizar sus fortalezas mediante el desarrollo de competencias, la superación personal y su compromiso social-ambiental, para que así puedan desempeñarse con integridad en los diferentes ámbitos de su vida y encuentren su crecimiento profesional de servicio a los demás.

Del mismo modo, los vertiginosos cambios que se evidencian en los diferentes campos científicos, inciden en las estructuras curriculares de los programas de enseñanza, orientando el énfasis metodológico hacia la formación basada en competencias, en el desarrollo de habilidades de pensamiento y del trabajo en equipo; donde las formas tradicionales de enseñanza, basadas en la transmisión de saberes y conocimientos se vuelven inoperantes en un contexto de cambio constante, de surgimiento de nuevos procesos cognitivos, nuevas formas de ver, analizar y de enfrentar la realidad; de tal manera que, el elemento fundamental para acceder al conocimiento, sea precisamente dominar los procesos de aprendizaje.

En tanto, la Ley Universitaria N° 30220, en elobj “Artículo 6” (6.2), referido a los “Fines de la universidad”, considera que la Responsabilidad Social debe concretarse en las siguientes dimensiones: académica, de investigación, de servicios de extensión y participación en el desarrollo social, dado que es fin de la universidad peruana: “formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de Responsabilidad Social, de acuerdo con las necesidades del país” (p. 7).

Frente a esta realidad, la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo y, específicamente, la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, evidencia limitaciones en la práctica de comunicación estratégica, pues el personal directivo, docente y administrativo muestra escasa voluntad para impulsar la gestión integral de la identidad en la facultad, y que se asuma el propósito de reunir y sistematizar la existencia de prestigio y credibilidad que la sociedad exige. Además, que el vínculo universidad y organizaciones de su entorno cultural, social y político no es la más armoniosa y positiva desde el punto de vista de la responsabilidad social.

A la fecha más allá de haber establecido la estructura orgánica y funcional en el Manual de Organización y Funciones, y el Reglamento de Organización y Funciones como instrumentos de Gestión de la Universidad, a nivel de las Escuelas y Carreras profesionales se ha hecho muy poco, particularmente en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Ciencias de la Comunicación (FCSEC). En esta se observa algunos avances, pero aún insuficientes si se evalúan desde el punto de vista institucional y organizacional, toda vez que la Responsabilidad Social Universitaria contempla impactos organizacionales,

impactos cognitivos, impactos sociales e impactos educativos. Asimismo, si se revisa el contexto nacional en lo que respecta a la RSU, los que más han sobresalido son las universidades particulares. Como se puede advertir, la información es escasa y falta sensibilizar y socializar la responsabilidad social en la comunidad universitaria.

De otro lado, la implementación de los aspectos teóricos y de los proyectos de Responsabilidad Social Universitaria (RSU, en adelante), deben servir para fortalecer el modelo educativo por competencias, puesto que se trata de vincular a la universidad con las poblaciones vulnerables mediante proyectos de investigación aplicada. Una de las debilidades que se observa es la ausencia de especialistas y, por lo tanto, se convierte en reto su posicionamiento y práctica, pues implica el reto para que la comunidad universitaria logre involucrarse y ser partícipe del desarrollo social sostenible.

Es por ello que, ante un escenario con enormes desafíos y desigualdades que ofrece el mundo, la educación superior, como bien público, tiene un compromiso pendiente y es allí donde articula la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). De esta manera, tiene que ir más allá de ser un conjunto de actividades filantrópicas o benéficas, si no de acuerdo a su misión social y desarrollo de estrategias para vincularse con la comunidad a través de programas de servicio social con énfasis en atención a la educación, salud y alimentación bajo un enfoque formativo, dejando de lado la atención continua y sistemática de la misma.

Actualmente, no se permite lograr buenas actitudes comunicativas referidas al quehacer académico, de cognición o de responsabilidad social; por el contrario,

se evidencia desinterés, apatía y desidia para cumplir con la carga laboral. En tal sentido la comunicación, vista desde el punto pedagógico, no se adecúa a la calidad de los servicios educativos impartidos en la universidad, afectada de forma significativa debido a varios factores relacionados con el buen desarrollo de la comunicación estratégica.

En lo que se refiere a la evidente falta de comunicación estratégica, mejor desarrollo funcional y organizacional en la facultad, como problema central, se ve reflejado en las actitudes, el desinterés por generar trabajos de responsabilidad social de calidad e impacto. En consecuencia, la UNASAM, precisamente la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación (Huaraz), de mantener su pasividad, seguirá postergando su acreditación, descendiendo sus estándares de calidad con respecto a sus servicios formativos, de investigación, de gestión y de extensión.

Por lo planteado, se dejará de rescatar los fundamentos básicos que tiene la comunicación estratégica, ya que se evidencia poco compromiso para conseguir una población académica más predispuesta y con mejor capacidad de asimilar la propuesta institucional que oriente las acciones de integración entre la universidad y la sociedad en el ámbito local, nacional e internacional para la creación, transmisión e intercambio de conocimientos que permitan la construcción de una sociedad más solidaria, equitativa y sobre todo sostenible.

Entonces, por los argumentos expuestos, es necesario que se describa la mayor cantidad de factores que determinan la falta de comunicación estratégica para asumir el reto de mejorar el sentido de vinculación con la sociedad e impulsar el desarrollo humano preservando el ambiente, así como promover una agenda

con mirada compartida sobre el significado de la RSU, y que esta promueva la autorreflexión universitaria en espacios abiertos de aprendizaje mutuo para la mejora continua del desempeño ético de la institución y de su vínculo solidario con la sociedad, pues la RSU responde a la concepción filosófica, pedagógica y social de la universidad y promueve el desarrollo científico, tecnológico, económico, político y cultural; como referente en el desarrollo de habilidades y competencias para la formación integral del ser humano.

Es así que urge orientar las prácticas de responsabilidad social en la universidad, mediante una propuesta acorde con la identidad de la UNASAM y su contexto geográfico. Aquello debe de promover la investigación en materia de responsabilidad social de forma transversal, insertándola en los planes formativos, así como en la difusión y transferencia de experiencias universitarias que aporten soluciones a problemas vinculados con la capacidad de respuesta de la UNASAM a su entorno; para lograr los objetivos de acreditación, calidad académica e internalización.

Desde otra perspectiva, es relevante considerar la RSU en la formulación de investigaciones acción, donde se evidenciará la necesidad de establecer la relación entre los problemas, las necesidades y las expectativas de la población, es decir, formar profesionales que demanda la sociedad; de tal forma que la universidad apueste por un nuevo rol social y moral más allá de asegurar la formación profesional, donde debe ser importante tener un sistema de gestión socialmente responsable y eficaz. Este debe ser concebido desde las características genuinas de la universidad ancashina, institución de educación

superior calificada en formación humanista, producción de conocimientos, es decir, caracterizada por formar profesionales integrales.

1.1.1. Problema general

- ¿Cómo se relaciona la comunicación estratégica con la responsabilidad social universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la dimensión interaccional en la formación de la RSU?
- ¿Qué grado de relación tiene la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU?
- ¿Cómo se relaciona la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU?
- ¿Cómo se relaciona la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Analizar la relación entre la Comunicación Estratégica y la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación de la dimensión interaccional en la formación de la RSU.
- Establecer la relación que tiene la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU.
- Determinar la relación de la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU.
- Establecer la relación de la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU.

1.3. Justificación

La presente investigación está encaminada a demostrar la relación entre la comunicación estratégica y la responsabilidad social, ya que son temas con incipiente y limitada fundamentación teórica-conceptual. Desde esta perspectiva, la comunicación comienza en el interior de una organización con el propósito de proyectarse hacia los públicos externos, lo cual implica gestionar y contar con estrategias que apoyen todos los procesos de la organización. En tanto, la Responsabilidad Social viene ganando presencia y actualidad amparado en la Organización Internacional de Normalización (ISO 26000) diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores públicos como privados, en los países desarrollados y en vías de desarrollo, así como en las economías en transición. La norma ayuda para operar de manera socialmente responsable como la sociedad exige; además, en

el ámbito universitario resalta el concepto de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), como una guía para organizar la gestión universitaria.

En este sentido, la investigación contribuirá al discernimiento científico, porque está desarrollada con fundamento y teorías de expertos para así lograr aportes a la deliberación de las dos variables: Comunicación Estratégica y Responsabilidad Social Universitaria, a través del aporte de estudiosos como Sandra H. Massoni, Haydée Guzmán y Raúl Herrera, en Comunicación Estratégica; mientras que François Vallaëys, lo será en el soporte sobre RSU.

En la investigación se evaluará la relación de la comunicación estratégica con sus dimensiones: interaccional, informativa, ideológica y sociocultural; así como de Responsabilidad Social Universitaria en gestión organizacional, formación, cognición y participación social; aspectos que permitirán reflexionar sobre la importancia que tienen cada una de las variables en la gestión eficiente y eficaz de la facultad.

Asimismo, se incidirá en la teorización y el estudio de la comunicación estratégica, que posibilitará en el comunicador profesional asumir la capacidad de indagar en la dinámica social, para intervenir en la valoración de su dimensión comunicativa. Es decir, crear conciencia en la comunidad universitaria con una adecuada aplicación de la comunicación estratégica en la gestión de la Responsabilidad Social Universitaria, con un enfoque transversal que promueva innovar la gestión de la universidad, asegurando la calidad centrada en el logro de un desempeño profesional competente y comprometido con la democracia, la sostenibilidad y el desarrollo humano.

El Perú debe contar con un sistema educativo articulado en el cual el nivel de educación superior universitario se constituya en líder de la modernización educativa que propulse el desarrollo del país. Para tal efecto, la universidad no puede ser ajena al contexto político nacional en el cual el proceso de acreditación y la mejora de la calidad educativa se encuentran en proceso de mejora continua. Por ello, la comunicación estratégica encaja perfectamente con los objetivos de este proceso para consolidar el concepto de Responsabilidad Social Universitaria, también para promover la autorreflexión universitaria en espacios abiertos de aprendizaje mutuo y la toma de conciencia respecto a la problemática social del entorno geográfico. Igualmente, la sensibilización es también importante para asumir la tarea de cambiar nuestro patrón mental y para pensar en una auténtica universidad comprometida con el cambio y la transformación, articulada a la tarea universitaria a través de las necesidades de la sociedad y el Estado y, particularmente, con las demandas de la región.

Desde su concepción el proyecto fue validado y sometido a evaluación por especialistas y expertos que viabilizaron los aspectos básicos de la investigación. Mientras que el trabajo de campo ha requerido la validación de los instrumentos de investigación. Del mismo modo, ha tenido la asesoría para el desarrollo de la investigación desde su inicio hasta su conclusión, donde en el proceso se ha analizado aspectos fundamentales de cada variable y así determinar que la relación entre la universidad con la sociedad debe ser integral.

1.4. Delimitación

El presente trabajo se realizó con los docentes nombrados y contratados de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

Esta investigación examinó la relación entre la comunicación estratégica y la responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, durante el año 2018. Así, este trabajo analizó cada una de las variables.

1.5. Ética de la investigación

El presente trabajo de investigación no puso en riesgo la vida humana, ni la integridad de las personas; por el contrario, respetó los derechos fundamentales de la persona y mantuvo el compromiso para la preservación del ambiente y el respeto social.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

Montes (2015) en la tesis de Posgrado de la Universidad Rey Juan Carlos, España, titulada “La Responsabilidad Social Universitaria en España: propuesta de un modelo de memoria para su verificación”; concluye que la universidad es una institución con un destacable papel en la sociedad. Su misión educativa le permite acercarse a cientos de alumnos cada año, de ciudadanos, que se forman y crecen en ella. Aquello otorga una gran responsabilidad a la universidad, obligándola a ser ejemplo de buen comportamiento. Entonces, esta debe permanecer al corriente de las necesidades del mercado, de las empresas y de la sociedad, garantizando que la formación que adquieren los alumnos cumpla con los requisitos profesionales y humanos que se espera de ellos. Sin embargo, reconoce también que la RSU es un concepto reciente y con escasa profundización teórica, que propone un derrotero estratégico para contribuir con la excelencia y calidad universitaria.

Por otro lado, nos interesa los resultados de Gaete (2012) en su tesis doctoral por la Universidad de Valladolid, denominada “Responsabilidad Social Universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas”; donde una de las primeras conclusiones, que surgen como resultado del análisis presentado en este trabajo, nos permite afirmar que las instituciones de educación superior en todo

el mundo, en especial las universidades, se enfrentan actualmente a un proceso de cambio social importante que las involucra y que, simultáneamente, coloca en entredicho algunos de los aspectos más importantes de su misión institucional.

Dentro de los aspectos cuestionados, socialmente, se podría mencionar, por ejemplo, la empleabilidad de sus egresados, sus estructuras de gobierno y gestión, la calidad e interés social de su investigación científica, o sus aportes al desarrollo y preservación de la cultura de la sociedad. Asimismo, estas son muestras de los temas en donde las universidades están siendo fuertemente criticadas actualmente por diferentes instancias y sectores de una sociedad que ha cambiado profundamente, sin observar ese mismo nivel de cambios en las instituciones universitarias. Por lo tanto, se debe recuperar el espíritu primigenio de la universidad latinoamericana, orientada al servicio en beneficio de la sociedad.

De otro lado, Wigmore (2016) en su Tesis de Posgrado de la Universidad de Córdoba, Argentina, denominada “La Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU)”;

concluye que se observa un interés por ser socialmente responsable por parte de las instituciones analizadas, sin embargo, son pocas las instituciones que han integrado ese interés en su sistema de gestión, como muestra la falta de identificación de instrumentos de gestión, salvo la consideración de los códigos de conducta o códigos éticos. Ese interés conlleva a que se realizan muchas actividades para dar respuesta a su misión y valores, pero no de forma planificada ni coordinada, sino en muchas ocasiones derivada

de políticas particulares de personas o departamentos, sin tener claro si verdaderamente responde aquello a las expectativas de los grupos de interés.

Lo anterior propuesto nos llama la atención sobre la necesidad de integrar la RSU en los sistemas de gestión, siguiendo las iniciativas internacionales ya existentes. Es así que la responsabilidad social ha dejado de ser únicamente un tema de expertos para pasar a estar presente en la mayor parte de los proyectos y programas de las empresas e instituciones.

A su vez, Tahirih y Vila (2014) en su tesis titulada “Análisis de la Responsabilidad Social Universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el proyecto construcción de viviendas seguras y saludables, para las familias afectadas por el sismo en el Centro Poblado La Garita – Chincha”, subrayan que salir de las aulas y los laboratorios científicos para transferir conocimientos técnicos y tecnológicos, implica contrastar las propuestas académicas con una realidad compleja y dinámica. Este proceso es sumamente enriquecedor y plantea nuevas preguntas que deben volver a las aulas, generar debates creativos, motivar a alumnos y docentes a correr el riesgo de poner sus conocimientos a prueba en el marco de intervenciones reales en poblaciones vulnerables.

También se puede mencionar que el trabajo con seres humanos implica un gran compromiso y responsabilidad que lleva a la dimensión ética a niveles de vida cotidiana y práctica. Sobre lo último queremos enfatizar que toda actividad humana debe desempeñarse lo más conscientemente posible, implicando con ello; por un lado, adoptar una perspectiva organizada con relación a uno mismo y a la realidad en que uno actúa, tratando de considerar que toda interacción es

significativa para la circunstancia a las que se enfrente y; por otro lado, considerar el respeto hacia el “otro” como una de sus partes fundamentales. Este es para las autoras el principal reto del enfoque de RSU, que permite garantizar el compromiso y la participación de la población vulnerable y las instituciones aliadas.

Asimismo, Bruno (2014) en la investigación desarrollada en la PUCP, con el título de “Institucionalización de la Sostenibilidad Ambiental del Campus Universitario desde el Enfoque de Responsabilidad Social Universitaria en la Pontificia Universidad Católica del Perú entre los años 2007 y 2013”, plantea que la incorporación de la función social en las universidades, a partir de la Reforma de Córdova, ha generado el planteamiento de diferentes enfoques de relación universidad-sociedad, los cuales han sido adoptados a lo largo del último siglo en América Latina. Estos enfoques oscilan entre la proyección social, la extensión universitaria y la responsabilidad social universitaria, las cuales reflejan, en orden ascendente, el nivel de articulación entre las funciones universitarias de formación, investigación, relación con la comunidad y gestión institucional. Estas reconocen la necesidad de establecer lineamientos y mejoras a la forma como se viene aplicando el enfoque de RSU en las universidades. En consecuencia, se debe promover un modelo de desarrollo sostenible y de gobernabilidad ciudadana democrática, porque una universidad debe imprimir valores en la sensibilidad de sus egresados.

