



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**TESIS**

---

**“CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA  
PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD  
ANDINA DEL CUSCO, 2018”**

---

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO  
DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS

Presentado por:

Br. Fredy Salas Merino

ASESOR: Dr. Cleto De La Torre Dueñas

CUSCO – PERÚ

2021



## DEDICATORIAS

A mis padres, Jesusa y Bernardo, de quienes aprendí la honestidad y la responsabilidad y muchas otras cosas de la vida.

A Lizbeth, mi esposa, por su amor, sostenimiento, comprensión, confianza para lograr ambos nuestra realización como profesionales.



## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Andina del Cusco por ser participe con mi adiestramiento académico y la oportunidad laboral.

Al Director del departamento Académico de Ingeniería de Sistemas, por brindarme las facilidades de realizar el levantamiento de información.

Al Dr. Cleto de la Torre Dueñas, mi asesor, por su paciencia y sus valiosas orientaciones al desarrollo de mi tesis.



## RESUMEN

El presente estudio de investigación se realizó con el propósito de analizar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco - 2018. La metodología utilizada en la realización de la tesis fue un enfoque cuantitativo con un nivel de estudio descriptivo, correlacional. El diseño de investigación corresponde al tipo no experimental transversal correlacional. La población quedó constituida por 445 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco en el 2018, se determinó un tamaño de muestra que estuvo representada por 207 estudiantes a quienes se les atribuyó un cuestionario de ambas variables, la prueba de fiabilidad se realizó con 20 encuestados, donde se alcanzó un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.916 de la variable calidad de servicio y 0.757 de la variable imagen institucional, con un nivel aceptable. En cuanto a los resultados, se evidenciaron que las variables de estudio: La calidad de servicio y la imagen institucional mantienen una relación directa percibida por el estudiantado de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco en el 2018, con la significancia de ( $p = 0.000 < 0,05$ ) y Tau\_b de Kendall = 0,548. Obteniéndose las siguientes conclusiones: 56% de la calidad de servicio es buena, pero se tiene un 17,9% de estudiantes que perciben que es regular a malo, la imagen institucional es buena en un 62.8%, pero se tiene un 22,7 % de estudiantes que perciben que es de regular a malo y, las dimensiones de la calidad de servicio están directamente relacionado con la imagen institucional.

**PALABRAS CLAVE:** Calidad de servicio, imagen institucional, percepción.



## ABSTRACT

The present research study was carried out with the purpose of analyzing the relationship between the quality of service and the institutional image of the Professional School of Systems Engineering of the Andean University of Cusco- 2018. The methodology used in the realization of the thesis was a quantitative approach. With a level of descriptive study, correlational. The research design corresponds to the non-experimental correlational transversal type. The population was constituted by 445 students of the Professional School of Systems Engineering of the Andean University of Cusco in 2018, a sample size was determined that was represented by 207 students to whom a questionnaire of both variables was applied, the test reliability was performed with 20 respondents, where a Cronbach's alpha coefficient of 0.916 was reached for the quality of service variable and 0.757, for the institutional image variable, whit an acceptable level. Regarding the results, it was evidenced that the variables of study quality of service and the institutional image maintain a direct relationship perceived by the students of the Professional School of Systems Engineering of the Andean University of Cusco in 2018, with the significance of ( $p = 0.000 < 0.05$ ) and Kendall's Tau\_b = 0.548. Obtaining the following conclusions: 56% of the quality of service is good, but there is a 17.9% of students who perceive that it is fair to bad, the institutional image is good in 62%, but there is 22.7% of students who perceive that it is fair to bad and, the dimensions of the quality of service are directly related with the institutional image.

KEY WORDS: Quality of service, institutional image, perception



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIAS.....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
RESUMEN .....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
TABLA DE FIGURAS .....	x
LISTADO DE ABREVIATURAS .....	xi
CAPÍTULO PRIMERO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2    FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1    Problema general .....	2
1.2.2    Problemas específicos.....	3
1.3    JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	3
1.3.1    Conveniencia .....	3
1.3.2    Relevancia social .....	4
1.3.3    Implicancias prácticas.....	4
1.3.4    Valor teórico .....	4
1.3.5    Utilidad metodológica .....	4
1.4    OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1    Objetivo general .....	5
1.4.2    Objetivos específicos.....	5
1.5    DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL.....	5
1.5.1    Delimitación espacial .....	5
1.5.2    Delimitación temporal .....	6
CAPÍTULO SEGUNDO .....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
2.1    ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	7
2.1.1    Antecedentes internacionales .....	7
2.1.2    Antecedentes nacionales.....	11



2.2	BASES TEÓRICAS .....	14
2.2.1	Calidad.....	14
2.2.2	Calidad de servicio .....	16
2.2.3	Servqual .....	19
2.2.4	Imagen institucional .....	20
2.2.5	Calidad de servicio en el entorno educativo.....	22
2.3	HIPÓTESIS .....	25
2.3.1	Hipótesis general .....	25
2.3.2	Hipótesis específicas.....	25
2.4	VARIABLES .....	25
2.4.1	Identificación de variables.....	25
2.4.2	Operacionalización de las variables .....	26
2.5	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	28
2.5.1	Calidad.....	28
2.5.2	Calidad de servicio .....	28
2.5.3	Calidad de administrativa .....	28
3.1.1	Imagen .....	28
3.1.2	Imagen institucional .....	29
3.1.3	Servicio.....	29
CAPÍTULO TERCERO .....		30
MÉTODO.....		30
4.1	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN. ....	30
4.2	ALCANCE DE INVESTIGACIÓN. ....	30
4.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. ....	31
4.4	POBLACIÓN DE ESTUDIO. ....	31
4.5	MUESTRA. ....	32
4.5.1	Determinación del tamaño de la muestra .....	32
4.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
4.6.1	Técnicas de recolección de datos.....	33
4.6.2	Instrumentos de recolección de datos.....	33
4.7	CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE INSTRUMENTOS.....	34
4.7.1	Validez.....	34
4.7.2	Confiabilidad .....	34
4.8	PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS.....	35



