
25. PERCEPCIONES DE EGRESADOS RESPECTO AL USO DE REDES SOCIALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE UNA UNIDAD ACADÉMICA UNIVERSITARIA¹⁵⁵

Perceptions of Graduates Regarding the Use of Social Networks and Social Responsibility of a University Academic Unit

Angel Johel Centurion Larrea¹⁵⁶

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.¹⁵⁷

¹⁵⁵ Derivado del proyecto de investigación homónimo.

¹⁵⁶ Universidad de San Martín de Porres – filial norte, docente responsable de unidad de investigación del Programa de Ciencias de la Comunicación, correo electrónico: acenturionl@usmp.pe

¹⁵⁷ Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. www.rediees.org

PERCEPCIONES DE EGRESADOS RESPECTO AL USO DE REDES SOCIALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE UNA UNIDAD ACADÉMICA UNIVERSITARIA

Angel Johel Centurion Larrea

RESUMEN

La presente investigación aborda la comunicación institucional y formativa, tiene como objetivo analizar las percepciones de egresados de una unidad académica universitaria respecto al uso de redes sociales y responsabilidad social. El estudio siguió un enfoque cualitativo, para la recolección de la información se aplicó una entrevista semiestructurada y a profundidad dirigida a cuatro egresados, la misma que fue contrastada con la información recogida, seleccionada y organizada como resultado de una revisión bibliográfica previa. El análisis de los hallazgos permitió llegar a la conclusión que los informantes perciben que el uso de las redes sociales de parte del programa académico es bueno, precisando que es necesario mejorar la organización, el uso de una línea gráfica, la difusión de actividades de la unidad y que se debe hacer más atractiva para los jóvenes y público externo. Respecto a la responsabilidad social, la percepción que se tiene implica que la mayoría de acciones son promovidas por docentes, sin que formen parte de la planificación silábica; también se solicita mejorar las estrategias de difusión que permitan que más egresados y estudiantes puedan sumarse, mediante las redes sociales, a la realización de acciones de responsabilidad social. Finalmente, se ha identificado que los estudiantes confunden responsabilidad social y proyección social, identificándolas como actividades que se ejecutan en la comunidad, sin que estén asociadas o contribuyan necesariamente al proceso formativo.

PALABRAS CLAVE: universitarios; fin educativo; medios de comunicación; academia; ex alumnos; fenomenología.

ABSTRACT

This research deals with institutional and formative communication, with the objective of analyzing the perceptions of graduates of a university academic unit regarding the use of social networks and social responsibility. The study followed a qualitative approach, for the collection of information a semi-structured and in-depth interview was applied to four graduates, which was contrasted with the information collected, selected and organized as a result of a previous bibliographic review. The analysis of the findings led to the conclusion that the informants perceive that the use of social networks by the academic program is good, specifying that it is necessary to improve the organization, the use of a graphic line, the dissemination of activities of the unit and that it should be made more attractive to young people and external audiences. Regarding social responsibility, the perception is that most of the actions are promoted by teachers, without being part of the syllabic planning; it is also requested to improve the dissemination strategies that allow more alumni and students to join, through social networks, the realization of social responsibility actions. Finally, it has been identified that students confuse social responsibility and social projection, identifying them as activities that are carried out in the community, without necessarily being associated or contributing to the training process.

KEYWORDS: University students, educational purpose, media, academia, alumni, phenomenology

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación con enfoque cualitativo, contó con la participación de cuatro informantes, que son egresados universitarios, conformado por tres mujeres y un varón. La investigación sirvió para analizar cómo la institución y la unidad académica vienen gestionando las redes sociales y la responsabilidad social. También, sirvió como un diagnóstico valioso para identificar y proponer acciones de mejora. En especial, la invitación a los egresados para trabajar como informantes se percibe como un interés investigativo que promueve la interrelación y consideración de sus expectativas y demandas para la mejora institucional.