Igualmente, Baca (2015) en la tesis de posgrado en la Universidad de Sevilla titulada “La Responsabilidad Social Universitaria: Propuesta Conceptual y Medición en el Ámbito de una Universidad Privada de Lima – Perú”, en las

conclusiones, resalta las funciones tradicionales de la universidad (Organización, Investigación, Docencia y Extensión) como áreas clave en la gestión de la RSU, pues producen impactos significativos en la sociedad. Estas áreas tienen contenidos transversales que dirigen su accionar y que provienen de los valores, las políticas y las estrategias de RSU de la alta dirección, los cuales han sido propuestos en la fase de planificación. Entonces, el fin de todo este proceso consiste en mejorar la calidad de vida de la población, minimizar los perjuicios o impactos perniciosos de la universidad y optimizar los beneficios. Sin duda es una importante conclusión de discriminación, pues resalta la trascendencia de la cultura de la responsabilidad social que se debe de promover desde la cátedra e instaurarse en la percepción de los impactos que se generan en la universidad.

Otro importante trabajo empleado es el de Cely (2016), en la Universidad de Huelva, España y en su investigación de posgrado titulada “Responsabilidad Social Universitaria: nueva identidad y compromiso: estudio de caso departamento del Meta, Colombia”. A través de un diseño y una metodología propia estudió el caso de la educación superior, evaluando a 225 estudiantes, 28 egresados, 27 directivo-administrativos y 63 profesores, donde concluye que el tomar conciencia de la Responsabilidad Social Universitaria está en cada una de las personas partiendo de los directivos, y empezando por hacer cambios a nivel interno, asumir el compromiso de trabajar por la gestión de la responsabilidad en la institución y establecer programas que permitan un desarrollo humano con base en las buenas prácticas para los profesores,

administradores y estudiantes. A través de aquello se deduce la importancia de diseñar estrategias con el objetivo de fortalecer el rol de Responsabilidad Social Universitaria, desde las funciones sustantivas de cada miembro de la comunidad universitaria.

De igual forma, Cortés (2012) en su tesis titulada: “Responsabilidad Social Universitaria. Una mirada a la Universidad Nacional de Colombia”, afirma que reflexionar sobre políticas enmarcadas en RSU debe ser algo constante, dinámico y debe partir de un “sistema en evolución” que permita a las universidades cumplir dos grandes metas: adaptarse a los cambios manteniendo su pertinencia y ser la gestora y ejecutora de dichos cambios. Desde esta perspectiva propone a la sociedad el rumbo que debe de tomar y hacer lo posible para que estos cambios se lleven a cabo, incluso si esto se contraponen a las políticas del gobierno de turno o a los intereses de los grandes sectores económicos de la región. En consecuencia, se compromete a la universidad a proponer a la sociedad el rumbo que debe de tomar y que sirva de referencia para quienes están interesados en conocer o profundizar sobre el tema de responsabilidad social universitaria

También Navas (2013) en la investigación denominada como “Análisis de la Responsabilidad Social de las Universidades Públicas del Estado de Lara”, plantea crear proyectos interdisciplinarios integrando a los departamentos y/o decanatos de diversas especializaciones a fin de brindar mayores beneficios a las comunidades, para ello propone trabajar de manera interrelacionada con los departamentos de investigación y los docentes de las diversas especialidades

para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada en la colectividad.

De igual forma, Sánchez (2014) en “Comunicación Estratégica Aplicada a la Organización Deportiva”, entiende a la comunicación desde un marco teórico que interpreta en un sentido estratégico y, en particular, desde la Nueva Teoría Estratégica. Pensarla desde allí significa comprender a la comunicación como un conjunto de procesos continuos y complejos a través de los cuales se configuran las relaciones e interacciones permanentes entre los sujetos, y a la vez en un contexto que se resignifica y modifica. Son estos actores quienes realizan la interpretación permanente y fluida de los escenarios que a su vez ellos mismos están transformando a partir de las tomas de decisiones. Es decir, lejos de una concepción lineal y matemática de la comunicación como transmisión de información, se la interpreta e intenta comprender en el marco de los procesos comunicativos continuos, como una trama relacional en que se negocian los sentidos en múltiples direcciones y dimensiones. En otras palabras, la comunicación es entendida a partir de la observación de las redes de relaciones que se desenvuelven de manera fluida en un contexto en constante transformación.

Del mismo modo, Miranda (2010) en “La Comunicación Estratégica como herramienta para la resolución de conflictos: un estudio de caso”, plantea que la comunicación, a pesar de continuar con su función principal de emisora y receptora de mensajes, actualmente tiene una gran función social, buscando a través del diálogo y de una mayor participación, generar el desarrollo y el cambio social en las comunidades marginadas. Con una mayor y mejor

comunicación las comunidades marginadas pueden avanzar en el desarrollo local. La comunicación también en los tiempos actuales es la acción de quienes buscan un buen posicionamiento en el presente y, principalmente, en el futuro, pues a través de la buena comunicación con su entorno es que va a lograr sus objetivos.

De otro lado, Remigio (2018) en el “Impacto de la comunicación estratégica en la identidad corporativa de las universidades privadas licenciadas de Lima, 2018”, señala que las acciones estratégicas tienen impacto positivo en la identidad de las universidades privadas licenciadas de Lima, 2018. El soporte digital (portal web y redes sociales) que emplean las oficinas de Relaciones Públicas de las universidades tienen un mayor alcance que el soporte físico (periódico institucional y boletines), pues no sólo es consultado por su público interno (estudiantes), sino por todo aquel que tenga acceso y manejo del mundo digital, constituyéndose en un elemento de vital importancia para la construcción de la identidad y posicionamiento de la universidad con sus estudiantes, docentes, trabajadores y público en general.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. La Ley N° 30220

Promulgada en 2014, señala en su capítulo “XIII” que la responsabilidad social universitaria consiste en:

la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de

investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye el impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria (RSU), sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas. (p. 54)

La Ley, en sus artículos 124 y 125, reconoce que la RSU es un deber fundamental de la vida universitaria y que compromete de forma permanente a toda la comunidad. Además, esta misma señala que el enfoque de responsabilidad social se concretiza en los estándares de acreditación, es decir, las universidades públicas que busquen ser acreditadas deberán internalizar la RSU en todos sus procesos, académicos y extra académicos.

Para responder a esta exigencia las universidades necesitan recursos y capacidades transferibles a través de la formación, y que les permitan agilizar el proceso de integración transversal de la visión de responsabilidad social en todas las dimensiones de su quehacer cotidiano. En última instancia, dotar a la universidad de estas habilidades implica reconocer que a través de una actuación socialmente responsable las universidades puedan convertirse en palanca de desarrollo humano y de un futuro sostenible.

2.2.2. Comunicación estratégica

Definir la comunicación es uno de los grandes problemas, pues no existe un consenso sobre su definición, debido a que siempre varía en función de las épocas y autores. Además, la palabra comunicación puede significar muchas cosas y es utilizada de acuerdo a la relación que tiene la misma con lo que quiere decir cada persona.

Sin embargo, se podría decir que comunicar es más que informar. Las dinámicas de comunicación simplemente basadas en dictar órdenes responden a esquemas de organización autoritaria de difícil encaje en las sociedades occidentales. Así, la naturaleza de las empresas es dialógica, lo que hace necesaria una gestión que cumpla el equilibrio de las relaciones con los públicos con modelos de gestión abiertos que se esfuercen en dar respuesta a las expectativas y demandas de esos públicos.

Sobre la comunicación estratégica, Scheinsohn (1993) señala que:

la comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean éstos empresas o cualquier otro sujeto social. La comunicación estratégica es una visión estructural de los procesos comunicacionales, radicalmente opuesta a aquellas posturas mecanicistas y fragmentarias. (p. 115)

De otro lado, según los autores Tironi y Cavallo (2004), la tarea de la Comunicación Estratégica es proyectar la identidad de las organizaciones

en una imagen que suscite confianza en su entorno relevante y en su público objetivo. Dicho de otro modo, la comunicación estratégica actúa para reunir y sistematizar el stock de prestigio y credibilidad que toda organización necesita para alcanzar sus propósitos y enfrentar las tensiones y crisis características de la época actual (p. 27). También definen a la comunicación estratégica como una práctica que emerge con la maduración que experimenta el campo de las comunicaciones en la modernización de las sociedades cuyo objetivo es convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno en una relación armoniosa y positiva desde el punto de sus intereses y objetivos (Tironi y Cavallo, 2004, p.28).

Por su parte, Costa (2009) considera a la comunicación estratégica como la personalidad de la formación específica con una visión holística y con habilidades relacionadas que se trazan en el perfil humano y profesional; por lo tanto, señala que la visión del estratega se materializa en un plan, una planeación global, es decir, coordinada de las decisiones que se toman y cómo se pondrán a la práctica en el tiempo. Una de las características del estratega es la capacidad de previsión, su sentido prospectivo y de imaginar en el medio y largo plazos lo que lo distingue tan claramente de quienes planean acciones puntuales, agresivas y en el corto plazo.

En ese sentido, para Scheinsohn (2009, p. 30) la comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean estos en empresas o en cualquier otro sujeto social. La comunicación estratégica es una visión

estructural de los procesos comunicacionales, radicalmente opuesta a aquellas posturas mecanicistas y fragmentarias. Aquí se intentará integrar todos los temas que conforman el marco de referencia de la comunicación estratégica que se han visto a lo largo de este libro, a través de un modelo de comunicación. La utilidad de un modelo de comunicación reside en que permite transformar al complejo proceso comunicacional en algo inteligible desde una determinada perspectiva, en este caso, desde la perspectiva de la comunicación estratégica.

De otro lado, Duran y Cisneros (2012) consideran que:

la comunicación estratégica debiera ser un elemento fundamental y complementario del quehacer diario de la sociedad civil; una herramienta, una propuesta, una línea de trabajo, una filosofía”.
(p. 40)

Asimismo, Tuñez (2012) subraya que la comunicación como fenómeno social aplicada a las organizaciones provoca un sistema peculiar caracterizado porque entre la organización, como emisor y sus públicos, como audiencia, se produce un intercambio de expresiones que se somete a los procesos de producción y consumo de un servicio convertido en mercancía profesional y que consiste en facilitar, por el intercambio de datos codificados y decodificados por lo actores-agentes sociales y material que compromete a la organización, y que es un universo de objetos de referencia frente al cual los miembros de la organización y de la colectividad social necesitan ajustar sus conductas como agentes y como sujetos con aspiraciones sociales y materiales.

En esa misma línea conceptual, Massoni (2011) enfatiza que la comunicación estratégica es una herramienta que permite un encuentro y debate sociocultural entre varios actores o instituciones, que ayuda a que organizaciones y empresas logren sus objetivos y mejoren su efectividad al momento de deliberar mensajes claves en los medios de comunicación.

Asimismo, Massoni (2011) plantea la comunicación estratégica como un espacio de encuentro de los actores socioculturales. Momento relacionante de la diversidad, pues es estratégica por cuanto es donde ocurre el cambio, la transformación cognitiva de los actores. Implica la participación en tanto acción transformadora común –con otros–, no simétrica y sin pretensiones de completitud.

Además, Massoni señala que para poder considerar a la comunicación como componente estratégico es necesario hacer tres desplazamientos: el primero consiste en pasar de la comunicación como información a la comunicación estratégica; el segundo, de la comunicación al final de la línea de montaje a la comunicación como espacio relacionante de la diversidad sociocultural y; el tercero, de la comunicación como mensaje a transmitir a la comunicación como un problema acerca del cual instalar una conversación que trabaje en la transformación del espacio social que se aborda en una cierta dirección (Massoni, 2007).

Como se observó en el apartado anterior, el concepto de comunicación, una de las variables de este estudio, es el de comunicación estratégica.

Por ello se incorpora el modelo estructurado en cuatro niveles dimensionales de la comunicación que permiten entender los fenómenos

comunicacionales como un problema complejo de la realidad en el que intervienen varios factores socioculturales.

Al mismo tiempo, la comunicación es multidimensional, es decir, que está compuesta por múltiples dimensiones, estas son: informativa, ideológica, sociocultural e interaccional y corresponden a los diferentes paradigmas teóricos de abordaje de la comunicación que, en su desarrollo, abordan a su vez diferentes aspectos de lo real. En este sentido, se reconoce que cada teoría opera distintas dimensiones del fenómeno comunicacional y, al hacerlo, le imprime su racionalidad, su proyecto de comprensión de lo real (Massoni, 2003).

2.2.2.1. Dimensión interaccional

Corresponde al campo de las motivaciones. Asimismo, da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido atravesado por interacciones personales y grupales, y que es necesario conocer para mejorar la efectividad de los mensajes. Aborda a la comunicación como la producción de sentido a partir del vínculo con el otro. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la segmentación, la horizontalidad y la interacción de sujetos (Massoni, 2011).

2.2.2.2. Dimensión informativa

Corresponde al campo de los procesos fácticos y da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad determinada. Así, las teorías que operan en la dimensión informativa describen datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los mensajes y su distribución. También abordan a la comunicación como difusión de mensajes. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la verticalidad y la comunicación operativa (Massoni, 2011).

2.2.2.3. Dimensión ideológica

Pertenece al universo de los discursos y da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supraestructural. Las teorías que operan en la dimensión ideológica describen los mecanismos y dispositivos de alienación y manipulación, las formas con que opera la ideología en la semantización de lo social. Aborda a la comunicación como aparato de reproducción ideológica. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la segmentación, la verticalidad, el denunciismo; características todas de las teorías del Análisis Ideológico (Massoni, 2011, p. 119).

2.2.2.4. Dimensión sociocultural

Corresponde al campo de la comunicación como articulación social, como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos. Da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural. Concierno al campo de lo fluido. De esta forma, las teorías que operan en esta dimensión describen a las mediaciones socioculturales como dispositivos articuladores de lógicas. Aborda a la comunicación como espacio de construcción de la dinámica social, la cotidianeidad de la producción de sentido. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque lo son la heterogeneidad, la multiplicidad, las redes y la comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico (Massoni, 2011, p. 120).

Así mismo, cada una de las dimensiones de la comunicación se corresponde con ciertas marcas de racionalidad comunicacional, las más típicas se muestran en el siguiente cuadro:

| Dimensiones de la comunicación | Procesos típicos e implicancias |
|---------------------------------------|--|
| Dimensión interaccional | Proceso comunicacional de interacción con otros. |

| | |
|---|--|
| | Aporta al empoderamiento. |
| Dimensión informativa | Proceso comunicacional centrado en el registro de cómo opera el dato. Aporta a la transferencia. |
| Dimensión ideológica | Proceso comunicacional que aporta a la motivación. “Darse cuenta”. |
| Dimensión comunicacional / sociocultural | Acciones y sentidos compartidos con otros. Pone en marcha transformaciones en torno a problemas situados. Incluye a la sensibilización, a la información, a la participación y a otros procesos compartidos con otros. |

Cuadro 1. Dimensiones de la comunicación y Marcas de racionalidad comunicacional.

Fuente: Massoni, 2013, p. 66.

2.2.3. Responsabilidad social universitaria

La Ley Universitaria 30220 muestra la existencia de artículos muy puntuales que hacen notar la importancia del cumplimiento de la responsabilidad social. En el artículo 1° de esta ley, por ejemplo, se establece que el objeto de la ley es el de promover “el mejoramiento continuo de la calidad educativa de las instituciones universitarias como

entes fundamentales del desarrollo nacional, de la investigación y de la cultura” (p. 5).

Esta afirmación reconoce a las universidades peruanas como entidades que tienen una gran responsabilidad para con el país, ya que por medio de la promoción de la investigación son artífices para contribuir con el mejoramiento del nivel intelectual de la sociedad.

En tal sentido hace referencia a que las universidades deben promover el diálogo y desarrollar sus programas educativos de acuerdo con las necesidades y la realidad del entorno social a las que pertenecen para que la población beneficiada se sienta identificada plenamente con estas instituciones. De alguna manera la integración entre universidades y su comunidad contribuye al fortalecimiento del prestigio porque al ser aceptadas por la población se tendrán estudiantes, docentes y personal administrativo más comprometido con la investigación y la búsqueda de soluciones que la sociedad requiera suplir.

Por otro lado, algunos autores ven a la RSU como una forma de establecer el papel de la universidad del siglo XXI (Jiménez, 2008). Aparte de los principios de transparencia, de rendición de cuentas (accountability) y de codecisión, la RSU aporta objetivos y tareas para liderar los cambios necesarios que permitan alcanzar una mejor sociedad, equitativa y justa (p. 139-161).

De esta manera, se entiende a la Responsabilidad Social Universitaria como la capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en

práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos considerados claves en la universidad, como son la gestión, la docencia, la investigación y la extensión universitaria.

Por su parte, Howard Bowen (1953) considera que podemos definir a la responsabilidad social universitaria como:

las obligaciones de los gestores universitarios para impulsar políticas institucionales para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad. (p. 111)

Por otro lado, Chomsky (2002) plantea que “la RSU, como se entiende actualmente, es una función libertadora y subversiva que permita a la sociedad discriminar si las actuales instituciones del orden, autoridad y dominio son útiles en términos de derechos y necesidades humanas fundamentales” (p.15). Por su parte, Martí (2010, p. 70) enfoca el fortalecimiento de la responsabilidad social universitaria desde la perspectiva psicológica, en razón a que está estrechamente relacionada con la adquisición y desarrollo del comportamiento socialmente responsable por parte de los estudiantes, como finalidad de la Educación Superior de formar personas responsables.