CAPÍTULO CUARTO .....	36
RESULTADOS .....	36
5.1    Calidad de servicio.....	37
5.2    Dimensiones de calidad de servicio.....	38
5.2.1    Dimensión fiabilidad .....	38
5.2.2    Dimensión seguridad .....	40
5.2.3    Dimensión capacidad de respuesta.....	41
5.2.4    Dimensión elemento tangible .....	42
5.2.5    Dimensión empatía.....	44
5.3    Imagen institucional.....	45
5.3.1    Dimensión accesibilidad.....	46
5.3.2    Dimensión calidad académica .....	48
5.3.3    Dimensión calidad administrativa .....	49
5.3.4    Dimensión infraestructura .....	50
5.3.5    Dimensión aspectos sociales .....	52
5.4    Relación entre las variables calidad de servicio e imagen institucional .....	53
5.5    Relación entre las dimensiones calidad de servicio e imagen institucional.....	54
5.5.1    Relación entre la dimensión fiabilidad e imagen institucional.....	54
5.5.2    Relación entre la dimensión seguridad e imagen institucional.....	56
5.5.3    Relación entre la dimensión capacidad de respuesta e imagen institucional .....	57
5.5.4    Relación entre la dimensión elemento tangible e imagen institucional.....	58
5.5.5    Relación entre la dimensión empatía e imagen institucional .....	60
CAPÍTULO QUINTO .....	62
DISCUSIONES .....	62
6.1    Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos .....	62
6.2    Limitaciones del estudio .....	63
6.3    Comparación crítica con la literatura existente.....	63
6.4    Implicancia del estudio .....	65
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES .....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	76
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS .....	78





## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: 1 Operacionalización de la variable imagen institucional.....	26
Tabla: 2 Operacionalización de la variable imagen institucional.....	27
Tabla: 3 Detalle de la muestra por ciclo .....	32
Tabla: 4 Plan de análisis de datos .....	35
Tabla: 5 Variable calidad de servicio .....	37
Tabla: 6 Dimensión fiabilidad .....	38
Tabla: 7 Dimensión seguridad.....	40
Tabla: 8 Dimensión capacidad de respuesta.....	41
Tabla: 9 Dimensión elemento tangible .....	42
Tabla: 10 Dimensión empatía.....	44
Tabla: 11 Variable imagen institucional.....	45
Tabla: 12 Dimensión accesibilidad .....	46
Tabla: 13 Dimensión calidad académica .....	48
Tabla: 14 Dimensión calidad administrativa .....	49
Tabla: 15 Dimensión infraestructura .....	50
Tabla: 16 Dimensión aspectos sociales .....	52
Tabla: 17 Calidad de servicio e imagen institucional.....	53
Tabla: 18 Dimensión fiabilidad e imagen institucional.....	54
Tabla: 19 Dimensión seguridad e imagen institucional.....	56
Tabla: 20 Dimensión capacidad de respuesta e imagen institucional .....	57
Tabla: 21 Dimensión elemento tangible e imagen institucional.....	58
Tabla: 22 Dimensión empatía e imagen institucional .....	60



## TABLA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo Servqual .....	19
Figura 2 Calidad de servicio.....	37
Figura 3 Dimensión fiabilidad.....	39
Figura 4 Dimensión seguridad.....	40
Figura 5 Dimensión capacidad de respuesta.....	41
Figura 6 Dimensión elemento tangible.....	43
Figura 7 Dimensión empatía.....	44
Figura 8 Imagen institucional.....	45
Figura 9 Dimensión accesibilidad .....	47
Figura 10 Dimensión calidad académica.....	48
Figura 11 Dimensión calidad administrativa.....	49
Figura 12 Dimensión infraestructura .....	51
Figura 13 Dimensión aspectos sociales .....	52



## LISTADO DE ABREVIATURAS

SUNEDU	Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
RIEV	Red Internacional de Evaluadores
ICACIT	Instituto de Calidad y Acreditación de Programas de Computación, Ingeniería y Tecnología.
UNEMI	Universidad Estatal de Milagros
WEB	“red”, “telaraña” o “malla”
APS	Asesores Productores de Seguros
MPT	Municipalidad Provincial de Trujillo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura





# CAPÍTULO PRIMERO INTRODUCCIÓN

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En alcances globalizado, el sistema de educación superior se encuentra bajo una considerable presión para mejorar la calidad de su enseñanza, llegando a una cuestión clave de ser convertido en su preferencia estratégica (Cid et al., 2009)

La Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas en los últimos años mejoró diferentes procesos significativamente debido a la obtención del licenciamiento por parte de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), quien es la entidad que protege a los estudiantes para recibir una educación universitaria con calidad, por otro lado, también tenemos la acreditación de la Red Internacional de Evaluadores (RIEV), como aseguramiento de la calidad de la educación.

Actualmente, la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas se encuentra en el proceso de certificación del Instituto de Calidad y Acreditación de Programas de Computación, Ingeniería y Tecnología (ICACIT), que es un organismo de certificación especializado en programas de profesionalización en computación, ingeniería y tecnología en ingeniería.

ICACIT fomenta el fortalecimiento continuo en la calidad de la educación de sus programas, asegurando que se apliquen las normas internacionales, asegurando así que los graduados estén preparados para ejercer su profesión.