Las redes sociales se han configurado como una herramienta clave en materia de difusión masiva, considerando su capacidad para llegar a cualquier lugar del mundo y el impacto social que generan. Es decir promueven una comunicación interactiva y dinámica que es empelado por individuos e instituciones de todo el mundo (Hütt, 2012). Se estima que 2958 millones de usuarios de internet tienen un perfil en Facebook y que el crecimiento de los usuarios ha sido del 480% en entre el 2002 y 2012. Además, como las interacciones se dan a nivel mundial, son más de setenta idiomas los que se emplean en los procesos de comunicación a través de las redes sociales (De la Torre, 2012; Galeano, 2023). Durante los últimos años las redes sociales actúan como continuación de cualquier otro contexto social, volviéndose un lugar en el cual hay que intentar afirmarse como individuo y atreverse a ir contra corriente. De este modo, cada vez más, las redes sociales concentran gran cantidad de información de los usuarios (Del Prete y Pantoja Redon, 2020).

Las redes sociales generan conectividad, debido a la creciente posibilidad de interconexión de la comunicación de las personas con uso de las TIC, la posibilidad de compartir experiencias a grandes distancias se ha hecho cada día más viable, en cuanto a cantidad y calidad. Situación que en el contexto de la pandemia por el Covid 19 ha demostrado que la relación de trabajo remoto en todo nivel y a toda escala es posible, fortaleciendo y acrecentando con ello la conexión de la personas y de las cosas con ayuda de la internet (López y Escobedo, 2021). Del mismo modo, estos procesos son complejos, entretejidos en factores de interdependencia e interrelación, situación que hace necesario enfocar

la atención en situaciones o fenómenos, donde la interacción de sus factores es clave para poder definir el sistema y comprender o atender los problemas que surjan en él (Salgado y Parra, 2021).

Respecto a la responsabilidad social, todas las universidades están obligadas a realizarla, esto se puede entender como aquella responsabilidad que surge por el impacto de las acciones que se realizan (Viteri, 2010) como parte del proceso formativo, es decir como parte del proceso de desarrollo de las competencias del perfil de egreso, ya sean actividades de tipo administrativas, académicas o curriculares (Bravo, 2018). Como una de los ejes principales de la gestión universitaria, se busca fomentarla y fortalecerla, por ejemplo, a través de enfoques de instrucción sistémicos, y una mayor responsabilidad social que puede conducir a un mayor compromiso para resolver las temas socio científicos (Hwang et al., 2023).

Este enfoque de responsabilidad social universitaria, remarca lo que tradicionalmente, en América Latina, se ha considerado como universidad comprometida en la construcción de nuevos horizontes para la edificación de sociedades más justas y equitativas. Por ello, la institución universitaria debe refrendar su papel transformador y empezar por ella misma, al asumir cada vez más una postura de mayor responsabilidad, transparencia y escrupulosidad en lo que hace, lo que proyecta y lo que aporta a la sociedad (Ibarra Uribe et al., 2020). Sin duda, para lograr una universidad socialmente responsable, es necesario contar con un docente que además de cumplir con su rol de educador profesional, tenga o desarrolle la cualidad esencial de ser “integral”, al trascender la disciplina particular que imparte, e integrar los componentes: ético- moral, cultural, político e ideológico, psicopedagógico y ambiental (Garbizo Flores et al., 2020). Todo ello, en el contexto de una real aplicación de la RS en la gestión universitaria tiene como beneficiario a la sociedad, pues uno de los roles fundamentales que tiene la universidad es promover y generar transformación y desarrollo social (La Cruz-Arango et al., 2022).

Lo anterior se configura como un marco teórico para comprender las percepciones de las redes sociales y la responsabilidad social, contribuyendo en el acercamiento epistemológico del objeto de estudio, y por tanto con la presente investigación que se plantea como pregunta ¿cuáles son las percepciones de los egresados respecto al uso de redes sociales

y responsabilidad social de una unidad académica universitaria?, planteándose como objetivo general analizar las percepciones de egresados respecto al uso de redes sociales y responsabilidad social.; y se planteó como objetivos específicos describir las percepciones estudiantiles respecto a ambas categoría.

La investigación permitió conocer cómo perciben los estudiantes los procesos de gestión de las redes sociales y responsabilidad social de parte de la unidad académica, identificando posibilidades de mejora desde la planificación y ejecución de procesos de gestión académica y administrativa, sobre todo mejorando la relación y participación de los egresados. Información que será valiosa para estimar y proponer estrategias para la mejora permanente de la calidad del servicio educativo del programa y de la institución. Respecto a su contribución científica, el abordaje de estos dos temas es clave para las investigaciones sobre gestión universitaria, por cuanto el uso de redes sociales tiene un impacto directo con los procesos de comunicación y diálogo con la comunidad educativa, en especial de los egresados; y respecto a la responsabilidad social, esta se enmarca en una obligación de ley, cuya promoción y ejecución son evidencias obligatorias en los procesos de licenciamiento y acreditación universitaria.