También Vallaey (2007) sobre la RSU subraya que aquella es:

una política de gestión de la calidad ética de la Universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia,

investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia y la participación dialógica de toda la comunidad universitaria (autoridades, estudiantes, docentes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario y necesitados de él, para la transformación efectiva de la sociedad hacia la solución de sus problemas de exclusión, inequidad y sostenibilidad” (p. 11).

Asimismo, Gómez, De Pelakais y Tirado (2009) consideran que el tema de la responsabilidad social en las universidades se ha ido asumiendo con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando ha ido relacionándose con los intereses institucionales y con los del personal que ahí labora, tomando como base el interés en la transformación docente como líder proactivo, capaz de generar conocimiento y tomando en cuenta su rol de orientador.

Considerando la naturaleza de la investigación, y el sustento con conceptos básicos del Modelo URSULA, Vallayes (2020) define a la responsabilidad social universitaria como la incidencia de la universidad en la sociedad y en su entorno que genera a través de una gestión ética eficiente de sus procesos administrativos y funciones académicas sustantivas a fin de participar junto con los demás actores de su territorio de influencia en el impulso de ciudadanos justos, pero sobre todo con visión sostenible. Asimismo, refiere que los impactos positivos y negativos que genera la universidad se pueden enmarcar en cuatro

ámbitos y que a su vez le permite tener un claro espacio de su desarrollo:

- 1) Impactos de funcionamiento organizacional, impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil;
- 2) Impactos educativos: impactos directamente relacionados con la formación profesional, deontología, ética profesional de cada disciplina y su rol social;
- 3) Impactos cognitivos y epistemológicos, impactos producidos por la producción intelectual del saber y las tecnologías;
- 4) Impactos sociales, impactos sobre la sociedad y su desarrollo económico, social, político y ambiental.

Además, plantea el Enfoque heurístico puede alcanzar la excelencia desde la solución de problemas sociales. Esta es una propuesta de gestión socialmente responsable, es decir, con un enfoque basado en articular todas las funciones sustantivas alrededor del propósito de solucionar problemas: al trabajar en ser innovadora social, tanto a nivel interno del campus responsable como a nivel externo como agente de desarrollo para los ODS, la IES cumple mejor con sus funciones sustantivas de formación, cognición y participación social, gracias a una gestión socialmente responsable, y logra así la excelencia académica y científica (Vallaey, 2020).

2.2.3.1. Gestión organizacional

Tiene que ver con lograr una cultura laboral armónica para el desarrollo eficaz y eficiente de los fines educativos y cognitivos, con sinergia y creatividad entre los miembros de la comunidad universitaria para enfrentar y resolver los impactos negativos y

problemas generados por la coexistencia institucional, así como la equidad de género en los puestos directivos. Lograr un campus ambientalmente responsable en todas sus dimensiones, gracias al monitoreo de la huella ecológica, la búsqueda de soluciones creativas para mejorarla y la capacitación del personal en temas de gestión ecológica de la institución. Por otra parte, la ética, transparencia e inclusión. Lograr un buen gobierno institucional para la toma de decisiones participativas y consensuadas, así como la inclusión de personal con habilidades especiales y una gestión ética y transparente de los recursos, propiciando una ejemplaridad gerencial para la formación integral y ética del estudiantado (Vallaey, 2020, p. 63).

2.2.3.2. Formación

Vallaey (2007) considera una política de Formación académica socialmente responsable que permita lograr un perfil del egresado como profesional con aptitudes de solidaridad y responsabilidad social y ambiental en el marco de una verdadera formación integral e íntegra. De esta manera, las organizaciones impactan directo sobre la formación de sus empleados y quienes los rodean, su manera de entender e interpretar el mundo a través de su rol social.

Asimismo, Vallaey (2020) considera algunos aspectos importantes:

Aprendizaje basado en desafíos sociales. Lograr que parte de la formación profesional se brinde a través de metodologías basadas en la solución de problemas sociales reales, a fin de que el estudiantado aprenda su especialidad en situaciones de colaboración activa para el bienestar social y el desarrollo sostenible.

Inclusión curricular de los ODS. Lograr que los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 se integren a las enseñanzas obligatorias de todas las carreras, en los cursos idóneos, de modo transversal, para la formación integral ciudadana del estudiantado.

Mallas diseñadas con actores externos. Lograr que actores externos e interesados en el buen desempeño de los profesionales egresados de la IES puedan participar en el rediseño regular de los programas curriculares para asegurar la pertinencia social de la formación (Vallaey, 2020, p.64)

2.2.3.3. Cognición

Tiene que ver con orientar la producción del saber y las tecnologías, pues estas influyen en la definición de lo que se denomina socialmente como verdad, ciencia, racionalidad, legitimidad, utilidad, enseñanza, etc. Asimismo, incentiva (o no) la fragmentación y separación de los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos de cada especialidad. También

articula la relación entre tecnología y sociedad, posibilitando (o no) el control social de la ciencia. Además, genera actitudes como el elitismo científico, la expertocracia o al contrario promueve la democratización de la ciencia. Finalmente, influye sobre la definición y selección de los problemas de la agenda científica (Vallaey, 2007).

De otro lado, son también importantes la inter y transdisciplinariedad para lograr que los académicos superen un enfoque estrictamente disciplinario para poder abordar los problemas sociales que siempre son complejos y sepan hacer dialogar todos los saberes académicos y no-académicos en la construcción cognitiva (Vallaey, 2020).

Igualmente, es vital la investigación en y con la comunidad, pues aquello posibilita lograr introducir metodologías participativas y transdisciplinarias de investigación, involucrando actores externos en la construcción de conocimientos para que la investigación sea socialmente pertinente.

De otro lado, la producción y difusión pública de conocimientos puede ayudar a lograr que los conocimientos que sean útiles a la solución de problemas sociales sean difundidos hacia los públicos que los necesitan, utilizando los medios y canales adecuados a diversos tipos de poblaciones, para lograr impacto social de la investigación (Vallaey, 2020, p.65)

2.2.3.4. Participación social

Es importante un modelo de universidad amparado en una serie de principios y valores éticos, sociales y medioambientales, donde se asuma el reto de impartirlos y defenderlos entre todos sus grupos de interés, poniendo en práctica políticas de búsqueda de la calidad y de la excelencia, gestión eficiente y participativa, mérito y capacidad, igualdad de oportunidades y no discriminación, atención a las personas con discapacidades y necesidades educativas especiales, equidad de género, transparencia y rendición de cuentas que permita la evaluación de resultados, la conciliación de la vida laboral y familiar, el respeto al medio ambiente, etc. (Abril, 2010, p. 144).

De otro lado, Vallaes (2020) nos refiere sobre la Integración de la proyección social con la formación y la investigación. Aquella permite articular estrechamente las tres funciones sustantivas de formación, investigación y extensión, de tal modo que los proyectos sociales emprendidos tengan una triple utilidad y puedan lograr pleno respaldo institucional.

Asimismo, también ayudan los Proyectos cocreados, duraderos y de impacto. Estos logran que los proyectos sociales emprendidos con comunidades externas sean co-construidos, con base en convenios de cooperación duraderos, alcanzando impactos positivos significativos, evitando asistencialismo, paternalismo y dispersión.

De otro lado, importa también la Participación en la agenda de desarrollo local, nacional e internacional, pues permite lograr que la Universidad sea un actor clave de desarrollo territorial y un promotor de transformación social a nivel local, nacional e internacional, gracias a sus alianzas estratégicas (Vallaes, 2020, p. 66)

2.3. Definición de términos

2.3.1. Comunicación estratégica

Sobre la comunicación estratégica, Scheinsohn (1993) señala que:

la comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean éstos empresas o cualquier otro sujeto social. La comunicación estratégica es una visión estructural de los procesos comunicacionales, radicalmente opuesta a aquellas posturas mecanicistas y fragmentarias. (p. 115)

2.3.2. Dimensión interaccional

Massoni (2011, p. 85) sostiene que esta corresponde al campo de las motivaciones, pues da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido atravesado por interacciones personales y grupales que es necesario conocer para mejorar la efectividad de los mensajes. Aborda a la comunicación como la producción de sentido a partir del

vínculo con el otro. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la segmentación, la horizontalidad y la interacción de sujetos.

2.3.3. Dimensión informativa

Corresponde al campo de los procesos fácticos y da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad determinada. De esta manera, las teorías que operan en la dimensión informativa describen datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los mensajes y su distribución. Abordan a la comunicación como difusión de mensajes. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la verticalidad y la comunicación operativa (Massoni, 2011).

2.3.4. Dimensión ideológica

Conciernen al universo de los discursos y da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supraestructural. Las teorías que operan en la dimensión ideológica describen los mecanismos y dispositivos de alienación y manipulación, las formas con que opera la ideología en la semantización de lo social. También aborda a la comunicación como aparato de reproducción ideológica. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, la segmentación, la verticalidad y el denunciismo (Massoni 2011, p. 119).

2.3.5. Dimensión sociocultural

Obedece al campo de la comunicación como articulación social y como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos. De otro lado, da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural. Corresponde al campo de lo fluido. Las teorías que operan en esta dimensión describen a las mediaciones socioculturales como dispositivos articuladores de lógicas. Aborda a la comunicación como espacio de construcción de la dinámica social, la cotidianeidad de la producción de sentido. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la heterogeneidad, multiplicidad, redes y la comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico (Massoni, 2011, p. 120).

2.3.6. Responsabilidad social universitaria

Sobre la Responsabilidad social universitaria, Vallaeys (2007) señala que esta es:

una política de gestión de la calidad ética de la Universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia, investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia y la participación dialógica de toda la comunidad universitaria (autoridades, estudiantes, docentes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en

el buen desempeño universitario y necesidades de él, para la transformación efectiva de la sociedad hacia la solución de sus problemas de exclusión, inequidad y sostenibilidad. (p. 11)

2.3.7. Gestión organizacional

Refiere al buen clima laboral que permite lograr una cultura laboral armónica para el desarrollo eficaz y eficiente de los fines educativos y cognitivos, con sinergia y creatividad entre los miembros de la comunidad universitaria para enfrentar y resolver los impactos negativos y problemas generados por la coexistencia institucional, así como la equidad de género en los puestos directivos (Vallaey, 2020, p. 63).

2.3.8. Formación

Vallaey (2007, p. 109) considera a esta como una política de formación académica socialmente responsable, que permita lograr un perfil del egresado como profesional con aptitudes de solidaridad, responsabilidad social y ambiental, en el marco de una verdadera formación integral e íntegra. Las organizaciones impactan directo sobre la formación de sus empleados y quienes los rodean, su manera de entender e interpretar el mundo

2.3.9. Cognición

Permite orientar la producción del saber y las tecnologías, influye en la definición de lo que se llama socialmente verdad, ciencia, racionalidad, legitimidad, utilidad, enseñanza, etc., e incentiva (o no) la fragmentación y separación de los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos

de cada especialidad. Asimismo, articula la relación entre tecnología y sociedad, posibilitando (o no) el control social de la ciencia. De otro lado, genera actitudes como el elitismo científico, la expertocracia o, al contrario, promueve la democratización de la ciencia. Finalmente, influye sobre la definición y selección de los problemas de la agenda científica (Vallaey, 2007, p. 123).

2.3.10. Participación social

Posibilita un modelo de universidad amparado en una serie de principios y valores éticos, sociales y medioambientales. En este sentido se asume el reto de impartirlos y defenderlos entre todos los grupos de interés, poniendo en práctica políticas de búsqueda de la calidad y de la excelencia, gestión eficiente y participativa, mérito y capacidad, igualdad de oportunidades y no discriminación, atención a las personas con discapacidades y necesidades educativas especiales, equidad de género, transparencia y rendición de cuentas que permita la evaluación de los resultados, la conciliación de la vida laboral y familiar, el respeto al medio ambiente, etc. (Abril, 2010, p. 144).

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

- La Comunicación Estratégica se relaciona significativamente con la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

- El proceso comunicativo ideológico se relaciona significativamente con la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.
- La dimensión informativa se relaciona significativamente con el nivel cognoscitivo de la sostenibilidad social.
- El proceso sociocultural se relaciona significativamente con la interacción con los actores sociales universitarios.
- El proceso comunicativo como fenómeno social de articulación se relaciona con la gestión ambiental universitaria.

2.5. Variables

2.5.1. Variable 1:

Comunicación Estratégica

2.5.2. Variable 2:

Responsabilidad Social Universitaria

2.6. Operacionalización de variables

| VARIABLES | Definición conceptual | Definición operacional | | Recolección de datos | |
|---|---|--|--|-----------------------------|----------------------------------|
| | | Dimensiones | Indicadores | Técnicas | Instrumentos |
| V. Comunicación estratégica | Tironi y Cavalo (2004): “comunicación estratégica debe entenderse como una nueva visión del rol de la comunicación, tanto dentro de la organización como en las interrelaciones entre la organización y su entorno, ya que es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente | Dimensión interaccional Dimensión informativa | <ul style="list-style-type: none"> • Reunión • Taller • Entrenamiento • Disertación • Seguimiento de Medios • Materiales gráficos e impresos | Observación Encuesta | Ficha de observación sistemática |

| | | | | | |
|---|--|--------------------------------|---|-------------------------|----------------------------------|
| | como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.” | | <ul style="list-style-type: none"> • Materiales multimedia y digitales. | | |
| | | Dimensión ideológica | <ul style="list-style-type: none"> • Conceptualización. • Discurso. | | |
| | | Dimensión sociocultural | <ul style="list-style-type: none"> • Estructura mítica. • Estereotipo sociocultural. | | |
| V. | Francoys (2008): | Gestión Organizacional | <ul style="list-style-type: none"> • Clima laboral. • Campus ecológico. • Ética y transparencia. | Observación Encuesta | Ficha de observación sistemática |
| Responsabilidad Social Universitaria | Es una política de mejora continua de la Universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante 4 | | | | |

procesos: Gestión ética y ambiental de la institución; Formación de ciudadanos responsables y solidarios; Producción y Difusión de conocimientos socialmente pertinentes; Participación social en la promoción de un Desarrollo más humano y sostenible.

Formación

Cognición

- Aprendizaje basado en PS.
- Inclusión curricular de ODS.
- Mallas diseñadas con actores externos.
- Inter y transdisciplinariedad
- Investigación en y con la comunidad.
- Producción y difusión de conocimientos.



Participación social

- Integración de la Proyección social con la formación e investigación.
- Proyectos co-creados, duraderos y de impacto.
- Participación en la agenda local y regional.

Fuente: Elaboración propia.



Capítulo III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de Investigación

La investigación es correlacional, pues se estudia el grado de relación existente entre la variable: Comunicación Estratégica y la variable: Responsabilidad Social Universitaria. Investigación básica, puesto que se producirá conocimientos y teorías sobre el problema de investigación.

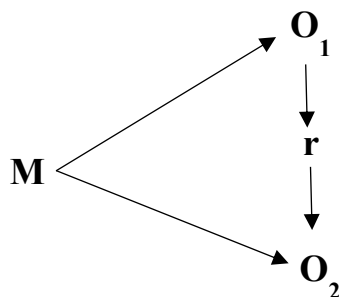
La investigación correlacional busca identificar probables relaciones entre variables medidas. El término “variable medida” se diferencia del concepto “variable manipulada”, que corresponde al método experimental. En efecto, en la investigación correlacional, no se manipulan variables; pero sí se puede medir dos o más variables y de esa forma consignar una relación estadística entre cada una de ellas.

La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se comporta un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas.

De otro lado, los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández *et al*, 2010, p. 155). Así como, el diseño de la investigación es transaccional correlacional causal.

Los diseños correlacionales causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar las relaciones causales cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en planteamiento e hipótesis correlacionales; del mismo modo, cuando buscan evaluar vinculaciones causales, se basan en planteamiento e hipótesis causales. (Hernández *et al*, 2010, p. 155).

El esquema metodológico es el siguiente:



Donde:

M : Es la muestra

O1 : Observación de la variable: comunicación estratégica

O2 : Observación de la variable: Responsabilidad Social Universitaria

r: Correlación entre las variables.

3.2. Plan de recolección de la información y/o diseño estadístico

- **Población:** Para la investigación se consideró a los 84 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, quienes laboran en las direcciones del Departamento de Ciencias Sociales y del Departamento de Educación, adscritos a la Facultad de Ciencias Sociales,

Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la ciudad, de la ciudad de Huaraz.