Sin embargo, tenemos que determinar cómo se encuentra la calidad de servicio en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas y qué percepción de ella tienen los



estudiantes, así como también de qué manera está la imagen institucional frente a la demanda de estudiantes.

En los últimos años se viene reduciendo el número de postulantes para el examen de ingreso a la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas, teniendo en cuenta que los postulantes consideran como referencia el prestigio de la institución al que postula, así como también el costo de las pensiones y las experiencias de los egresados en el actual desenvolvimiento en el campo laboral (Connor, 2003)

Otro de los factores que influyen en la postulación son: el ingreso familiar, la educación de los padres, la proximidad de una universidad a la casa del estudiante, la influencia de amigos y familiares (Bravo y Vergara, 2018)

Con el avance tecnológico los postulantes realizan comparación con otras escuelas profesionales tomando como factores para su elección los curso, información de la escuela, aspectos físicos e instalaciones.

La discusión sobre el tema de la imagen institucional, está íntimamente relacionado con la Identidad Institucional (Fournier y Yebrín, 2006).

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco en el 2018?



### 1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco?
- b. ¿Cuál es el nivel de la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, según la percepción de los estudiantes?
- c. ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la calidad de servicio y de la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco?

## 1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Según el criterio de Hernández et al. (2014), la presente investigación se justifica por:

### 1.3.1 Conveniencia

La investigación planteada ha demostrado la relación con respecto a la calidad de servicio y la imagen institucional, se ha tratado de determinar si la calidad de servicio ofrecido influye positivamente o negativamente con la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.



### **1.3.2 Relevancia social**

Con la mejora de la calidad de servicio, cabe destacar que la imagen institucional garantiza la confianza de los postulantes y usuarios.

### **1.3.3 Implicancias prácticas**

Una vez determinada la relación de la calidad de servicio con respecto a la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, se habrá mejorado la cantidad de postulantes en los exámenes de admisión.

### **1.3.4 Valor teórico**

Mediante la utilización de la calidad de servicio y la imagen institucional, ambas variables pueden tomar la envergadura necesaria para mejorar los servicios a los estudiantes.

### **1.3.5 Utilidad metodológica**

Presenta como referencia a los profesionales e investigadores que desean indagar sobre la relación de las variables, calidad de servicio y la imagen institucional en la Universidad.





## **1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco - 2018.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- a. Describir el nivel de la calidad de servicio de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.
- b. Determinar el nivel de la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, según la percepción de los estudiantes.
- c. Establecer la relación que existe entre las dimensiones de la calidad de servicio y la Imagen Institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.

## **1.5 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL**

### **1.5.1 Delimitación espacial**

El estudio se ha realizado en la Universidad Andina del Cusco, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas.



### **1.5.2 Delimitación temporal**

El estudio se ha realizado en la Universidad Andina del Cusco, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas en el periodo del semestre 2018-I.



## CAPÍTULO SEGUNDO MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

#### 2.1.1 Antecedentes internacionales

**D'armas et al (2018)**, quien presenta un artículo científico en la revista ESPACIOS “Imagen institucional universitaria: un estudio de caso en el contexto del Ecuador”. El objetivo fundamental es identificar mediante métodos estadísticos multivariantes los factores que determinan la imagen institucional de los programas de postgrado de la UNEMI, Ecuador. La metodología presentada en el proceso de trabajo es de tipo no experimental y Transversal. La muestra de estudio se aplicó a un tamaño de muestra de 103 estudiantes y, llegando a las siguientes conclusiones.

En la investigación se determinó el uso de los métodos estadístico multivariante como herramienta para identificar los elementos que describen la imagen institucional de los programas de post grado de la UNEMI, en Ecuador

Se adaptó la metodología IMAGENing en la formulación del instrumento, con veintiocho (28) variables de una muestra obtenida por 103 estudiantes, tomando como fórmula estadística la población infinita, desviación estándar desconocida, con 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error.

En la investigación descriptiva se determinó de los encuestados como excelente la ubicación del programa de post grado, su entorno y su ambiente laboral, así mismo podemos



decir que los servicios deportivos, las páginas WEB, biblioteca se encuentra en baja apreciación por parte de los estudiantes encuestados.

En la investigación se pudo determinar que las dimensiones como calidad académica, aspectos sociales, elementos tangibles y accesibilidad son las que conforman la variable de la imagen institucional y representó un interés en el estudio del programa de post grado de la institución.

En la validez del instrumento de obtención de datos se tomó el modelo de Alfa de Cronbach, teniendo un valor de 0.812 como fiabilidad de la prueba de la imagen institucional.

La investigación proporciona referencias destacadas para la institución donde podrían mejorar la organización y sus estrategias.

**Chicaiza (2015)**, quien presenta una tesis de pre grado en la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador) con el tema “La calidad del servicio y su incidencia en el posicionamiento de la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Amazonas Ltda. Matriz Puyo”. El objetivo fundamental es establecer la incidencia de la calidad del servicio en el posicionamiento de la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Amazonas Ltda. Matriz Puyo. La metodología presentada en el proceso de trabajo es de tipo exploratoria-correlacional. La muestra de investigación precisa que los clientes internos de la institución se los tomará en cuenta su totalidad que son 22 y de los clientes externos 372 teniendo un total de 394, y llegando a las siguientes conclusiones:

La capacitación del personal de la cooperativa no es suficiente para que puedan cumplir con las tareas asignadas y alcanzar un desempeño acorde a las exigencias de los clientes.



La información que los empleados manejan es bastante actualizada, lo que permite que la intercomunicación empleado cliente fluya dentro de los canales establecidos para dar a conocer todo lo concerniente al manejo y desenvolvimiento de la cooperativa.