MATERIAL Y MÉTODOS

Considerando los objetivos de la investigación, se seleccionaron informantes que hayan egresado del programa académico en estudio, correspondiendo al programa de estudios de Ciencias de la Comunicación ubicada en el norte del Perú, además se consideró la disposición previa para participar de la investigación, situación que quedó validada con el respectivo consentimiento informado. Se precisó que su participación sería anónima, por ello se le asignó una codificación a fin de proteger su identidad.

Dentro del perfil de cada informante se utilizaron como criterios de inclusión que hayan terminado su plan de estudio en forma regular en la unidad académica intervenida, egresados en el semestre 2022-I o 2022-II, con edades entre 21 y 23 años, que pertenezcan al tercer superior de rendimiento académico. Se incluye a la siguiente tabla para mejor precisión.

Tabla 1*Caracterización de los informantes seleccionados*

Código de informante	Sexo	Condición	Programa de estudios	Edad
D1	Femenino	Egresada 2022-I	Ciencias de la Comunicación	22
D2	Femenino	Egresada 2022-II	Ciencias de la Comunicación	22
D3	Masculino	Egresado 2022-II	Ciencias de la Comunicación	23
D4	Femenino	Egresada 2022-II	Ciencias de la Comunicación	21

Nota: elaboración propia.

El enfoque de la investigación se corresponde al cualitativo, puesto que de la información obtenida se obtienen interpretaciones, descripciones, percepciones y valoraciones de los informantes sobre el objeto de estudio (Quecedo y Castaño, 2002), el tipo es fenomenológica puesto que se centra en observar el comportamiento expresado en conocimientos y pareceres de cada informante en su hábitat natural. Asimismo, se trata de un análisis de caso por la focalización en una comunidad, representada por ex estudiantes informantes, cuyos resultados no pueden ser generalizables. Por último, se trata de un estudio que utilizó el método hermenéutico en el cual se realizaron inferencias parciales hasta configurar las generales (Baeza y Sáez, 2022).

Se aprovechó además el uso de la videoconferencia zoom para el desarrollo de las entrevistas, programándolas de acuerdo a la disponibilidad de los informantes. Estos fueron entrevistados a través de la video conferencia zoom, exponiéndoles el consentimiento informado correspondiente y solicitando su aceptación para participar libremente. La técnica de investigación usada fue la entrevista a profundidad, valorando enormemente la honestidad y objetividad de los participantes (Robles, 2011), a partir de un cuestionario semiestructurado se favoreció la profundización necesaria. Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 30 minutos, las cuales fueron grabadas, con el consentimiento del informante, para proceder a sistematizarlas posteriormente al procesamiento de la información. Además, la última pregunta ofrecía un espacio para que se pueda verter alguna precisión, valoración, crítica, recomendación u aporte del tema o sobre el propio desarrollo de la entrevista.

Finalmente, para el procesamiento de los datos se procedió a la técnica de codificación abierta “open code” que permitió seguir un proceso que consideraba, la transcripción de las entrevistas, la lectura y análisis hasta establecer hallazgos (similitudes y significatividades de las respuestas), y, por último, determinar elementos emergentes a partir de inferencias de la información proporcionada en el paso anterior y postulados académicos fruto de la selección de la literatura que sirvió de marco inicial.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El uso de las redes sociales se ha convertido es un herramienta clave para el desarrollo de los procesos de comunicación internos y externos (Aristizabal et al., 2018). Esto genera que surjan nuevos campos de especialización, producto de las tendencias, como es el caso del community manager (Gestor de Comunicaciones), cuya presencia se hace indispensable para garantizar un manejo profesional de las redes sociales. Al respecto los informantes coinciden en que “no hay un trabajo previamente planteado, con un cronograma” (D1). “Falta que las escuelas se unifiquen, se nota que son personas diferentes que trabajan el contenido” (D2). “Yo siento que la filial está muy desorganizada. Creo que es la falta de un guion de trabajo, un community manager” (D3). Se justifica entonces, que una de las necesidades primordiales para mejorar el uso de las redes sociales es contar con una persona especializada, que disponga del tiempo necesario para atender este campo de la comunicación organizacional.