- **Muestra:** Mediante un muestreo probabilístico, se tuvo en cuenta una muestra aleatoria simple de 78 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, quienes laboran en las direcciones de Departamento de Ciencias Sociales y Departamento de Educación adscritos a la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la ciudad de Huaraz, determinados por la fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

Donde:

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño de población

e: Error no mayor de 3% = 0.03

Z= 1.96 para un nivel de confianza de 95%

p=0.5

q=0.5

3.3. Instrumento(s) de recolección de la información

En la investigación se utilizó la siguiente técnica e instrumento para recolección de datos:

- **Observación:** Hernández *et al*, (2010) señalan que:

este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y sub categorías. (p. 260)

- **Ficha de observación sistemática:** La observación sistemática: intenta agrupar la información a partir de ciertos criterios fijados previamente o partiendo de estos registros. Requiere categorizar hechos, conductas y / o eventos que se han de observar. “Como toda ciencia la enseñanza y el entrenamiento necesitan de grabaciones objetivas. La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad”. Pieron (1986, 65).

3.4. Plan de procesamiento y análisis estadístico de la información

Para validar el instrumento de observación se utilizó la prueba del Alpha de Cronbrach que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida.

Tabla 1: Resumen de procesamiento de casos

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 78 | 60,5 |
| | Excluido ^a | 0 | 0,0 |
| | Total | 78 | 100,0 |

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

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Estadística de fiabilidad

| Estadísticas de fiabilidad | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach basada en | | |
| Alfa de Cronbach | elementos estandarizados | N de elementos |
| ,872 | ,871 | 23 |

Fuente: Elaboración propia.

Técnica de análisis: La técnica de análisis utilizada es la correlación de Pearson, que expresa en qué grado los sujetos tienen el mismo orden en dos variables. Para Morales (2011), si los sujetos más altos pesan más y los más bajitos pesan menos, entre peso y altura tendremos una correlación positiva: a mayor altura, mayor peso, por lo tanto, los coeficientes de correlación pueden ser positivos o negativos, por lo que se interpretan mediante su representación gráfica, a partir de los diagramas de dispersión en los que las dos variables se mantienen.

Asimismo, se utilizó la escala de Likert para el recojo de la información, de acuerdo al grado de importancia se estableció una valoración del 1 a 5.

Prueba de hipótesis: Se utilizó la Chi-Cuadrado como prueba de hipótesis, la cual nos permitió determinar la existencia de una relación entre dos variables propuestas en la presente investigación.

Capítulo IV

3.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación se inició con la observación de las variables, para lo cual se procedió a recoger información a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos, con el soporte de la ficha de observación de acuerdo a la muestra propuesta en la investigación.

En el instrumento de recolección de datos, a través de la ficha de observación se estableció 23 ítems para ambas variables y sus respectivas dimensiones que tiene la operacionalización. Concluido el trabajo de recolección de información se procedió a consolidar los datos obtenidos y realizar el trabajo estadístico y la prueba de hipótesis, de los cuales se tiene los siguientes resultados:

➤ **Objetivo específico 1:**

- o Determinar la relación de la dimensión interaccional en la formación de la RSU.

a) Grado de relación de la dimensión interaccional en la formación de la RSU.

Resultados de la dimensión interaccional.

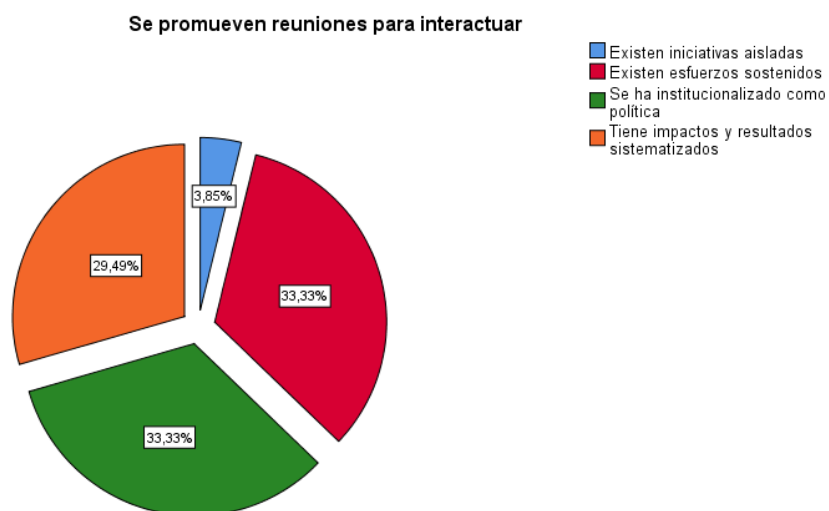


Figura 1:

Reuniones para interactuar.

Interpretación: A partir de los resultados estadísticos se observa que, en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación se promueven reuniones para interactuar con 33.33%, es decir que se ha institucionalizado como política, seguido del 33.33% que existen esfuerzos; continuando con el 29.49%, que tiene impactos y resultados sistematizados y el 3.85% que existen iniciativas aisladas.

En ese sentido, se percibe que en la facultad las relaciones interpersonales son en general de respeto y cordialidad donde se acuerdan temas académicos y administrativos.

Se realizan talleres académicos o de participación

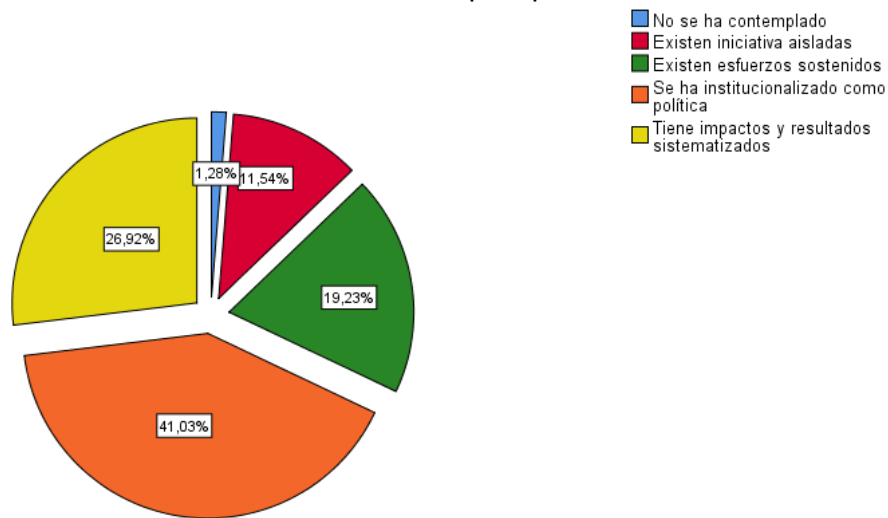


Figura 2:

Talleres académicos o de participación.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se refiere que en la facultad los talleres son participativos con 41.03% que se ha institucionalizado como políticas; seguido de 26.92%, que se tiene impactos y resultados sistematizados; continuando con el 19.23%, que existen esfuerzos sostenido; entre tanto el 11.54% que existen iniciativas aisladas y, un mínimo de 1.28%, que no se ha contemplado.

Resultados que distingue que en la facultad se desarrollan talleres académicos participativos y otros con la presencia de los docentes.

Se promueven espacios organizados para la réplica de procedimientos

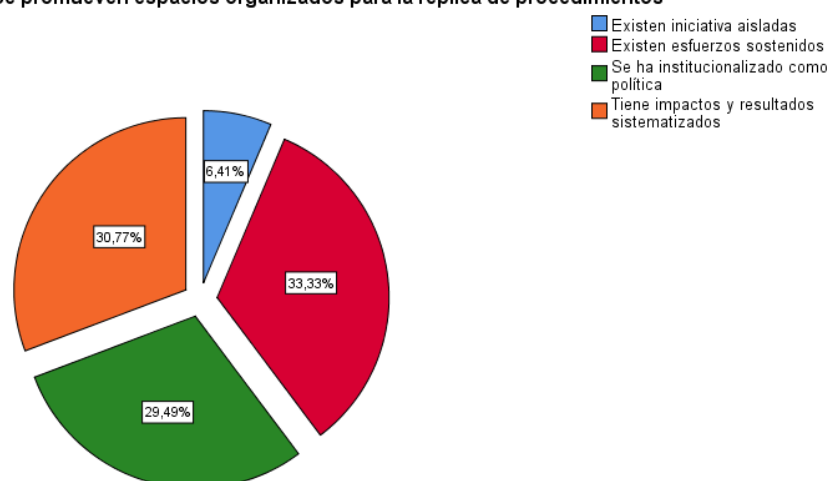


Figura 3:

Espacios organizados para réplica de procedimientos.

Interpretación: Los resultados expuestos revelan que en la facultad se promueven espacios organizados para la réplica de procedimientos para la elaboración de instrumentos de gestión con 33.33% que existen esfuerzos sostenidos; seguido de un 30.77%, que tiene impactos y resultados sistematizados; luego de un 29.49%, que se ha institucionalizado como política; en tanto el 6.41% que existen iniciativas aisladas.

Datos que evidencian la tendencia a comprender que es fundamental el desarrollo de talleres para elaboración de instrumentos de gestión mediante la interacción de los docentes y personal directivo.

Se realizan exposiciones de temas diversos con participación activa

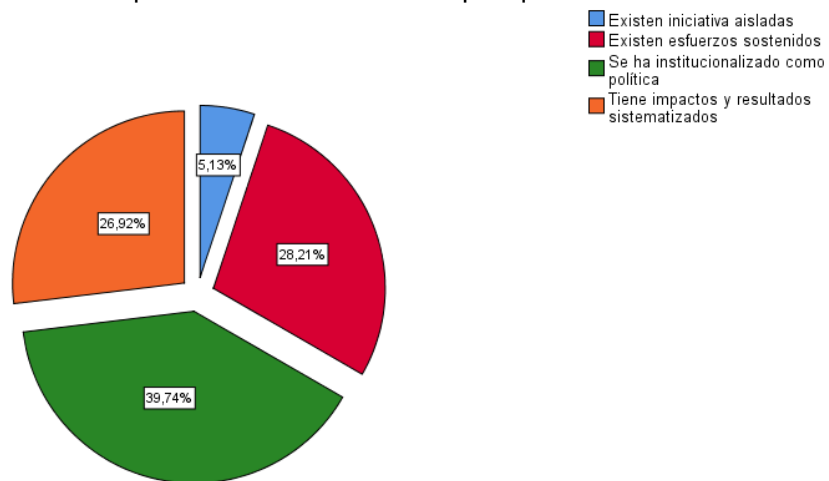


Figura 4:

Exposiciones con participación activa.

Interpretación: A partir de los resultados que se muestra respecto a que en la facultad se realizan exposiciones en temas diversos con la participación activa, destaca un 39.74% que se ha institucionalizado como política; seguido de 28.21% que existen esfuerzos sostenidos; luego que 26.92% que tiene impactos y resultados sistematizados y, solo 5.13% que existen iniciativas aisladas.

Se deduce que la disertación y las exposiciones de trabajos realizados con marcada participación activa motiva la interacción de los docentes y directivos en general.

Resultados de la formación de la RSU

Se implementa la metodología del Aprendizaje Servicio, y se cuenta con un inventario de proyectos sociales

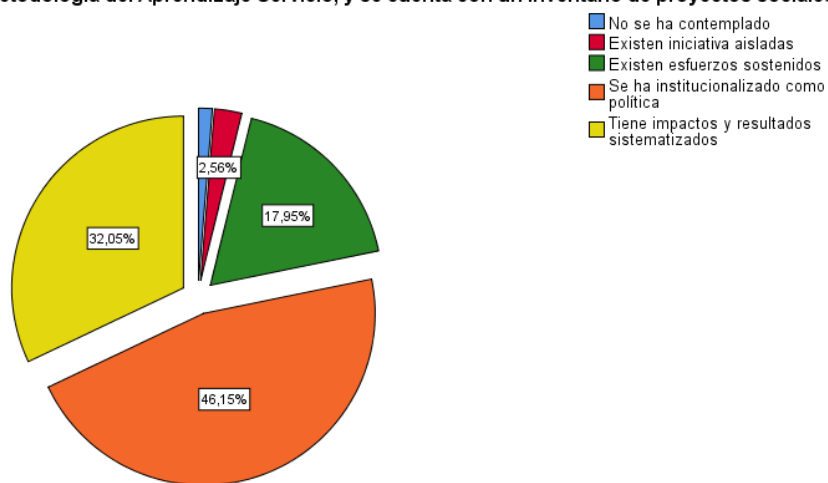


Figura 5:

Metodología del aprendizaje de servicio.

Interpretación: Los resultados que se muestran respecto a que si en la facultad se implementa la metodología del Aprendizaje Servicio, y si se cuenta con un inventario de proyectos sociales, resalta un 46.15% que se ha institucionalizado como política; seguido de 32.05% que se tiene impactos y resultados sistematizados; continuando con 17.95% que existen esfuerzos sostenidos; el 2.56% que existen iniciativas aisladas, y un mínimo 1.29% que no se ha contemplado.

En síntesis, se infiere que la propuesta de aprendizaje-servicio basado en proyectos sociales viene siendo utilizada en los procesos de formación, lo que permitirá conectar lo que se aprende en el aula con respecto al contexto real.

Está incluido en forma transversal los ODS en la malla curricular y se capacita a los docentes respecto a las agendas públicas

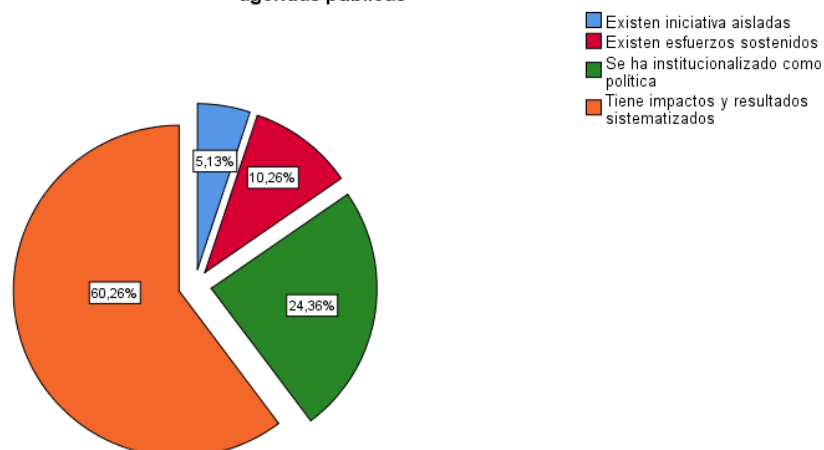


Figura 6:

Inclusión transversal de la ODS.

Interpretación: De los resultados que se expone se observa que en la facultad se está incluyendo en forma transversal los ODS en la malla curricular y se capacita a los docentes respecto a las agendas públicas con 60.26% que tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 24.36% que se ha institucionalizado como política; continuando con 10.26% que existen esfuerzos sostenidos, mientras el 5.13% que existen iniciativas aisladas.

Si se analizan los resultados de esta categoría se puede concluir que transversalizar los ODS constituye una buena opción en la formación profesional porque servirá para consensuar y orientar hacia el desarrollo sostenible.

La malla curricular está en función de actores externos contemplando criterios de diversidad, el seguimiento, la comunicación e inclusión de los egresados

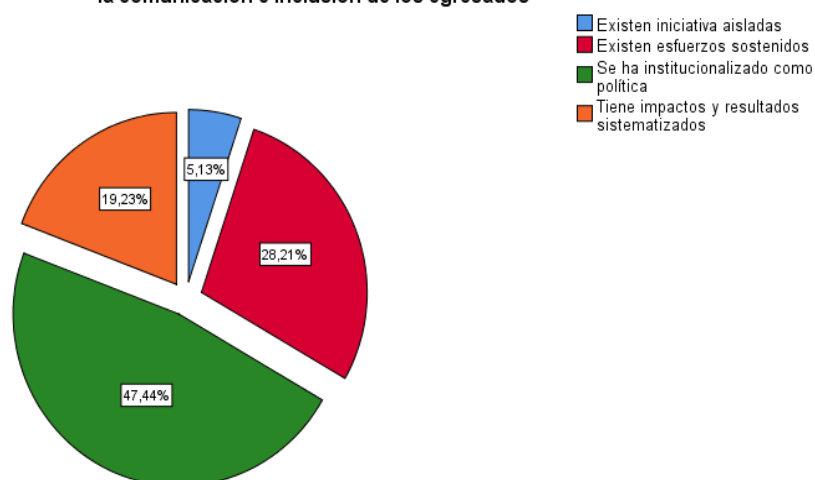


Figura 7:

Malla curricular en función de actores externos.

Interpretación: Los resultados que se muestra respecto a que si en la facultad las mallas curriculares están en función de actores externos contemplando criterios de diversidad, el seguimiento la comunicación e inclusión de los egresados se evidencia un 47.44% que se ha institucionalizado como política; seguido de 28.21% que existen esfuerzos sostenidos; continuando de 19.23% que tiene impactos y resultados sistematizados y el 5.13% que existen iniciativas aisladas.