Las instalaciones de la cooperativa y su distribución son bien concebidas para brindar comodidad a los clientes, a la vez permitir eficiencia en los servicios que presta la institución.

Los tiempos de espera y las colas que se deben realizar hasta que sean atendidos los socios se han disminuido significativamente, sin llegar a establecer los tiempos de esperas óptimos para ejecutar las transacciones.

Existe mucha satisfacción del cliente por el desempeño del personal en el instante en que hacen su trabajo, esta característica ayuda la fidelidad de los clientes.

Se presenta en la cooperativa una fuerte empatía de los empleados con los socios, tratando de satisfacer a cabalidad los requerimientos de los clientes sin menoscabar las necesidades de cada uno de los socios.

El avance de la calidad del servicio en la cooperativa es muy poco, por cuanto se mantienen los servicios tradicionales cooperativos, sin presentar innovaciones de los mismos acordes al desarrollo tecnológico actual.

No son atendidas las quejas y reclamos en la magnitud que requieren los clientes de la cooperativa, por lo que se pierde credibilidad para con la Institución.

Los socios se mantendrían en la cooperativa, con base a los servicios que brinda, sin embargo, existe un grupo considerable de clientes que no se sienten conformes con los servicios brindados.

La cooperativa tiene un buen posicionamiento en la ciudad del Puyo, por lo que se debe pensar en buscar otras plazas fuera de la ciudad.

**Abad y Pincay (2014)**, quien presenta una tesis de pre grado en la Universidad Politécnica Salesiana Ecuador con el tema “Análisis de calidad del servicio al cliente interno



y externo para propuesta de modelos de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil “. El objetivo fundamental es analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización. La metodología presentada en el proceso de trabajo es inductiva con una investigación descriptiva-analítica. La muestra de estudio se decide a una empresa de seguros hacia los trabajadores y asesores de seguros, teniendo un total de 83 encuestados. Y llegando a las siguientes conclusiones:

En la empresa de seguros se consideró la percepción de los clientes mediante el nivel de satisfacción donde se demuestra la carencia de la calidad de servicio y cultura organizacional, dando como resultado el incumplimiento en un 80% de la producción con respecto al año 2013.

Según las encuestas formuladas a los empleados, los departamentos que presentaron mayores incidencias son los que mantienen relación directa con los clientes, porque tienen una mala actitud hacia el desempeño de sus funciones y necesitan dedicar un mayor tiempo entre 24 a 48 horas en dar una respuesta a pesar de que la empresa se esfuerza en brindar las capacitaciones a su personal sin embargo no se ven los resultados de estos.

Los desfavorables descubrimientos sobre la atención a los clientes se deben a la falta de implementación de una cultura de servicio, es la razón por la cual los colaboradores realizan su labor muy buena, aunque deberían de ser excelente, otro descuido de la institución es la carencia de evaluación constante a su personal para mantener la mejora continua.

Cabe considerar, que el personal de la organización está preparado a hacer cambios para el crecimiento de la organización y adoptar nuevos procedimientos para la mejoría de la Institución.



Después de que APS aprobó los resultados de la encuesta interna a clientes, el 40% de las personas estuvo de acuerdo en que la atención y la cortesía de los ejecutivos es buena, pero no es admisible para la institución ya que no es adecuado para el rubro de servicio, además existe algunas deficiencias es decir se tiene carencia de acciones de seguimiento, y los resultados no son válidos de tal manera que no lleva a cabo con las expectativas de consultor, así mismo los clientes perciben que existe una demora en el procedimiento.

Por el contrario, se puede decir que debido a la reputación y solvencia de la que ha gozado la empresa a lo largo de los años, los asesores aún se mantienen un 90% de fidelidad, lo cual es una ventaja que hay que aprovechar.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales.**

**Aguirre y Rodríguez (2017)**, quien presenta una tesis de pre grado en la Universidad Privada de la Selva Peruana con el tema “Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de los estudiantes y docentes en la Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos 2017”. El objetivo fundamental es determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la percepción de la calidad de servicio en la Universidad Privada de la Selva Peruana de Iquitos. La metodología presentada en el proceso de trabajo está relacionada con las transaccional - correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por los estudiantes ingresantes y los estudiantes que están estudiando II al X ciclo del primer semestre del 2017, que son 514 estudiantes, llegando a las siguientes conclusiones:

A su vez, las discordancias de apreciación de los estudiantes participantes en la investigación indican que valoran las inversiones e implementaciones de los recursos hecho por la institución en capacitación y equipamiento para su formación. De igual manera, podemos decir que la percepción de los estudiantes son claves para la medición de la calidad de servicio y los resultados en termino de comunicación y clima organizacional son más



bajas en las profesoras a comparación de los hombres. Por tanto, de acuerdo a estos resultados pueden estar relacionados con la baja participación de las mujeres en temas relacionados con el liderazgo y la comunicación en la vida institucional. Se puede decir que la contribución del estudio establece los elementos de la percepción de calidad de servicio universitario, que es una estructura compleja y vital para mantener las ventajas de las instituciones educativas.

**Del Águila (2016)**, quien presenta una tesis de pre grado en la Universidad César Vallejo con el tema “Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2016”. El objetivo fundamental es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la imagen corporativa percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo. La metodología presentada en el proceso de trabajo está relacionada con lo descriptivo-correlacional. La muestra de estudio estuvo constituida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo, de ambos sexos, y en edades de 15 a 65 años del distrito de Trujillo, con 385 personas, llegando a las siguientes conclusiones:

Se percató que la variable calidad de servicio e imagen corporativa mantienen una relación positiva, la cual muestra una dependencia de uno con lo otro en los servicios ofrecidos por la institución en 2016, con un coeficiente de correlación de 0.722

En cuanto a los resultados mostró que la dimensión de fiabilidad tiene una dependencia moderada positiva con la imagen corporativa de la institución en 2016. Este es un aspecto no tan trascendental como las otras dimensiones, determinado con una correlación de 0.568.