Si bien el uso de redes sociales masifica la comunicación y permite dar a conocer información de manera inmediata y a nivel global, es necesario que cuando esta se corresponde con un medio de comunicación formal se alíne a la identidad institucional, configurándose como un estrategia para su posicionamiento y fortalecimiento (Aguerreberre y Pacanowski, 2018), en especial cuando quien los produce es una institución responsable de formar a los especialistas en esa área. Al respecto, los informantes comentan que “los diseños son muy básicos” (D1), “hay que unificar la presentación del contenido” (D2), “la línea

gráfica no es homogénea” (D3) y “la información no es completa, algunas veces hay que realizar consultas por interno” (D4).

Es imprescindible en ese sentido, que la persona responsable de la gestión de las redes sociales, busque constituir la como un medio de comunicación organizado entorno a la identidad institucional para fortalecer la relación de pertenencia y de identificación con la comunidad educativa y los egresados, puesto que, con ello, se puede promover la participación activa para una retroalimentación que favorecerá los procesos académicos y curriculares (Salinas y Calderón, 2008).

El uso de las redes sociales implica una serie de consideraciones, por ejemplo, debemos pensar en una interacción activa y sensible, que tenga en cuenta contextos de comunicación realistas, estimulación a partir de la comunicación, simplificación de conceptos complejos y difíciles, imágenes de alta calidad y que provoquen emociones positivas y la inversión en recursos humanos para la mejora del servicio (Deng y Benckendorff, 2021). Se puede considerar además la sensibilización permanente del participante, apuntando en clarificar la importancia, y usabilidad percibida de la información y los mensajes (Rabin et al., 2019); complementándose indudablemente con la autodeterminación y compromiso del participante a partir de su grado de identificación y pertenencia (Lan y Hew, 2020). Esto implica, que en el marco de la mejora continua y la reflexión crítica de la experiencia se consideren las características, perfiles y necesidades de cada receptor o de la comunidad de receptores (A.Qaffas et al., 2020).

La responsabilidad social (RS) en la universidad implica tener una política educativa de conciencia de los impactos de la gestión universitaria. De una parte, el impacto de los universitarios (en proceso de formación) en la sociedad, alineando el perfil de egreso a las demandas reales de la sociedad. De otra parte, el impacto del proceso formativo en la comunidad educativa interna (toda actividad planificada y ejecutada para la formación), es decir, que ocasiona en los docentes, administrativos y gestores, (Monzón et al., 2020). Si bien, la unidad académica asume el compromiso de la responsabilidad social, en atención a las precisiones de la Ley N° 30220. “Se realiza algunas actividades, pero hace falta difusión.

Los propios estudiantes y egresados desconocen, también el personal, es decir no se logra difundir” (D1). “He observado algunas actividades con niños, pero no tiene la difusión necesaria para que toda l comunidad educativa esté informada” (D3).

Para consolidar una política integral de RS a nivel institucional, que sea sostenible en el tiempo es necesario que cada uno de los integrantes de la universidad tales como docentes, directivos, personal de apoyo y egresados, conozcan las actividades planificadas, los proyectos de cada unidad y el cronograma respectivo, de este modo podrán organizarse y participar de la mejor manera (Vallaey, 2014). Sin embargo “la mayoría de personas externas no saben qué hacemos actividades de RSU” (D1). “Los alumnos son los que terminan comentando, participando, pero los demás no terminan convenciéndose porque no se muestra lo que se hace” (D2). “Las campañas sociales para ayudar a niños (...) creo que falta difundir, ese tipo de eventos logran mejor conexión con la gente” (D3).

Por otro lado, los informantes perciben a la RS como una actividad o conjunto de actividades realizados en o con la comunidad, sin que necesariamente estén alineadas al proceso formativo o las líneas de investigación institucional, por ello es importante que el programa y la institución elabore una estrategia de sensibilización y de formación sobre la RS en la universidad. Al respecto, hay que considerar que las universidades se presentaron al proceso de licenciamiento institucional (SUNEDU, 2015), con propuestas curriculares adecuadas a la Ley 30220, pero no que habían pasado por el proceso de actualización con todo el rigor técnico necesario, la pertinencia social de la propuesta curricular (perfil de ingreso, egreso, objetivos de formación, objetivos educaciones, trabajo con grupos de interés, etc.) no había sido trabajada a partir del análisis PESTC(político, económico, social, tecnológico y científico) ni con el estudio de oferta y demanda social necesarios (educativo y laboral). Esto ha originado que la implementación de la RSU en la universidad se realice a través de proyectos y no desde la propuesta curricular. Desde luego que existen excepciones, algunas universidades han logrado proponer estrategias curriculares que permiten el abordaje de la RSU desde la formación profesional, se suman algunas iniciativas docentes que proponen formas de trabajo desde el desarrollo del micro currículo como experiencias para potenciar la conciencia social (Centurión y Ramos, 2018).