En resumen, se puede asegurar que las mallas diseñadas con actores externos e inclusión de egresados es de vital importancia porque son los directos conocedores de las necesidades en la vida laboral y qué exige el mercado a futuro. agentes de desarrollo para el país.

➤ **Objetivo específico 2:** Establecer la relación que tiene la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU.

a) **Grado de relación de la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU.**

Resultados de la dimensión informativa.

Promueven la creación de archivos de seguimiento de medios de comunicación multimedia y digitales?

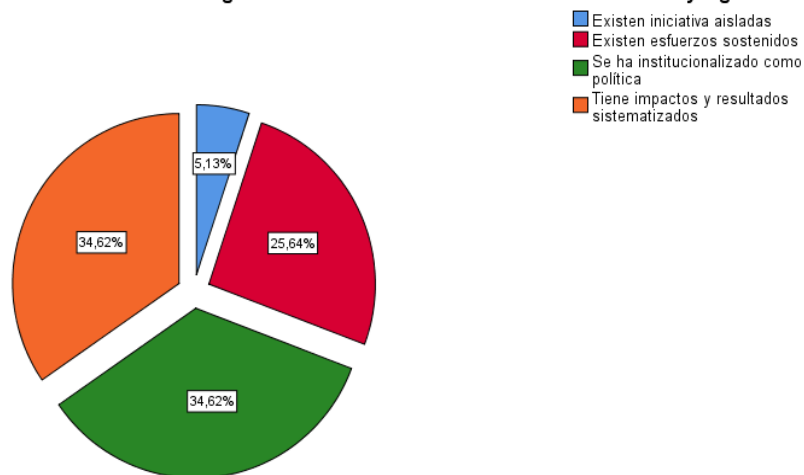


Figura 8:

Creación de archivos de seguimiento.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se observa que en la facultad se promueven la creación de archivos de seguimiento de medios de comunicación multimedia y digitales con 34.62% que tiene impactos y resultados sistematizados; seguido del 34.62% que se ha institucionalizado como política; continuando de 25.64%, que existen esfuerzos sostenidos y el 5.13% que existen iniciativas aisladas.

Se distingue que en la facultad el seguimiento de medios formales (multimedia y digitales) son considerados de prioridad para mantener informado a los públicos internos y externos.

Se promueve el uso de material gráfico e impreso

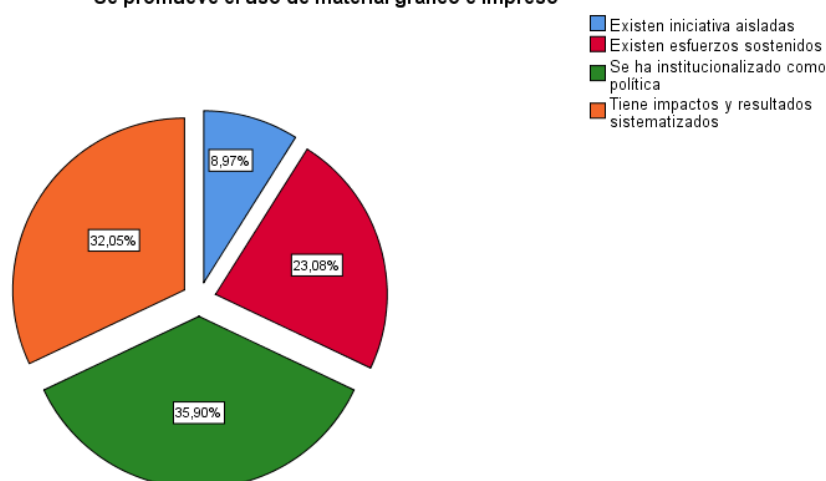


Figura 9:

Material gráfico e impreso.

Interpretación: A partir de los resultados mostrados en el gráfico se observa que se promueve el uso de material gráfico e impreso con 35.90% que se ha institucionalizado como política; seguido del 32.05% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuado de 23.08% que existen esfuerzos sostenidos, y el 8.97% que existen iniciativas aisladas.

De los datos obtenidos se infiere que los materiales gráficos e impresos tanto para documentos oficiales, como para difusión informativa responden a los parámetros institucionales para la transmisión de información con propósitos predeterminados.

Cuenta con materiales multimedia y digitales para informarse

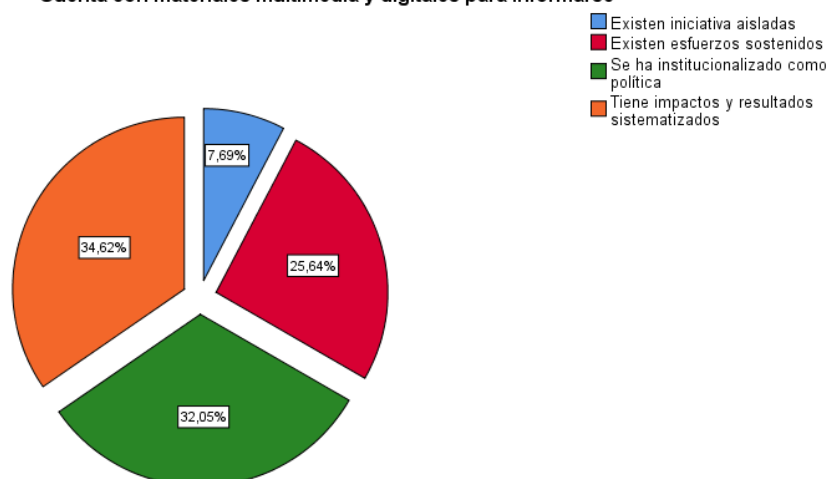


Figura 10:

Materiales multimedia y digitales de información.

Interpretación: Los resultados expuestos muestran que la facultad cuenta con materiales multimedia y digitales para informarse con 34.62% que tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 32.05% que se ha institucionalizado como política; continuando con 25.64% que existen esfuerzos sostenidos y un 7.69% que existen iniciativas aisladas.

Los resultados evidencian la predisposición por contar con materiales multimedia y digitales que permitan pasar de lo informativo a lo significativo, con la ventaja de que la tecnología en la educación es un recurso que se comparte.

Resultados para el nivel cognoscitivo de la RSU.

Se promueve líneas de investigaciones en ODS con equipos interdisciplinarios

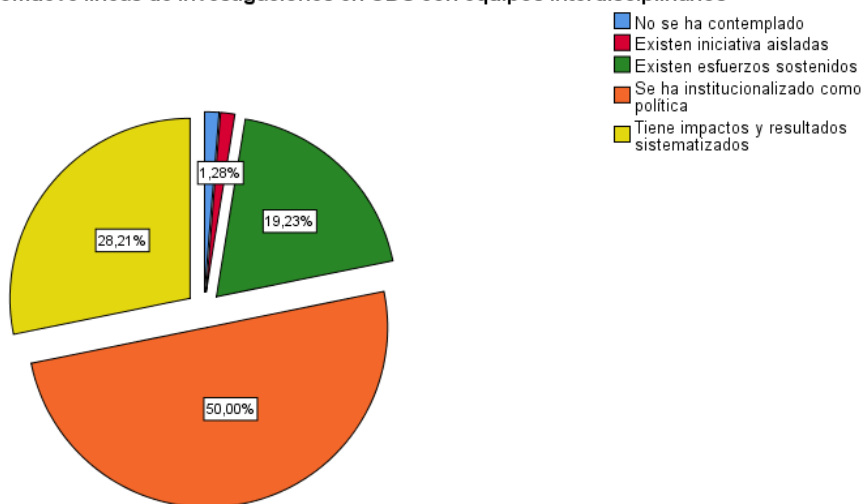


Figura 11:

Líneas de investigación en ODS.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se observa que en la facultad se promueven líneas de investigaciones en ODS con equipos interdisciplinarios con 50.00% que se ha institucionalizado como política; seguido de 28.21% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuado del 19.23% que se hace esfuerzos sostenidos, seguido de 1.28% que existen iniciativas aisladas, y un 1.28% que no está contemplado.

Comparando los resultados se puede aseverar que se promueven las investigaciones en ODS, y que las líneas de investigación apuntan hacia la inter y transdisciplinariedad para poder abordar los problemas sociales y los saberes académicos y no-académicos.

Se desarrollan investigaciones en y con la comunidad, en cooperación con comunidades vulnerables para investigar su problemática social

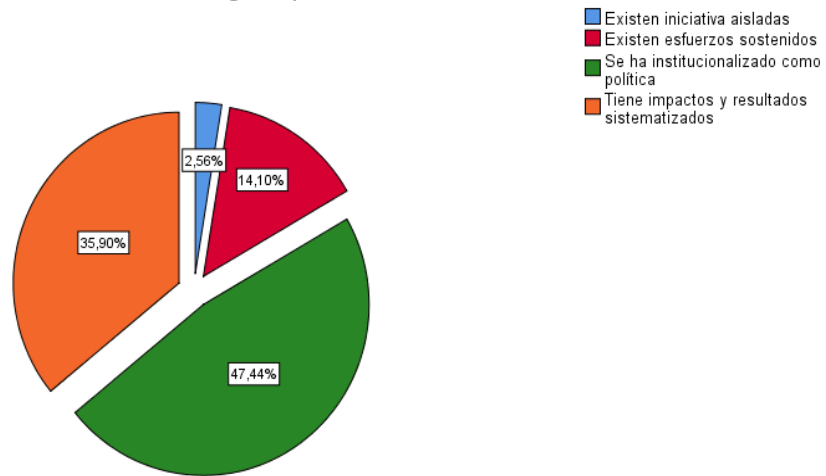


Figura 12:

Desarrollo de investigaciones en y con la comunidad.

Interpretación: Los resultados se exponen muestran que en la facultad se desarrollan investigaciones en y con la comunidad, en cooperación con comunidades vulnerables para investigar su problemática social con 47.44% que se ha institucionalizado como política; seguido de 35.90% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuado del 14.10% que existen esfuerzos sostenidos, y el 2.56% que existen iniciativas aisladas. Analizando los resultados se evidencia que las investigaciones en y con las comunidades promueven metodologías participativas trans-disciplinarias de investigación, involucrando actores externos en la construcción de conocimientos.

Se cuenta con canales y métodos de divulgación científica hacia públicos no académicos, promoviendo innovación y transferencia tecnológica hacia comunidades vulnerables

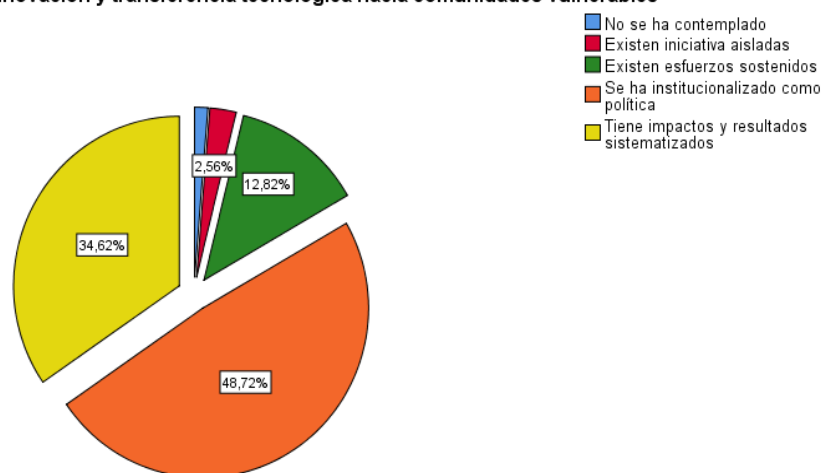


Figura 13:

Canales y métodos de divulgación científica.

Interpretación: A partir de los resultados que se muestra se observa que en la facultad se cuenta con canales y métodos de divulgación científica hacia públicos no académicos, promoviendo innovación y transferencia tecnológica hacia comunidades vulnerables con 48.72% que se ha institucionalizado como política; seguido de 34.62% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuado del 12.82% que existen esfuerzos sostenidos, seguido de 2.56% que existen iniciativas aisladas, y el 1.28% que no está contemplado.

Los resultados infieren que la producción y difusión de conocimientos sea útil para la solución de problemas sociales y que estos sean orientados hacia quienes los necesitan por medios y canales adecuados para el logro de impactos esperados.

➤ **Objetivo específico 3:** Determinar la relación de la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU.

a) **Grado de relación de la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU**

Resultados de la dimensión ideológica.

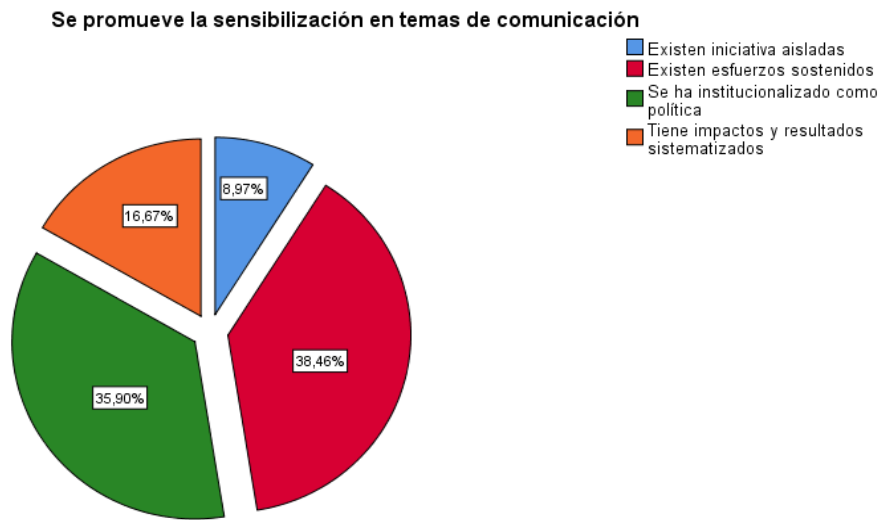


Figura 14:

Sensibilización en temas de comunicación.

Interpretación: En el gráfico los resultados muestran que en la facultad, se promueve la sensibilización en temas de comunicación con 38.46% que se existen esfuerzos sostenidos; seguido de 35.90% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 16.67% que tiene impactos y resultados sistematizados y el 8.97% que existen iniciativas aisladas.

En resumen, los resultados evidencian que falta conceptualizar temas comunicacionales que motiven la gestión integral de todas las funciones sustantivas y procesos institucionales.



Figura 15:

Persuasión en conceptos de comunicación.

Interpretación: Los resultados expuestos en el gráfico se observa que en la facultad se persuade en conceptos de comunicación con 39.74% que existen esfuerzos sostenidos; seguido de 29.49% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 20.51% que tiene impactos y resultados sistematizados y el 10.26% que existen iniciativas aisladas.

Es decir, que los resultados demuestran que hace falta abordar la comunicación estratégica como aparato de discurso, con el propósito de que motive la gestión integral y el desarrollo de capacidades

Resultados de la gestión organizacional de la RSU.

Se generan oportunidades de desarrollo personal y profesional

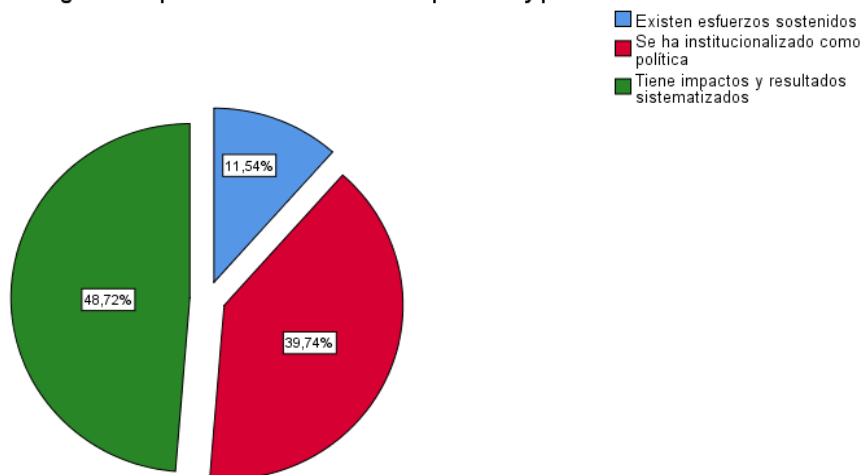


Figura 16:

Oportunidades de desarrollo personal y profesional.

Interpretación: A partir de los resultados que se muestra, resalta que en la facultad se generan oportunidades de desarrollo personal y profesional con 48.72% que se tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 39.74% que se ha institucionalizado como política, y continuado del 11.54% que existen esfuerzos sostenidos.

En resumen, los resultados son favorables respecto a los fines de un clima laboral armónico y eficiente que responda a una buena gestión organizacional con sinergia para promover compromisos que contemple el desarrollo personal y profesional de los miembros de la comunidad universitaria.