Se evidenció que la dimensión capacidad de respuesta, mantiene una relación positiva con la imagen corporativa de la institución en 2016, con un coeficiente de correlación de 0.646

Se demostró que la dimensión seguridad, está directamente relacionada con la imagen corporativa de la institución en 2016 manteniéndose una relación positiva, con un coeficiente de correlación de 0.654.

En cuanto a los resultados obtenidos de la dimensión empatía, se halló una relación directa con la imagen corporativa de la institución en 2016, con una correlación de 0.659

Sobre el resultado obtenido de la dimensión elementos tangibles, se pudo evidenciar que se encuentra directamente relacionada con la imagen corporativa de la institución en 2016, con un coeficiente de correlación de 0.644.

**Cahuina (2014)**, quien presenta una tesis de pre grado en la Universidad Católica de Santa María con el tema “Influencia de la calidad de servicio en la imagen institucional de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur, 2014 “. El objetivo fundamental es determinar la influencia de la calidad de servicio en la imagen institucional de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur. La metodología presentada para el desarrollo de la investigación es descriptiva - correlacional. La muestra de estudio se determinó de una población de 6600 usuarios obteniéndose una muestra de 377 personas, conformada por varones y mujeres, entre las edades de 18 a 60 o más años, de diferentes profesiones y condiciones sociales, presentando las siguientes conclusiones:

Se demostró que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la institución educativa.



Con respecto a la fiabilidad los resultados percibidos por los encuestados son buena, debido a que los indicadores han mostrado que habitualmente se cumple con los compromisos y promesas.

La dimensión capacidad de respuesta mostro un resultado positivo, donde la rapidez en brindar el servicio y la voluntad para ayudar a los clientes se está destacando.

Sobre la dimensión seguridad en la institución se percibió positivamente, debido a que la institución está brindándole la confianza a sus clientes.

Para la dimensión empatía los resultados obtenidos mostró como bueno, donde se muestra que la institución está comprendiendo las exigencias de sus clientes.

Acerca de la dimensión elemento tangible tuvo como respuesta una percepción adecuada, debido a un mejor resultado en sus indicadores.

Con respecto a la percepción que tienen los clientes de la imagen institucional en la institución educativa es positiva.

La comunicación externa que refleja la organización es estimada por las personas como efectiva debido a que la información de todas las labores que realiza la institución es de conocimiento oportuno.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 Calidad**

Calidad es un término muy empleado hoy en día en las instituciones, organizaciones donde la percepción por parte del cliente está de acuerdo al criterio que tenga sobre el servicio o producto (Vásquez, 2007).

la calidad es definida según la cultura japonesa como el desarrollo, diseño, manufactura y el manteniendo del producto, se deberá de emplear desde sus inicios de los



servicio o productos y además integrar la participación de todos sus colaboradores (Ishikawa, 1986).

Manifiesta que la calidad como esta es la idoneidad para satisfacer los requisitos del cliente (Jurán y Gryna, 1998).

La calidad es la responsabilidad de todos los miembros que lo conforma la empresa desde los gerentes hasta los funcionarios, el objetivo es lograr la satisfacción de los clientes mediante las realizaciones de sus actividades eficientemente de tal manera que el precio sea aceptable y así lograr una institución u organización competidora (Vasquez, 2007).

Afirmó que para competir en la actualidad la calidad es la clave para el éxito de los negocios sin tener que descuidar de lado la dinámica del mercado, buscando siempre la satisfacción de sus clientes internos y externos utilizando la calidad como estrategia de dirección de negocio (Barker, 1997).

La calidad es transformar las necesidades del cliente para luego diseñar un producto a un precio razonable que proporcione satisfacción y esto es dado mediante la inspección continua en los procesos. (Deming, 1989).

En resumen, la calidad es obtener un producto de lo mejor posible que satisfaga al cliente, para lo cual debe de tener un estricto control de calidad en todo el proceso de producción. (Ishikawa, 1986)

Calidad es el cumplimiento de todos los procedimientos requeridos en la fabricación de un producto, y debe establecerse de forma clara para evitar errores y su control debe ser continuo, el incumplimiento de un requerimiento es la carencia de calidad (Crosby, 1979).

En la definición de calidad podemos ver que tiene varios significados de los cuales los más frecuentes están en una relación implícita entre los procedimientos y el producto final sin defecto, con la particularidad de satisfacer al cliente (Hodson, 2001).

Un conjunto de atributos característico a algo, que se pueden usar para estimar su valor (Real Academia Española, 2018).



### 2.2.2 Calidad de servicio

“Las percepciones de la calidad del servicio resultan de una comparación de las expectativas del cliente con el rendimiento real del servicio” (Parasuraman et al., 1985).

Definición de las dimensiones de calidad de servicio según Morais et al., (2013). Propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry. Las dimensiones no son mutuamente excluyentes, pero proporcionan un marco importante para comprender las expectativas de usuarios y problemas que delimitan el servicio.

Las siguientes definiciones son:

**Tangibilidad:**

Se refiere a las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales que pueden ser percibidos por los cinco sentidos humanos.

**Fiabilidad:**

Se traduce en la capacidad del proveedor para ejecutar el servicio de una manera segura y eficiente. Representa el rendimiento constante, libre de incumplimiento, en el que el usuario puede confiar. El proveedor debe cumplir con lo que se prometió, sin la necesidad de volver a trabajar.