La transversalidad de la RSU expone dificultades para el abordaje desde la propuesta curricular, observamos algunas impostaciones de proyectos dentro del micro currículo (sílabos), de otra parte los proyectos de RSU no se alinean con los objetivos de los programas de formación, las estrategias formativas carecen que oportunidades para acercar a los estudiantes a la comunidad y con ello a los problemas reales de la sociedad, el acompañamiento docente en las investigaciones de estudiantes no garantiza que los problemas abordados se correspondan con Agendas de investigación alineadas al enfoque de la RSU, incluso mucho de los resultados de las investigaciones se traducen en literatura gris (Gracia, 1994).

La falta de una estrategia curricular para la transversalidad de la RSU en los primeros años de formación del estudiante, origina la postergación de la gestión de la calidad universitaria y aleja a la universidad de la sociedad. Es en los primeros ciclos de formación donde el estudiante llega con todas las motivaciones y también con todas las cegueras, es menester de la universidad aprovecharlas, para potenciar sus habilidades investigativas acompañándolas y alineándolas a verdaderas demandas sociales; todo ello desde una mirada del campo profesional. De otra parte, hay que ofrecer a los estudiantes oportunidades para reconocer en la RSU el verdadero objetivo de la formación profesional, dirigiendo un proceso formativo con enfoque de aprendizaje servicio solidario. En ese sentido, será la universidad la que provea de ciencia responsable, lúcida y abierta a la solución de los problemas sociales de la humanidad, promoviendo el desarrollo equitativo, innovador y sostenible, con profesionales competentes y comprometidos.

CONCLUSIONES

Los estudiantes entrevistados reconocen que la unidad académica y la institución emplean las redes sociales para crear procesos de comunicación, sin embargo, han identificado la necesidad de contar con un community manager que garantice la gestión profesional de las redes sociales, además de prever que la identidad institucional debe ser potenciada a través de estas herramientas, buscando mejorar el nivel de pertenecía de la

comunidad educativa y los egresados. Esto permitiría, por ejemplo, efectivizar la comunicación y participación de egresados en acciones de responsabilidad social.

La responsabilidad social se realiza a partir de actividades aisladas, que muchas veces no tienen la difusión necesaria, lo que demanda de un plan para la generación de proyectos de RSU que sea participativo y que difunda lo que se planea para así contar con la participación de la comunidad educativa y de los egresados.

Finalmente, la unidad académica y la institución deben plantear estrategias de formación sobre RS, por cuanto los egresados asocian cualquier actividad desarrollada en la comunidad como una actividad de esta naturaleza. Para abordar integralmente este problema, es necesario contar además con un plan de transversalización de la RS a nivel de la institución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A.Qaffas, A., Kaabi, K., Shadiev, R. y Essalmi, F. (2020). Towards an optimal personalization strategy in MOOCs. *Smart Learning Environments*, 7(1), 1-18.
<https://doi.org/10.1186/s40561-020-01117-y>
- Aguerreberre, P. M., y Pacanowski, A. G. (2018). El rol de las redes sociales en la difusión de la identidad corporativa de los hospitales españoles. *Revista de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación*, 5(10), 30-38. <https://doi.org/10.24137/RAEIC.5.10.5>
- Aristizabal, L., Patiño, K. y Romero, P. (2018). *Las redes sociales como estrategia de Comunicación Organizacional* Las redes sociales como estrategia de Comunicación Organizacional Autores [Tesis de pregrado] Respositorio Universidad ECCI.
<https://repositorio.ecci.edu.co/handle/001/993>
- Baeza, M. y Sáez, A. (2022). Hermenéutica e imaginarios sociales. En F. Aliaga Sáez (ed.). *Investigación sensible. Metodologías para el estudio de imaginarios y representaciones sociales* (pp. 95-134).
- Bravo, Y. M. (2018). *Modelo de Gestión para los procesos académicos de una universidad de la provincia de Chiclayo, región Lambayeque en el año 2017*. [Tesis de maestría]. Repositorio Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://acortar.link/k4ccTR>
- Centurión, Á. J. y Ramos, M. L. (2018). Programa socio-educativo de aprendizaje y servicio solidario para mejorar el nivel de conciencia social en estudiantes universitarios. *TZHOECOEN*, 10(1), 66-74. <https://doi.org/10.26495/RTZH1810.125044>
- De la Torre, L. (2012). Las redes sociales: conceptos y teorías. *Consonancias* , 11(39).
<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7067/1/redes-sociales-conceptos-teorias.pdf>
- Del Prete, A. y Pantoja Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad . *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11.
<http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Deng, R. y Benckendorff, P. (2021). What are the key themes associated with the positive learning experience in MOOCs? An empirical investigation of learners' ratings and reviews. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 18(1), 1-