Se cuenta con sistemas de gestión ambiental integral y desarrolla procesos de capacitación

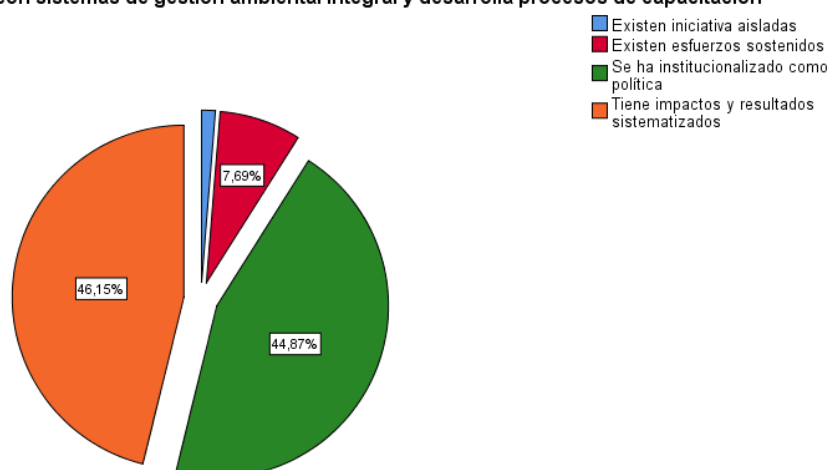


Figura 17:

Sistemas de gestión ambiental integral.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se observa que en la facultad se cuenta con sistemas de gestión ambiental integral y que se desarrolla procesos de capacitación con 46.15% que se tiene impactos y resultados sistematizados; seguido del 44.87% que se ha institucionalizado como política; continuado del 7.69% que existen esfuerzos sostenidos y el 1.29% que existen iniciativas aisladas.

Se puede concluir que es considerable la gestión ambiental y el considerar un campus universitario con las condiciones básicas, desde donde se busque soluciones creativas para mejorarla mediante la capacitación del personal en temas de gestión ecológica.

Se cuenta con códigos y políticas de ética, transparencia y se tiene canales ágiles de denuncias

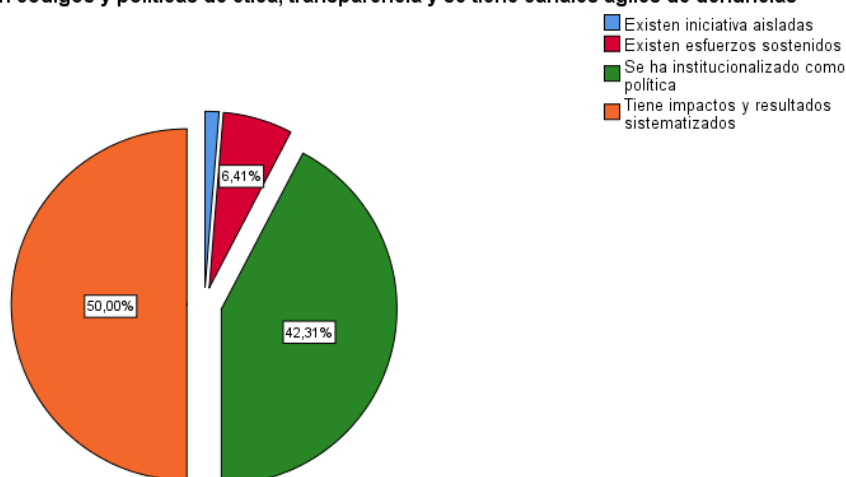


Figura 18:

Códigos y políticas de ética.

Interpretación: Con los resultados expuestos se observa que en la facultad se cuenta con códigos y políticas de ética, transparencia y que se tiene canales ágiles de denuncias con 50.00% que se tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 42.31% que se ha institucionalizado como política; continuado de 6.41% que existen esfuerzos sostenidos, y el 1.28% que existen iniciativas aisladas.

En síntesis, los resultados inducen a que la ética y transparencia, es un tema muy sensible por lo tanto merece atención y de una mirada responsable y vigilante hacia la gestión de las autoridades, propiciando un modelo gerencial para la gestión ética y eficaz de la institución.

- **Objetivo específico 4:** Establecer la relación de la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU.

a) Grado de relación de la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU.

Resultados de la dimensión sociocultural.

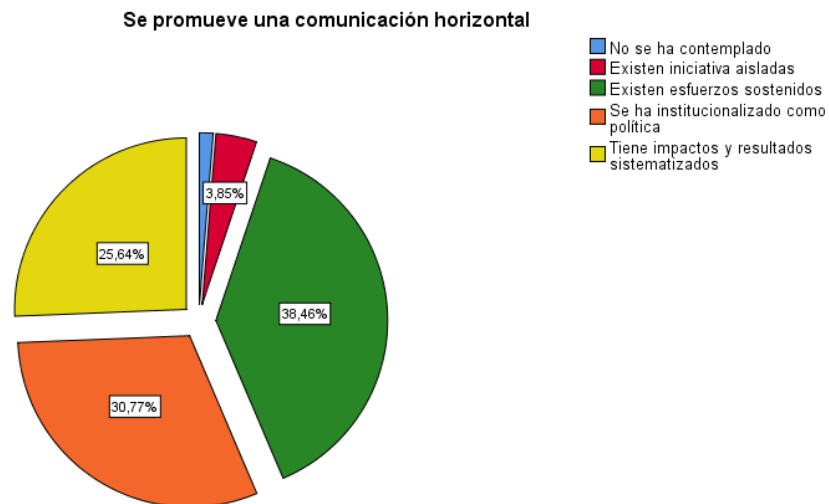


Figura 19:

Comunicación horizontal.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos en el gráfico se observa que en la facultad se promueve una comunicación horizontal con 38.46% que existen esfuerzos sostenidos; seguido de 30.77% que se ha institucionalizado como política; continuado del 25.64% que tiene impactos y resultados sistematizados; en tanto un 3.85% que existen iniciativas aisladas, y el 1.28% que no se ha contemplado.

En resumen, el espacio de la comunicación horizontal es importante por ser fundamento de articulación social y como fenómeno social promueve la participación e integración.

Se acepta la participación de los grupos socioculturales existentes

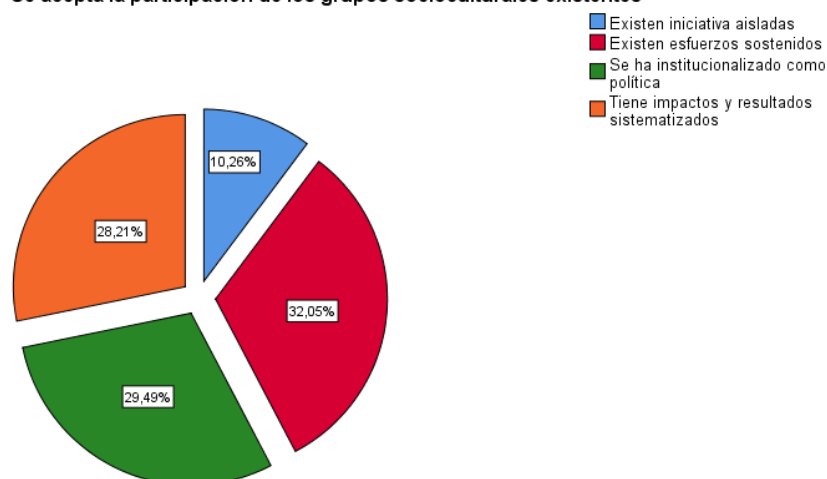


Figura 20:

Participación de grupos socioculturales.

Interpretación: De los resultados que muestra el gráfico se observa que en la facultad se acepta la participación de los grupos socioculturales existentes con 32.05% que existen esfuerzos sostenidos; seguido de 29.49% que se ha institucionalizado como política; continuado del 28.21% que tienen impactos y resultados sistematizados, y el 10.26% que existen iniciativas aisladas.

De los datos referidos y analizados se percibe que hay esfuerzos sostenidos para alcanzar la participación de grupos socioculturales interesados en la participación social como procesos fácticos de encuentro y puesta en común de los actores o gestores.

Resultados de la participación social de la RSU.

Se desarrollan procesos de articulación entre formación profesional, investigación y extensión social y voluntariado estudiantil

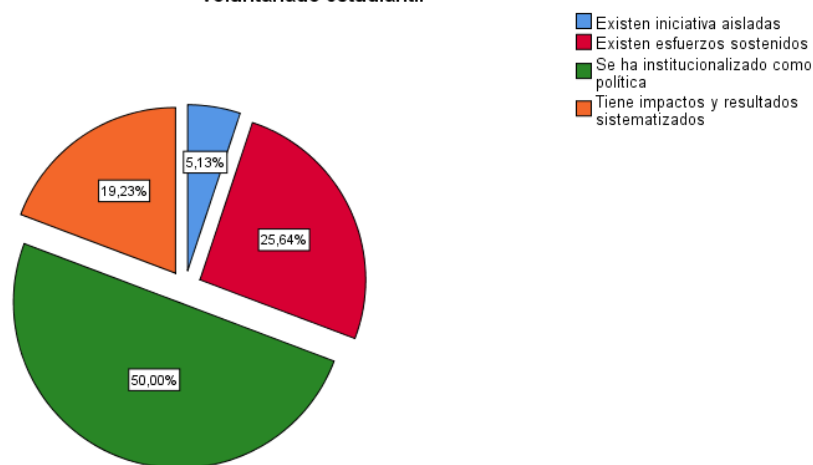


Figura 21:

Procesos de articulación.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se observa que en la facultad se desarrollan procesos de articulación entre formación profesional, investigación y extensión social y voluntariado estudiantil con el 50.00% que se ha institucionalizado como política; seguido del 25.64% que existen esfuerzos sostenidos; continuando de 19.23% que tienen impactos y resultados sistematizados, y el 5.13% que existen iniciativas aisladas.

Los resultados resaltan que hay articulación entre formación, investigación y extensión social, además de voluntariado estudiantil en los proyectos extracurriculares que promueven asistencia a las poblaciones vulnerables o desfavorecidas.

Se desarrollan proyectos co-creados con comunidades vulnerables y que estas sean sostenibles

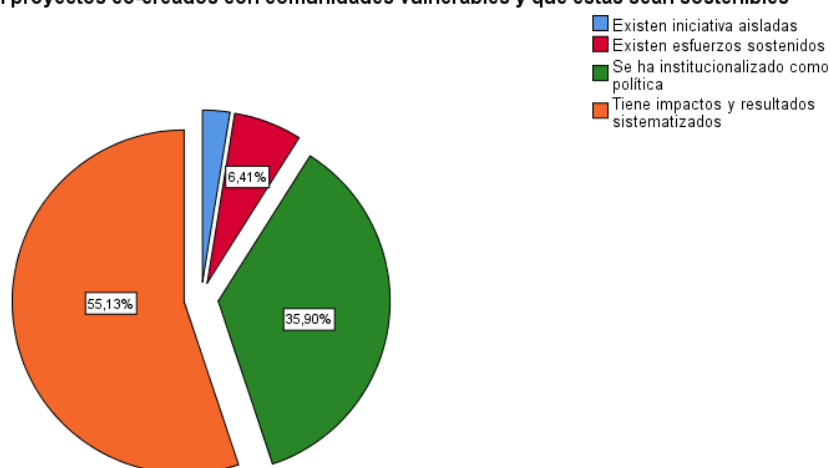


Figura 22:

Proyectos co-creados con comunidades.

Interpretación: A partir de los resultados expuestos se observa que en la facultad se desarrollan proyectos co-creados con comunidades vulnerables y que estas sean sostenibles resaltado por 55.13% que tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 35.90% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 6.41% que existen esfuerzos sostenidos, y el 2.56% que existen iniciativas aisladas.

Los datos demuestran con optimismo que los proyectos co-creados, duraderos y de impacto social están comprendidos y están siendo sistematizados para la mejora continua y el escalamiento de la Facultad en la tarea de acreditación.

Se promueve convenios de cooperación con actores públicos y privados para la agenda ODS, y se participa en redes académicas

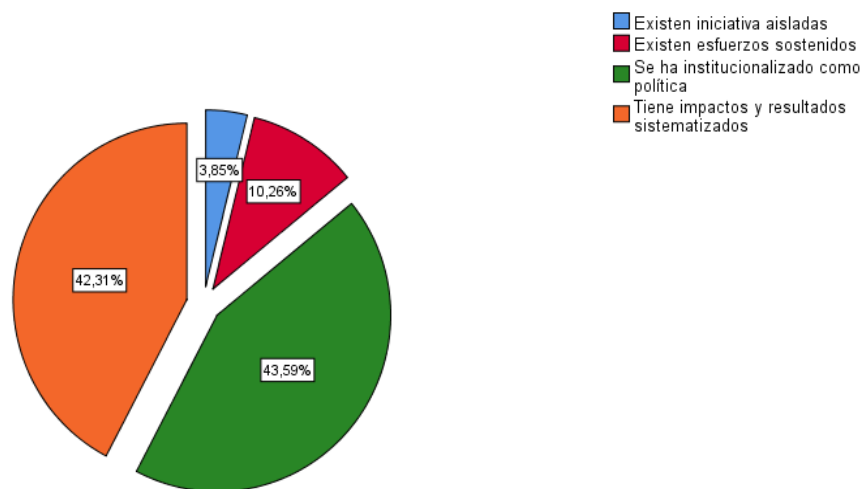


Figura 23:

Convenios de cooperación.

Interpretación: De los resultados expuestos se observa que en la facultad se promueve convenios de cooperación con actores públicos y privados para la agenda ODS, y además se participa en redes académicas con 43.59% que se ha institucionalizado como política; seguido del 42.31% que se tiene impactos y resultados sistematizados; continuando con el 10.26% que existen esfuerzos sostenidos, y el 3.85% que existen iniciativas aisladas.

Se concluye que es meritorio generar procesos de participación e incidencia en la agenda ODS a través de la participación en la agenda local y regional, donde la facultad tiene incidencia en la discusión y el diseño de políticas públicas de desarrollo.

4.1. Prueba de hipótesis

Hipótesis general

H1: La Comunicación Estratégica se relaciona significativamente en la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

H0: La Comunicación Estratégica no se relaciona significativamente en la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

Tabla 3: Chi cuadrado

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|----------------------|-----|--------------------------------------|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 924,890 ^a | 475 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 342,725 | 475 | 1,000 |
| Asociación lineal por lineal | 65,529 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 78 | | |

a. 520 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0.000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05; la Comunicación Estratégica se relaciona significativamente en la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

Tabla 4: Coeficiente de contingencia.

| Medidas simétricas | | | |
|---------------------------|-----------------------------|---------------|------------|
| | | Significación | |
| | | Valor | aproximada |
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,960 | ,000 |
| N de casos válidos | | 78 | |

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0.000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, para sostener que a un nivel de significancia menor de 0,05; la Comunicación Estratégica se relaciona significativamente en la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.

Hipótesis específica 1

H1: El proceso comunicativo interaccional se relaciona significativamente en la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.

H1: El proceso comunicativo interaccional no se relaciona significativamente en la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.

Tabla 5: Chi cuadrado

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|----------------------|-----|---|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 349,263 ^a | 175 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 194,136 | 175 | ,153 |
| Asociación lineal por lineal | 29,509 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 78 | | |

a. 208 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05, el proceso comunicativo interaccional se relaciona significativamente en la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.

Tabla 6: Coeficiente de contingencia.

| Medidas simétricas | | Significación | |
|---------------------------|-----------------------------|---------------|------------|
| | | Valor | aproximada |
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,960 | ,000 |
| N de casos válidos | | 78 | |

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05, el proceso comunicativo interaccional se relaciona significativamente en la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.

Hipótesis específica 2

H1: La producción, transmisión y difusión de mensajes se relaciona en la generación de las líneas de investigación enfocada en la sostenibilidad social.

H0: La producción, transmisión y difusión de mensajes no se relaciona en la generación de las líneas de investigación enfocada en la sostenibilidad social.

Tabla 7: Chi cuadrado

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|--------------------------------|----------------------|-----|---|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 295,266 ^a | 175 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 185,432 | 175 | ,280 |
| Asociación lineal por lineal | 18,885 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 78 | | |

a. 208 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0.000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para sostener que a un nivel de significancia menor de 0,05, la producción, transmisión y difusión de mensajes se relaciona significativamente con la generación de las líneas de investigación enfocada en la sostenibilidad social.

Tabla 8: Coeficiente de contingencia.

| Medidas simétricas | | | |
|---------------------------|-----------------------------|-------|--------------------------|
| | | Valor | Significación aproximada |
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,889 | ,000 |
| | Nº de casos válidos | 78 | |

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que, a un nivel de significancia menor de 0,05, la producción, transmisión y difusión de mensajes se relaciona significativamente con la generación de las líneas de investigación enfocada en la sostenibilidad social.

Hipótesis específica 3:

H1: El proceso comunicativo centrado en los discursos persuasivos se relaciona en la igualdad de oportunidades, equidad de género y seguridad laboral.

H0: El proceso comunicativo centrado en los discursos persuasivos no se relaciona en la igualdad de oportunidades, equidad de género y seguridad laboral.