**Capacidad de respuesta:**

Se refiere a la disponibilidad del proveedor para atender voluntariamente a los usuarios, brindando un servicio de manera atenta, con precisión y rapidez de respuesta. Se trata de la disponibilidad de los empleados de la Institución para ayudar a los usuarios y proporcionar el servicio con prontitud.



**Seguridad:**

Se identifica como la cortesía, el conocimiento de los empleados y su capacidad para transmitir confianza.

**Empatía:**

Relacionado de como la organización se preocupa para el usuario y lo ayuda de manera individualizada, refiriéndose a la capacidad de demostrar interés y atención personal. La empatía incluye accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo para comprender las necesidades de los usuarios.

La calidad del servicio orientado en las percepciones de los clientes acerca del desempeño de los servicios (Cronin y Taylor 1994).

La calidad de servicio desde la perspectiva de las percepciones de los clientes puede ser determinada como la discrepancia entre la idea de recibir un objeto (expectativa) y el proceso de verificación del objeto a través de sus sentidos (percepción) (Galviz, 2011).

Según Sangüesa, Mateo y Ilzarbe (2006). Mantienen que “en los servicios hay que prestar una atención especial a la prevención de errores, ya que, en este caso, los problemas surgen a medida que se está ejecutando el servicio, y hay que dar una solución lo más rápida posible”.

“Que las organizaciones a través de los años han venido trabajando sobre la marcha para la obtención de calidad en todos sus procesos, generando planes y estrategias para la consecución de sus objetivos. Esto ha hecho que dentro del concepto de calidad surja la idea concebida como calidad de servicio, que es parte del proceso de mejoramiento continuo, pero tiene su orientación directa hacia la satisfacción del cliente” (Delgado de Smith, 2008, p. 41).



La razón de las instituciones como entidades que brindan servicios, es saber que el cliente (alumnos) es primero por lo cual se debe de prestar mucha atención a sus necesidades (R.J. Blanco y R. Blanco, 2007).

Estiman que la valoración de la calidad de la educación que no consideren las apreciaciones de los estudiantes y la determinen sin él, estaría desconociendo al cliente del servicio que brindan las universidades (Duque y Chaparro, 2012).

las universidades consideran la calidad de servicio como parte integral de su estrategia para satisfacer las necesidades de sus clientes, “los estudiantes”, además considerar también a los colaboradores, docentes, gobierno, familias, empresas y la sociedad en su conjunto (Arraya, 2013).

Los servicios deben ser estimados de forma diferente a los productos, cada uno debe ser explicado con técnicas específicas y entendiendo que el servicio es intangible y el producto es tangible (Camisón, Cruz y González, 2006; Sangüesa, Mateo y Ilzarbe, 2006).

De acuerdo a las opiniones de Quijano (2004) y Malcolm (1999), para la medición de la calidad de servicio debemos tener en cuenta estos cinco elementos.

**Elementos tangibles:**

Todo lo que se pueda observar y tocar: instalaciones y su mantenimiento, equipamiento, presentación del personal.

**Cumplimiento de promesa:**

Si recibe fehacientemente el servicio que contrató.

**Actitud de servicio:**

La atención y escucha que recibe y la resolución de problemas emergentes. Un mal trato perjudica la percepción de la calidad del servicio.



**Competencia personal:**

El cliente califica cuidadosamente la idoneidad de quienes lo atienden, si conocen lo que hacen como para pedir orientación.

**Empatía:**

El contacto, la comunicación y el trato recibido.

**2.2.3 Servqual**

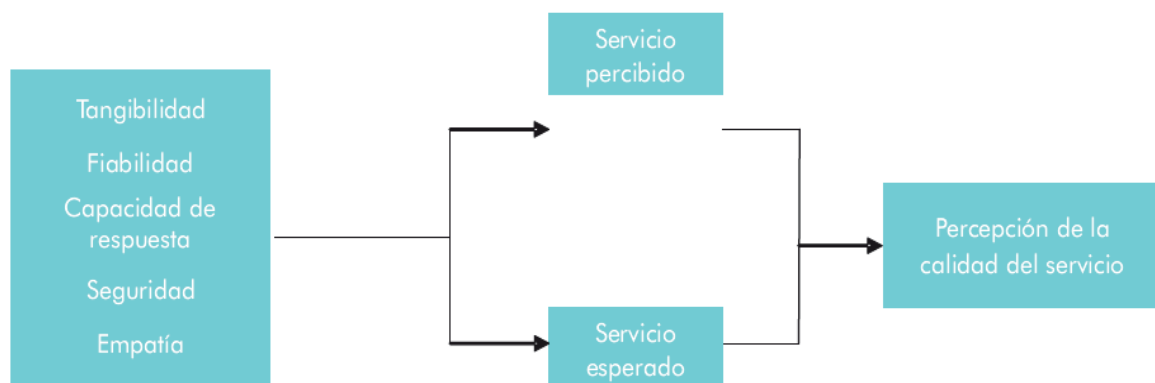
Es un modelo de cuestionario de varios elementos que se utiliza para determinar las percepciones del cliente sobre la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985; 1988; 1991).

La herramienta Servqual consta de 22 elementos que permite evaluar las expectativas del servicio del cliente y de 22 elementos similares que evalúan las percepciones, la discrepancia de las expectativas y las percepciones constituirá la calidad de servicio (Vaca et al., 2016)

La percepción sobre la calidad del servicio se determina en el cliente en un instante definido del tiempo (Cronin y Taylor, 1994).

**Figura 1**

*Modelo Servqual*



Nota. El gráfico representa el modelo servqual propuesto por Zeithaml et al., (1988). Zeithaml y Parasuraman (2004).