28. <https://doi.org/10.1186/s41239-021-00244-3>
- Galeano, S. (27 de enero de 2023). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2023)*. Marketing-Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>
- Garbizo Flores, N., Ordaz Hernández, M. y Lezcano Gil, A. M. (2020). El profesor universitario ante el reto de educar: su formación integral desde la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista de Estudios y Experiencias En Educación*, 19(40), 151-168.
<https://doi.org/10.21703/REXE.20201940GARBIZO8>
- Gracia, J. (1994). Problemática del acceso y recuperación de la literatura gris en las ciencias humanas y sociales. *Revista General de Información y Documentación*, 4(2).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=903021>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Hwang, Y., Ko, Y., Shim, S. S., Ok, S. Y. y Lee, H. (2023). Promoting engineering students' social responsibility and willingness to act on socioscientific issues. *International Journal of STEM Education*, 10(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/S40594-023-00402-1/TABLES/7>
- Ibarra Uribe, L. M., Fonseca Bautista, C. D. y Santiago García, R. (2020). La responsabilidad social universitaria. Misión e impactos sociales. *Sinéctica, Revista Electrónica de Educación*, 54, 1-18. [https://doi.org/10.31391/S2007-7033\(2020\)0054-011](https://doi.org/10.31391/S2007-7033(2020)0054-011)
- La Cruz-Arango, O. D., Zelada-Flórez, E. A., Aguirre-Landa, J. P. y Garro-Aburto, L. L. (2022). Responsabilidad social universitaria y posicionamiento de universidades en Lima-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(3), 334-344.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28071865023/28071865023.pdf>
- Lan, M. y Hew, K. F. (2020). Examining learning engagement in MOOCs: a self-determination theoretical perspective using mixed method. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-0179-5>
- López, E. y Escobedo, F. (2021). Conectivismo, ¿un nuevo paradigma del aprendizaje? *Desafíos*, 12(1), 67-73. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.259>
- Monzón, A. S., Illa-Sihuincha, G. y Ruiz, R. E. (2020). Neuromanagement y responsabilidad social: Factores clave en la gestión educativa universitaria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 28(5), 135-143. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845011/28071845011.pdf>

- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Rabin, E., Kalman, Y. M. y Kalz, M. (2019). An empirical investigation of the antecedents of learner-centered outcome measures in MOOCs. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0144-3>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49. <https://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>
- Salgado, M. y Parra, J. (2021). La Teoría de la Complejidad y el Entorno Educativo. *Revista de La Unidad de Investigación de La Facultad de Economía de La UNSA*, (Segunda Edición Especial), 37-44. <https://doi.org/10.48168/ccee012021-004>
- Salinas, L. V. y Calderón, D. M. (2008). *Contribución social de los egresados del programa de licenciatura en educación básica con énfasis en humanidades e inglés de la universidad la Gran Colombia*. [Tesis de pregrado]. Repositorio Universidad la Gran Colombia. [https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/170/VIVIANA Y DIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/170/VIVIANA_Y_DIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- SUNEDU. (noviembre de 2015). *Modelo de licenciamiento*. <https://www.sunedu.gob.pe/modelo-licenciamiento-institucional/>
- Vallaes, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(12), 105-117. <https://www.redalyc.org/pdf/2991/299129977006.pdf>
- Viteri, J. (2010). Responsabilidad social. *Enfoque*, 1, 90-100. <https://acortar.link/S0SxfV>