Tabla 9: Chi cuadrado

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|----------------------|-----|--------------------------------------|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 304,915 ^a | 150 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 189,127 | 150 | ,017 |
| Asociación lineal por lineal | 56,810 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 78 | | |

a. 182 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05; el proceso comunicativo centrado en los discursos persuasivos se relaciona con la igualdad de oportunidades, equidad de género y seguridad laboral.

Tabla 10: Coeficiente de contingencia.

| Medidas simétricas | | | |
|---------------------------|-----------------------------|---------------|------------|
| | | Significación | |
| | | Valor | aproximada |
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,892 | ,000 |
| N° de casos válidos | | 78 | |

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05, el proceso comunicativo centrado en los discursos persuasivos se relaciona en la igualdad de oportunidades, equidad de género y seguridad laboral.

Hipótesis específica 4:

H1: El proceso comunicativo como fenómeno social de articulación se relaciona en la gestión ambiental universitaria.

H0: El proceso comunicativo como fenómeno social de articulación no se relaciona en la gestión ambiental universitaria.

Tabla 11: Chi cuadrado

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|--------------------------------|----------------------|-----|--------------------------------------|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 332,702 ^a | 175 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 198,620 | 175 | ,107 |
| Asociación lineal por lineal | 44,810 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 78 | | |

a. 208 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05, el proceso comunicativo como fenómeno social de articulación se relaciona en la gestión ambiental universitaria.

Tabla 12: Coeficiente de contingencia.

| Medidas simétricas | | | |
|---------------------------|-----------------------------|-------|--------------------------|
| | | Valor | Significación aproximada |
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,900 | ,000 |
| N° de casos válidos | | 78 | |

Elaboración propia.

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa para concluir que a un nivel de significancia menor de 0,05, el proceso comunicativo como fenómeno social de articulación se relaciona en la gestión ambiental universitaria.

4.2. Discusión de resultados

Los resultados presentados en la investigación traen consigo diversos temas que identifican la relación existente entre la comunicación estratégica y la responsabilidad social universitaria en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018. En base a los resultados obtenidos estadísticamente se puede indicar que el objetivo fue cubierto en la investigación.

Montes (2015) plantea que la universidad es una institución con un destacable papel en la sociedad. Su misión educativa le permite acercarse a cientos de alumnos cada año, de ciudadanos, que se forman y crecen en ella. Esto otorga una gran responsabilidad a la universidad, obligándola a ser ejemplo de buen comportamiento. Por ello, debe permanecer al corriente de las necesidades del mercado, de las empresas y de la sociedad, garantizando que la formación que adquieren los alumnos cumpla con los requisitos profesionales y humanos que se espera de ellos. Sin embargo, reconoce que la RSU es un concepto reciente y con escasa profundización teórica que propone un derrotero estratégico para contribuir con la excelencia y calidad universitaria. De acuerdo a los resultados obtenidos, se resalta que en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación se promueven convenios de cooperación con actores públicos y privados para la agenda ODS, y se participa en redes académicas con 43.59% que se ha institucionalizado como política; seguido de 42.31% que se tiene impactos y resultados sistematizados; continuando con el 10.26% que existen esfuerzos sostenidos, y el 3.84% que existen iniciativas aisladas, coincidiendo con lo propuesto por Montes.

Por otro lado, Gaete (2012) considera que las instituciones de educación superior en todo el mundo, en especial las universidades, se enfrentan actualmente a un proceso de cambio social importante que las involucra, y que simultáneamente coloca en entredicho algunos de los aspectos más importantes de su misión institucional. Por ese motivo, se vienen aceptando la participación de los grupos socioculturales existentes e identificados por la facultad, por lo que los resultados distinguen un 32.05% que existen esfuerzos sostenidos; seguido del 29.49% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 28.21% que tienen impactos y resultados sistematizados, y el 10.25% que existen iniciativas aisladas.

Además, Gaete (2012) agrega que dentro de los aspectos cuestionados socialmente, se podría mencionar, por ejemplo, a la empleabilidad de sus egresados, sus estructuras de gobierno y gestión, la calidad e interés social de su investigación científica, o sus aportes al desarrollo y preservación de la cultura de la sociedad, como muestras de los temas en donde las universidades están siendo fuertemente criticadas por diferentes instancias y sectores de una sociedad que ha cambiado profundamente. Por lo tanto, se debe recuperar el espíritu primigenio de la universidad latinoamericana, orientada al servicio en beneficio de la sociedad.

En esa perspectiva los resultados obtenidos en la investigación arrojan que existen iniciativas aisladas de proyectos co-creados con comunidades vulnerables y que estas sean sostenibles con el 55.13% que tiene impactos y resultados sistematizados, seguido de 35.90% que se ha institucionalizado

como política; continuando con el 6.41% que existen esfuerzos sostenidos, y el 2.56% que existen iniciativas aisladas.

Por su parte, Wigmore (2016) observa un interés por ser socialmente responsable por parte de las instituciones analizadas; sin embargo, son pocas las instituciones que han integrado ese interés en su sistema de gestión, como muestra la falta de identificación de instrumentos de gestión, salvo la consideración de los códigos de conducta o códigos éticos. Ese interés conlleva a que se realizan muchas actividades para dar respuesta a su misión y valores, pero no de forma planificada ni coordinada, sino en muchas ocasiones derivada de políticas particulares de personas o departamentos, sin tener claro si verdaderamente responde a las expectativas de los grupos de interés. Esto nos conlleva a llamar la atención sobre la necesidad de integrar la RSU en los sistemas de gestión siguiendo las iniciativas internacionales ya existentes. Es así que la responsabilidad social ha dejado de ser únicamente un tema de expertos, para pasar a estar presente en la mayor parte de los proyectos y programas de las empresas e instituciones. En ese sentido, la investigación tiene como resultados que en la facultad se acepta la participación de los grupos socioculturales existentes con el 32.05% que existen esfuerzos sostenidos; seguido de 29.49% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 28.21% que tiene impactos y resultados sistematizados, y el 10.25% que existen iniciativas aisladas. Es decir que se muestra que hay esfuerzos sostenidos para alcanzar la participación de grupos socioculturales interesados

en la participación social y coincidiendo sobre la necesidad de integrar la RSU en los sistemas de gestión y quehacer universitario, como refiere Wigmore.

Tahirih y Vila (2014) consideran que los científicos para transferir conocimientos técnicos y tecnológicos implican contrastar las propuestas académicas con una realidad compleja y dinámica. Este proceso es sumamente enriquecedor y plantea nuevas preguntas que deben volver a las aulas, generar debates creativos y motivar a alumnos y docentes a correr el riesgo de poner sus conocimientos a prueba en el marco de intervenciones reales en poblaciones vulnerables. Por lo que los resultados coinciden con lo planteado por Tahirih y Vila, puesto que se viene proponiendo el aprendizaje de servicio. Los resultados indican con un 46.15% que se ha institucionalizado como política la implementación de la metodología del Aprendizaje Servicio; seguido del 32.05% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuando con el 17.95% que existen esfuerzos sostenidos, el 2.56% que existen iniciativas aisladas, y el 1.29% que no se ha contemplado.

Es importante mencionar que el trabajo con seres humanos implica un gran compromiso y responsabilidad que lleva la dimensión ética a niveles de vida cotidiana y práctica. Sobre lo último podemos afirmar que toda actividad humana debe desempeñarse lo más conscientemente posible, lo cual implica; por un lado, adoptar una perspectiva organizada con relación a uno mismo y a la realidad en que uno actúa, tratando de considerar que toda interacción es significativa para la circunstancia a las que se enfrente y; por otro lado, considerar el respeto hacia el otro como una de sus partes fundamentales. Este

es para las autoras el principal reto del enfoque de RSU, que permite garantizar el compromiso y la participación de la población vulnerable y las instituciones aliadas.

Por su parte, Bruno (2014) subraya la importancia de la incorporación de la función social en las universidades, pues a partir de la Reforma de Córdova ha generado el planteamiento de diferentes enfoques de relación universidad-sociedad, los cuales han sido adoptados a lo largo del último siglo en América Latina. Estos enfoques oscilan entre la proyección social, la extensión universitaria y la responsabilidad social universitaria, las cuales reflejan, en orden ascendente, el nivel de articulación entre las funciones universitarias de formación, investigación, relación con la comunidad y gestión institucional. Por ello se deben de reconocer los lineamientos y mejoras a la forma como se viene aplicando el enfoque de RSU en las universidades. En consecuencia, se debe promover un modelo de desarrollo sostenible y de gobernabilidad ciudadana democrática, porque una universidad debe imprimir valores en la sensibilidad de sus egresados. En ese sentido, la implementación de las mallas curriculares debe estar en función de actores externos contemplando criterios de diversidad, de seguimiento, de comunicación e inclusión de los egresados de acuerdo a los resultados se tiene. Es así que en la facultad se distingue con un 47.44% que se ha institucionalizado como política; seguido del 28.21% que existen esfuerzos sostenidos; continuando con el 19.23% que se tiene impactos y resultados sistematizados, el 5.13% que existen iniciativas aisladas. Es decir que las mallas curriculares orientadas a promover el desarrollo sostenible con

función de actores externos con criterios de diversidad y seguimiento es vital y por lo tanto concuerda con los resultados de la investigación de Bruno.

De otro lado, Baca (2015) enfatiza que las funciones tradicionales de la universidad (organización, investigación, docencia y extensión) son áreas clave en la gestión de la RSU, pues producen impactos significativos en la sociedad. Estas áreas tienen contenidos transversales que dirigen su accionar y que provienen de los valores, las políticas y las estrategias de RSU de la alta dirección, los cuales han sido propuestos en la fase de planificación. Entonces, el fin de todo este proceso consiste en mejorar la calidad de vida de la población, minimizar los perjuicios o impactos perniciosos de la universidad y optimizar los beneficios. Esta sin duda es una importante conclusión de discriminación que resalta la trascendencia de la cultura de la responsabilidad social que debemos promover desde la cátedra e instaurarse en la percepción de los impactos que se generan en la universidad, por lo que los resultados prevalecen con el 60.26% que tiene impactos y resultados sistematizados y que los ODS están contemplados en forma; seguido del 24.36% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 10.26% que existen esfuerzos sostenidos para lograrlo, mientras el 5.12% que existen iniciativas aisladas en la inclusión en forma transversal los ODS en la malla curricular y se capacita a los docentes respecto a las agendas públicas; sin duda importante, pues resalta la cultura de cambio y aprendizaje organizacional.

Para Cely (2016) la Responsabilidad Social Universitaria está en cada una de las personas partiendo de los directivos. Por ello es importante empezar por hacer cambios a nivel interno, asumir el compromiso de trabajar por la gestión de la responsabilidad en la institución, establecer programas que permitan un desarrollo humano con base en las buenas prácticas para los profesores, administradores y estudiantes. Los resultados indican que se promueve líneas de investigaciones en ODS con equipos interdisciplinarios. De esta forma, en la facultad se resalta con el 50.00% que se ha institucionalizado como política; seguido del 25.64% que existen esfuerzos sostenidos; continuando con el 19.23% que tienen impactos y resultados sistematizados, y el 5.13% que existen iniciativas aisladas. Sobre lo anterior se deduce la importancia de diseñar estrategias con el objetivo de fortalecer el rol de la Responsabilidad Social Universitaria desde las funciones sustantivas de cada miembro de la comunidad universitaria. En esa línea, Cortés (2012) propone que las políticas enmarcadas en RSU deben ser algo constante, dinámico y parte de un “sistema en evolución” que permita a las universidades cumplir dos grandes metas: adaptarse a los cambios manteniendo su pertinencia y ser la gestora y ejecutora de dichos cambios. De esta manera es vital proponerle a la sociedad el rumbo que debe tomar y hacer lo posible para que estos cambios se lleven a cabo, incluso si se contraponen a las políticas del gobierno de turno o a los intereses de los grandes sectores económicos de la región. En consecuencia, compromete a la universidad a proponer a la sociedad el rumbo que debe tomar y que sirva de referencia para quienes están interesados en conocer o profundizar sobre el tema de responsabilidad social universitaria. En este sentido se deben de

desarrollar proyectos co-creados con comunidades vulnerables y que estas sean sostenibles de acuerdo a los resultados, donde se sobresale el 55.13% que la facultad tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de 35.90% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 6.41% que existen esfuerzos sostenidos, y el 2.56% que existen iniciativas aisladas.

Asimismo, Navas (2013) en torno al análisis de la Responsabilidad Social de las Universidades Públicas del Estado de Lara, señala que es transcendental crear proyectos interdisciplinarios integrando a los departamentos y/o decanatos de diversas especializaciones a fin de brindar mayores beneficios a las comunidades, para ello se propone trabajar de manera interrelacionada con los departamentos de investigación y los docentes de las diversas especialidades para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada en la colectividad. En ese sentido en la facultad la promoción de líneas de investigaciones en ODS con equipos interdisciplinarios resalta en los resultados con el 50.00% que se ha institucionalizado como política; seguido de 28.21% que tiene impactos y resultados sistematizados; continuando de 19.23% que se hace esfuerzos para lograrlo, el 1.28% que existen iniciativas aisladas, y el 1.28% que no está contemplado. Por lo que articulando las líneas de investigaciones priorizando los ODS, se está visualizando cambios significativos.

También, Miranda (2010) considera a la comunicación estratégica como herramienta para la resolución de conflictos: un estudio de caso. La

comunicación, a pesar de continuar con su función principal de emisora y receptora de mensajes, actualmente tiene una gran función social, buscando a través de diálogo y de una mayor participación generar el desarrollo y el cambio social en las comunidades marginadas. Con una mayor y mejor comunicación las comunidades marginadas pueden avanzar en el desarrollo local. La comunicación también en los tiempos actuales es la acción de quienes buscan un buen posicionamiento en el presente y, principalmente, en el futuro, pues a través de la buena comunicación con su entorno es que va a lograr sus objetivos. La investigación coincide con lo propuesto por el autor puesto que, en la facultad se destaca con un 33.33% que se ha institucionalizado como política; seguido del 33.33% que existen esfuerzos; continuando con el 29.49% que tiene impactos y resultados sistematizados y el 3.85% que existen iniciativas aisladas. En ese sentido, se percibe que en la universidad las relaciones interpersonales son en general de respeto y cordialidad, coincidiendo con Miranda respecto a la función social que cumplen cada una de las universidades.

Por último, Remigio (2018) propone que las acciones estratégicas tienen impacto positivo en la identidad de las universidades privadas licenciadas de Lima, 2018. El soporte digital (portal web y redes sociales) que emplea las oficinas de Relaciones Públicas de las universidades tiene un mayor alcance que el soporte físico (periódico institucional y boletines), pues no sólo es consultado por su público interno (estudiantes), sino por todo aquel que tenga acceso y manejo del mundo digital. Constituyéndose en un elemento de vital

importancia para la construcción de la identidad y posicionamiento de la universidad con sus estudiantes, docentes, trabajadores y público en general. Los resultados coinciden y que la facultad tiene impactos y resultados sistematizados en el uso de los materiales multimedia y digitales de información con 34.62%; seguido del 32.05% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 25.64% que existen esfuerzos sostenidos, y el 7.69% que existen iniciativas aisladas que promueven el uso de material gráfico e impreso. Además, se viene implementando la creación de archivos de seguimiento de medios de comunicación multimedia y digitales. De esta forma se evidencia con 34.62% que tiene impactos y resultados sistematizados; seguido de un 34.62% que se ha institucionalizado como política; continuando con el 25.64% que existen esfuerzos sostenidos, y el 5.13% que existen iniciativas aisladas.

En consecuencia, puede sostenerse que la dimensión informativa se encuentra dentro de los parámetros institucionalizados como política en el uso de material gráfico, impreso, digital y multimedia.

CONCLUSIONES

- El objetivo general de esta tesis de grado fue analizar la relación entre la Comunicación Estratégica y la Responsabilidad Social Universitaria en la FCSEC, de la UNASAM, 2018. Por lo que se concluye que existe una relación significativa entre la Comunicación Estratégica y la Responsabilidad Social Universitaria y responde al entorno de los conceptos de las variables en estudio, puesto que la prueba de hipótesis de Chi Cuadrada tiene como resultado el 0,000 que es menor al 0,05, lo cual indica que se acepta la hipótesis propuesta para la investigación.
- Respecto al primer objetivo específico, se determinó que existe relación de la dimensión interaccional en la formación de la RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación – UNASAM, 2018, ya que se vienen proponiendo reuniones de trabajo, talleres de elaboración de instrumentos de gestión, entrenamiento y puesta en práctica las iniciativas, disertación y exposiciones de trabajos realizados lo cual es fundamental para mejorar el clima laboral, el campus ecológico y la ética y la transparencia.
- Mientras que, respecto al segundo objetivo específico, se establece que existe relación entre la dimensión informativa en el nivel cognoscitivo de la sostenibilidad social. Así se viene promoviendo la creación de medios formales, materiales gráficos e impresos, multimedia y digitales para este propósito, lo cual se relaciona con la inter y transdisciplinariedad, la

investigación en y con la comunidad y la producción y difusión de conocimientos por parte de los docentes de la facultad.