#### 2.2.4 Imagen institucional

La imagen de una institución se crea normalmente desde las perspectivas del consumidor teniendo como base la información o desinformación de la empresa (Kazoleas et al., 2001)

La imagen institucional universitaria es un “conglomerado de conceptos por la cual la universidad es distinguida y las personas la describen, recuerda y relaciona” (adecuado de Dowling, 1986, citado por Martínez et al., 2005).

La imagen es una representación o una percepción, pero de ninguna manera es la realidad en si misma va depender del observador y la influencia en el consumidor en la decisión de elegir un servicio, así mismo la imagen en las organizaciones se manifiesta por el cliente a base de la comparación de su experiencia y conocimiento en un determinado tiempo (Schelesinger y Alvarado, 2009)

La imagen de una empresa se puede determinar como una expresión o pensamiento compuesta por los atributos relacionados a la empresa y su apreciación pueden cambiar como también puede concordar con las expectativas del cliente (Sánchez y Pintado, 2013).

La imagen de una empresa debe entenderse como un elemento subjetivo, una percepción que se crea en la mente de las personas de interés que la captan (Pasquel et al., 2016).

la imagen es una representación mental que posee el cliente al recibir una comunicación directa o indirecta de la información sobre un producto, servicio, instituciones. Además, puede ser estimada como positiva o negativa en la mente del consumidor, la imagen es perennemente configurada mediante una formación emocional (Schmidt,1995).





La imagen se va creando en el consumidor poco a poco según las impresiones del servicio recibido, la imagen se forma mediante hechos acumulados de la percepción. El resultado de la imagen debe ser enlazado y apuntar a un enfoque que se quiere, por tanto, debe utilizarse las propiedades imprescindibles (Ríos, 2009).

La imagen de la empresa es la idea general que tiene las personas anexando las creencias, experiencias y sentimientos (Hatch y Schultz, 1997) es la manifestación de sus expresiones físicas y de comportamiento, valorado y considerado por las personas (Nguyen y Leblanc, 2001). Afectando así la captación del público, actual y probable, interno y externo (Gatewood, et al., 1993), con el comportamiento del trabajador frente a la organización (Grönroos, 1994), influye en la conducta del consumidor (Loudon y Della Bitta, 1995). De manera similar, la imagen e identidad de la empresa logra contribuir a la dirección a darse cuenta de las particularidades y conducta de sus integrantes y de la Institución (Guédez y Osta, 2012).

La imagen corporativa es la representación que posee la organización como entidad. Es la noción general que poseen de sus productos, actividades y conductas. Según Sartori (1986) establece que la "imagen comprensiva de un sujeto socioeconómico público". Al respecto, la imagen corporativa es la imagen representativa a través de un producto o marca de una empresa, la imagen es una representación pública de la empresa ante la sociedad.

Establecemos la Imagen Corporativa como la representación que va adquiriendo el público acerca de una organización, a consecuencia de la información brindada relacionada a la organización. Así mismo, Imagen Corporativa es obviamente un concepto basado en la recepción (Capriotti, 2013).

Según Guerra y Arends (2008). Señala las cinco dimensiones que midieron la imagen institucional desde la percepción de los estudiantes.



**Calidad académica:**

Percepción del compromiso de la Institución hacia la excelencia académica y de investigación.

**Aspectos sociales:**

Percepción del ambiente social, científico y cultural de la Universidad y el grado de compromiso percibido hacia la responsabilidad social.

**Elementos tangibles:**

Percepción acerca de aspectos relacionados con la infraestructura, paisajismo y tamaño del campus, recursos técnicos, cantidad de estudiantes por aula y en el campus

**Calidad de servicio:**

Percepción de la calidad de los servicios disponibles para los públicos de la Universidad

**Accesibilidad:**

Percepción acerca de las posibilidades –requisitos– de ingreso como estudiante y ubicación física de la Universidad.

### **2.2.5 Calidad de servicio en el entorno educativo**

Al utilizar el concepto de calidad en el campo de la educación es imprescindible tener en cuenta la postura, que significa el propósito, significado y función de la educación. En otras palabras, su función, procesos de enseñanza aprendizaje, comportamiento y evaluación del docente juega un papel en la consideración de todo sistema educativo (Sverdlick, 2012).

Las 4 acciones que realizan las instituciones son la calidad del procedimiento de enseñanza, calidad de desarrollo de las evaluaciones, calidad de plan de los cursos, calidad



de capacitación de desenvolvimiento del maestro, son alineamientos que afectan al adiestramiento de los alumnos (Barnett 1992)

Podemos mencionar sobre la calidad en la educación cuando las instituciones gradualmente logran el desarrollo integral de sus estudiantes, considerando su ingreso familiar y sus conocimientos previos. Las instituciones que logren mejorar el rendimiento de sus alumnos estarían desarrollando una educación eficaz (Bustos y Salazar, 2010).

Calidad en la educación superior es una noción de varias escalas relacionadas, varios niveles a una referencia educativa teniendo en cuenta el propósito y desarrollo integral con estándares específicos en un sistema, institución, programa o disciplina determinada (Vlasceanu et al., 2007).

De acuerdo con los autores Ospina, Caetano y Giraldo (citado por Duque y Chaparro, 2012). Indican distintos enfoques sobre la definición de calidad de la educación y, dentro de ellos tenemos los siguientes:

**Calidad como prestigio-excelencia:** Cuantificar la reputación y el reconocimiento de las instituciones académicas para hacerlas únicas.

**Calidad en función de los recursos:** Son los diferentes recursos que disponen las instituciones, ya sean (infraestructura, económico, humano). Luego se evalúa en función de la infraestructura y el equipo ideales y modernos, así mismo el rendimiento de los maestros y de los estudiantes.