- Respecto al tercer objetivo específico, la dimensión ideológica se relaciona en la gestión organizacional de la RSU, puesto que se viene valorando los nuevos conceptos a través de la sensibilización en temas de comunicación por medio de discursos que persuada a los miembros de la comunidad universitaria desde el ámbito organizacional donde las formas de comunicación están mutando, producto del impacto que genera la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información; lo que generará un mejor clima laboral que conlleve a la creación y gestión ambiental integral y desarrolle procesos de capacitación con códigos y políticas de ética y transparencia.
- Respecto al cuarto objetivo específico, determina una relación significativa entre dimensión sociocultural en la participación social de actores universitarios, puesto que, en su estructura mítica y estereotipo sociocultural, desarrollan procesos de integración de la proyección social con la formación e investigación, lo cual conlleva a la realización de proyectos cocreados, duraderos y de impacto que logre la participación en la agenda local y regional; logrando una oportunidad de relación que posibilite la innovación que beneficie directamente a la comunidad en la solución de sus problemas, y así lograr un mejor cumplimiento de las funciones sustantivas; lo que también repercute a la universidad al ayudar a lograr la calidad y excelencia de manera más efectiva en sus procesos de formación e investigación y extensión.

RECOMENDACIONES

- Es necesario fortalecer técnicas, metodologías y tecnologías que le faciliten la interlocución con diversos grupos de interés, generar estrategias de comunicación de bien social y de sensibilización social que fomenten el desarrollo, la conectividad, la gestión del conocimiento y la responsabilidad social universitaria.
- Realizar planeación estratégica para articular la gestión de la comunicación con las prácticas socialmente responsables, ambos aspectos deben estar alineados y pensados con sentido prospectivo, para alcanzar valor social y reputacional con las demás universidades.
- Se encomienda a Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación (UNASAM) elaborar planes de Comunicación Participativa para poder integrar e involucrar a toda la comunidad y que puedan hacer suyos los procesos de desarrollo.
- Es necesario potenciar el uso de herramientas comunicativas para comunicar información relevante; además, se debe trabajar con mayor énfasis en los medios de comunicación para que se pueda dar a conocer este proceso y generar el interés. Utilizar de la misma manera nuevas tecnologías como las redes sociales que faciliten la interacción y brinden vías de participación directa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alea García, A. (2007). Futuros: Responsabilidad social empresarial: su contribución al desarrollo sostenible. Recuperado de: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm
- Arboleda, A. (2007). Colombia Aprende. Obtenido de <http://www.colombiaprende.edu.co/html/docentes/1596/article-175391.html>
- Azuero Diana (2009). *La comunicación de la RSE. Propuestas para un modelo de comunicación responsable. Cuadernos Forética N°13*. Madrid: Grupo Editorial Cinca Forética.
- Benítez Camino, D. I. (2018). *Diseño e implementación del proceso de comunicación organizacional dentro de la dirección nacional de la gestión de talento humano del instituto ecuatoriano de seguridad social, en el periodo comprendido desde noviembre del 2015 hasta julio del 2016* [tesis de grado no publicada]. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Caravedo, B. (2011). La comunicación y la responsabilidad social de la empresa. Manual de Gestión. Fondo Multilateral de Inversiones: Vol. HD60.5. L29 R47 2011, Vol. HD60.5.L29 R47, 324–325. <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>
- CLAD. (2012). *Reforma del Estado y de la Administración Pública. XVII Congreso internacional del CLAD*. Cartagena.
- Cuadrado T. (2008). Educación informal: la enseñanza que no se ve. España, Madrid. Ed. Narcea. p. 24.
- Desarrollo, P. d. (2012). Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Obtenido de <http://www.undp.org/content/undp/es/home/mdgoverview/>
- Domínguez, G. J., & Rama, C. (2012). *La Responsabilidad Social Universitaria en la Educación a Distancia*. Editorial Gráfica Real. Chimbote, Perú.

- Escudero Noreña, E. (2014). Confluencias, interfaces y trayectos en la gestión comunicativa de la organización. En: Véliz Montero, Fernando coordinador. *Comunicación Organizacional nuevas preguntas para nuevos desafíos*. Ecuador: Editorial Ciespal.
- Figuroa, R. (2013). *Introducción a las teorías de la comunicación*. México (CDMX): Pearson.
- Guzmán, R. H. y Herrera, E. R. (2019). *Comunicación Estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México (CDMX): McGraw-Hill.
- Herrera, M. A. (2008). La responsabilidad social universitaria en América Latina. *La educación superior en el mundo* (17), 283-304.
- Martí, J. & Vargas, O. (2014). La responsabilidad social de las universidades y su inserción en el contexto iberoamericano. Relevancia de la Carta de Río, 2014. *Cuadernos de RSO*, 2(2), 53-62.
- Martí, J. Martí, M. (2010) *Estudio de Variables de Responsabilidad Social Universitaria. Los jóvenes y la Educación Cívica*. Universidad de Valencia. España.
- Martínez Fajardo, C. (2010). *Responsabilidad social empresarial: una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental*. Bogotá (Colombia): Universidad Nacional de Colombia.
- Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, S. (2011). *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, S. (2013). Comunicación estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Año X, N° 18, ALAIC, enero-junio, con referato, ISSN 1807-3026, [En línea] Disponible en:

<<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/391/220>
> [Acceso: 15/10/2014]

- Meyer, J. A. (2009). Comunicación estratégica: nuevos horizontes de estudio. En: *Razón y Palabra "Relaciones Públicas"*, Número 70. Puebla: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y la Fundación Manuel Buendía, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Moreno, M.; Vaca C. y Roa, J. (2006). Victimización Escolar y Clima Socio Familiar. *Revista La de Educación*, (ISSN: 1681-5653) n.º 40/6 – 15 de diciembre. EDITA: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) p. 6-15.
- Morin, E. (2011). *La Vía: Para el futuro de la humanidad* (1ra ed.). Barcelona: Paidós.
- Municipal, S. D. (2008). *Plan de Desarrollo 2008-2011*. Caldas, Manizales. (p. 9-15).
- Nieves Cruz, F. (2006). Comunicación estratégica. Serie Comunicación Organizacional. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm>
- Peinado, E & Vives, A. (2011). *La responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Pérez, J. (2006). FUNDACION FACTOR HUMÁ. Recuperado de Fundación Factor Humá: https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8303/participativa_cast.pdf
- Rizo García, M. (2004). La comunicación como base para la interacción social. Aportaciones de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Contemporánea*, p.2-5.
- Ruiz Balza, A. et al (2015 - 2021) Señalética. Buenos Aires: Comunicólogos. Recuperado de: <https://www.comunicologos.com/enciclopedia/t%C3%A9cnicas/señal%C3%A9tica/>

- Tironi E. y Cavallo A. (2004). *Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Santiago de Chile: Aguilar Chilena de Ediciones S.A.
- Torres Corzo, E. G. (2010). Responsabilidad Social Empresarial. Extraído de: <http://www.gestiopolis.com/administración-estrategia/responsabilidad-social>
- Vallaey, F. (2007). *Responsabilidad Social Universitaria, Propuesta para una definición madura y eficiente*. Monterrey (México): Tecnológico de Monterrey, Eugenio Garza Sada.
- Vallaey, F. (2013). La Responsabilidad Social de la Universidad. *Palestra Portal de Asuntos Públicos de la PUCP*, V (23) (18) p. 8.
- Vallaey, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Latinoamericana de Educación Superior*, V(12), 105-117.
- Vallaey, F. (2020). Manual de Responsabilidad Social Universitaria. El modelo URSULA: estrategias, herramientas, indicadores. Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana. <https://unionursula.org/publicaciones-ursula/> (p. 60 – 66)
- Vallaey, F., De la Cruz, C., & Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria: Manual de primeros pasos*. México (CDMX): McGraw Hill - Interamericana.
- Valle Flórez, M. (2003). La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI. *Revista Razón y Palabra*, N°32, (p. 7)
- Valverde, J.; Beita, W.; Bermúdez, J. C.; Pino, G.; Rodríguez, G.; Sánchez, R. (2011). Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria. Dimensiones y estudios de caso. Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional Heredia, Costa Rica. (p. 21-23)

ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO
ESCUELA DE POSTGRADO**

Maestría en Comunicación y Desarrollo

FICHA DE OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA

Niveles de evaluación

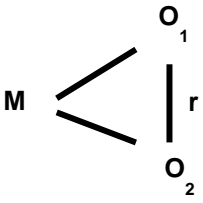
- 1 No se ha contemplado
- 2 Existen iniciativa aisladas
- 3 Existen esfuerzos sostenidos
- 4 Se ha institucionalizado como política
- 5 Tiene impactos y resultados sistematizados

| Variables | Dimensión | Indicador | Interrogantes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | |
| Comunicación estratégica | Dimensión interaccional | Reunión de trabajo | Se promueven reuniones para interactuar | | | | | |
| | | Taller de elaboración de instrumentos de gestión | Se realizan talleres académicos o de participación | | | | | |
| | | Entrenamiento y puesta en práctica las iniciativas | Se promueven espacios organizados para la réplica de procedimientos | | | | | |
| | | Disertación y exposiciones de trabajos realizados | Se realizan exposiciones de temas diversos con participación activa | | | | | |
| | Dimensión informativa | Seguimiento de Medios formales (multimedia y digitales) | Promueven la creación de archivos de seguimiento de medios de comunicación multimedia y digitales | | | | | |
| | | Materiales gráficos e impresos (documentos oficiales) | Se promueve el uso de material gráfico e impreso | | | | | |
| | | Materiales multimedia y digitales | Cuenta con materiales multimedia y digitales para informarse | | | | | |
| | Dimensión ideológica | Conceptualización | Se promueve la sensibilización en temas de comunicación | | | | | |
| | | Discurso | Se persuade en conceptos de comunicación | | | | | |
| | Dimensión sociocultural | Estructura mítica | Se promueve una comunicación horizontal | | | | | |
| Estereotipo sociocultural | | Se acepta la participación de los grupos socioculturales existentes | | | | | | |

| Variables | Dimensión | Indicador | Interrogantes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | |
| Responsabilidad Social Universitaria | Gestión Organizacional | Clima laboral. | Se generan oportunidades de desarrollo personal y profesional. | | | | | |
| | | Campus ecológico. | Se cuenta con sistemas de gestión ambiental integral y desarrolla procesos de capacitación. | | | | | |
| | | Ética y transparencia. | Se cuenta con códigos y políticas de ética, transparencia y se tiene canales ágiles de denuncias. | | | | | |
| | Formación | Aprendizaje basado en PS. | Se implementa la metodología del Aprendizaje Servicio, y se cuenta con un inventario de proyectos sociales. | | | | | |
| | | Inclusión curricular de ODS. | Está incluido en forma transversal los ODS en la malla curricular y se capacita a los docentes respecto a las agendas públicas | | | | | |
| | | Mallas diseñadas con actores externos. | La malla curricular está en función de actores externos contemplando criterios de diversidad, el seguimiento, la comunicación e inclusión de los egresados. | | | | | |
| | Cognición | Inter y transdisciplinariedad. | Se promueve líneas de investigaciones en ODS con equipos interdisciplinarios. | | | | | |
| | | Investigación en y con la comunidad. | Se desarrollan investigaciones en y con la comunidad, en cooperación con comunidades vulnerables para investigar su problemática social. | | | | | |
| | | Producción y difusión de conocimientos. | Se cuenta con canales y métodos de divulgación científica hacia públicos no académicos, promoviendo innovación y transferencia tecnológica hacia comunidades vulnerables. | | | | | |
| | Participación social | Integración de la Proyección social con la formación e investigación. | Se desarrollan procesos de articulación entre formación profesional, investigación y extensión social y voluntariado estudiantil. | | | | | |
| | | Proyectos co creados, duraderos y de impacto. | Se desarrollan proyectos cocreados con comunidades vulnerables y que estas sean sostenibles. | | | | | |
| | | Participación en la agenda local y regional. | Se promover convenios de cooperación con actores públicos y privados para la agenda ODS, y se participa en redes académicas. | | | | | |

MATRIZ DE CONSISTENCIA

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | METODOLOGÍA | | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
|---|---|--|--|---|---|---|--|
| | | | TIPO DE ESTUDIO | POBLACIÓN Y MUESTRA | | | |
| <p>Problema General:</p> <p>○ ¿Cómo se relaciona la comunicación estratégica con la responsabilidad social universitaria en la Facultad de</p> | <p>Objetivo General:</p> <p>○ Analizar la relación entre la Comunicación Estratégica y la Responsabilidad Social Universitaria en la</p> | <p>Hipótesis General:</p> <p>○ La Comunicación Estratégica se relaciona significativamente con la Responsabilidad Social Universitaria en la Facultad de Ciencias</p> | <p>La investigación es descriptiva correlacional, puesto que estudiaremos el grado de relación existente entre la</p> <p>VARIABLE 1 (Comunicación</p> | <p>Población</p> <p>Para la investigación se consideró a los 84 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Comunicación</p> | <p>VARIABLE 1</p> <p>Comunicación estratégica</p> <p>Tironi y Cavalo (2004)</p> <p>La “comunicación estratégica debe entenderse como una nueva visión</p> | <p>Dimensión interaccional</p> <p>Dimensión informativa</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Reunión • Taller • Entrenamiento • Disertación • Seguimiento de Medios • Materiales gráficos e impresos |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|--|
| <p>Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018?</p> | <p>Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.</p> | <p>Sociales, Educación y de la Comunicación, de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, 2018.</p> | <p>n Estratégica) y la VARIABLE 2 (Responsabilidad Social Universitaria).</p> <p>DISEÑO</p>  | <p>ón, quienes laboran en las direcciones de departamento de Ciencias Sociales y Educación, adscritos a la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad</p> | <p>del rol de la comunicación, tanto dentro de la organización como en las interrelaciones entre la organización y su entorno, ya que es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa</p> | <p>Dimensión ideológica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales multimedia y digitales • Conceptualización • Discurso <p>Dimensión sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura mítica • Estereotipo sociocultural |
|--|--|---|---|--|--|--|

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | <p>donde:</p> <p>M : Muestra</p> <p>O1 : Primera Variable</p> <p>O2 : Segunda Variable</p> <p>r : Relación entre primera y segunda variable</p> | <p>Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la ciudad de Huaraz.</p> <p>Muestra 78 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicaci</p> | <p>conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|--|---|
| <p>Problemas específicos:</p> <p>○ ¿Cómo se relaciona la dimensión interaccional en la formación de la RSU?</p> | <p>Objetivos Específicos</p> <p>○ Determinar la relación de la dimensión interaccional en la formación de la RSU.</p> | <p>Hipótesis Específicos:</p> <p>○ El proceso comunicativo ideológico se relaciona significativamente con la dimensión educativa de RSU en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación.</p> | | <p>ón, quienes laboran en las direcciones de departamento de Ciencias Sociales y Educación adscritos a la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad</p> | <p>VARIABLE 2</p> <p>Responsabilidad Social Universitaria</p> <p>Vallaes F. (2008)</p> <p>Es una política de mejora continua de la Universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante 4 procesos: Gestión ética y</p> | <p>Gestión Organizacional</p> <p>Formación</p> <p>Cognición</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Clima laboral • Campus ecológico • Ética y transparencia • Aprendizaje basado en PS. • Inclusión curricular de ODS • Mallas diseñadas con actores externos. • Inter y transdisciplinariedad |
|--|--|---|--|---|--|--|---|

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|---|------------------------------------|---|
| <p>○ ¿Qué grado de relación tiene la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU?</p> <p>○ ¿Cómo se relaciona la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU?</p> | <p>○ Establecer la relación que tiene la dimensión informativa con el nivel cognoscitivo de la RSU.</p> <p>○ Determinar la relación de la dimensión ideológica en la gestión organizacional de la RSU.</p> | <p>○ La dimensión informativa se relaciona significativamente con el nivel cognoscitivo de la sostenibilidad social.</p> <p>○ El proceso sociocultural se relaciona significativamente con la interacción con los actores sociales universitarios.</p> | | <p>Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.</p> | <p>ambiental de la institución; Formación de ciudadanos responsables y solidarios; Producción y Difusión de conocimientos socialmente pertinentes; Participación social en la promoción de un Desarrollo más humano y sostenible.</p> | <p>Participación social</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Investigación en y con la comunidad • Producción y difusión de conocimientos • Integración de la Proyección social con la formación e investigación • Proyectos co-creados, duraderos y de impacto <p>Participación en la agenda local y regional.</p> |
|---|--|--|--|---|---|------------------------------------|---|

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|
| <p>o ¿Cómo se relaciona la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU?</p> | <p>o Establecer la relación de la dimensión sociocultural en la participación social de la RSU.</p> | <p>o El proceso comunicativo como fenómeno social de articulación se relaciona con la gestión ambiental universitaria.</p> | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|