**Calidad como resultado:** Evidentemente, esto depende de los resultados obtenidos por los estudiantes, si son muy bueno significa que la institución es de alta calidad. En consecuencia, la institución debe colaborar con el logro del egresado.

**Calidad como cambio (valor agregado):** Otorgado según la incidencia más o menos importantes de la institución en el comportamiento de los estudiantes.



**Calidad como ajuste a los propósitos:** Es enfocada en la institución educativa que se refiere a la finalidad dispuesta en el marco legal y al objetivo a alcanzar.

**Calidad como perfección o mérito:** Enfocado a distinguir a la institución cuando logra alcanzar la perfección en el proceso y revisando permanentemente los resultados de la educación.

**Calidad como conformidad de un programa con unos estándares previos mínimos de calidad con los procesos de acreditación:** Está diseñado para la consolidación de los estudiantes en desarrollar un plan de estudio que garantice su formación y su titulación.

**Calidad como relación valor-costo:** Trata la relación precio / resultado donde la inversión hecha por el estudiante se obtiene mayores resultados con la misma cantidad y que se puede medir mediante el retorno de inversión.

**Calidad como aptitud para satisfacer las necesidades de los destinatarios o clientes:** Característica con enfoque complejo sobre la calidad en la educación, teniendo en cuenta la cantidad de público involucrado como empresa, estudiantes, padres, etc.



## **2.3 HIPÓTESIS**

### **2.3.1 Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco -2018.

### **2.3.2 Hipótesis específicas**

- a. La calidad de servicio de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco es regular.
- b. La imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, desde la percepción de los estudiantes es regular.
- c. Existe relación directa entre las dimensiones de la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.

## **2.4 VARIABLES**

### **2.4.1 Identificación de variables**

- a. Calidad de servicio
- b. Imagen institucional



## 2.4.2 Operacionalización de las variables

**Tabla: 1**

*Operacionalización de la variable calidad de servicio*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Calidad de servicio	La calidad del servicio basado en las percepciones que tienen los consumidores del servicio recibido ( Mejias, 2005;2013)	Se definió a través de 5 dimensiones (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988;2004;2006).	Fiabilidad	Cumple lo prometido Muestra interés por resolver problemas Realiza bien el servicio la primera vez Concluye el servicio en el tiempo prometido No comete errores
			Seguridad	Comportamiento confiable de los colaboradores Los estudiantes se sienten seguros Los colaboradores son amables Los colaboradores tienen conocimientos suficientes
			Capacidad de respuesta	Comunican cuando concluirán el servicio a los estudiantes Los colaboradores ofrecen un servicio rápido Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar Los colaboradores nunca están demasiado ocupados Los colaboradores demuestran voluntad en la atención al estudiante Los colaboradores brindan la información de manera oportuna
			Elementos tangibles	Equipo modernos Instalaciones físicas Apariencia del personal Materiales de comunicación visualmente atractivos
			Empatía	Ofrecen atención individualizada Horarios de trabajo convenientes para los estudiantes Los colaboradores ofrecen atención personalizada Demuestran preocupación por los estudiantes Comprenden las necesidades de los estudiantes



**Tabla: 2**

*Operacionalización de la variable imagen institucional*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Imagen institucional	Percepción de la empresa que se deriva de la suma de informaciones, impresiones, expectativas, creencias y sentimientos que un individuo acumula sobre la organización. (Pérez, 2011).	Se definió a través de 5 dimensiones, (Guerra y Arends, 2008)	Accesibilidad	Costo de matrícula, Ubicación física Requisito de admisión
			Calidad académica	Actualización del personal profesional Excelencia académica Acreditación de los programas Nivel de exigencia Atención a los estudiantes que hacen prácticas pre profesionales
			Calidad administrativa	Actualización de la biblioteca Servicio página web Gestión administrativa Cumplimiento de los docentes con las actividades programadas
			Infraestructura	Infraestructura, tamaño del campus Cantidad de estudiantes por aula
			Aspectos sociales	Eventos científicos Eventos culturales Contactos con empresas



## **2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

### **2.5.1 Calidad**

Significa la determinación que se establece a un producto o servicio al lograr resolver un problema, satisfaciendo una necesidad y constituyendo un valor agregado (Albrecht, 2004).

### **2.5.2 Calidad de servicio**

Consta en el cumplimiento de las expectativas de los clientes para garantizar que se satisfagan sus necesidades (Abadi, 2014).

Calidad de servicio es una función relacionada con la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los clientes (Zeithaml et al., 1993).

### **2.5.3 Calidad de administrativa**

3 Es la capacidad de prestar un servicio que satisfaga las necesidades del ciudadano/clientes (Pacheco, 2019).

### **3.1.1 Imagen**

Es un apoyo visual que concretiza una parte del ambiente, puede persistir en el tiempo, y representa uno de los primordiales elementos de los medios de comunicación (fotografía, pintura, ilustraciones, cine, televisión, esculturas) (Moles, 2015).





### **3.1.2 Imagen institucional**

La imagen de una institución se define como una percepción subjetiva de la realidad, segmentado en un público basado en información y experiencia (Johnson y Zinkhan, 2015).

Imagen mental formulada por recuerdos, publicidad y experiencias que adaptan las personas sobre una compañía y que varían dinámicamente con el pasar del tiempo (Pintado y Sánchez, 2013).

### **3.1.3 Servicio**

Es cuando una persona realiza una tarea a favor de otra persona (Albrecht, 2005).



## CAPÍTULO TERCERO MÉTODO

### 4.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.

Para el estudio de la investigación se plantea un enfoque cuantitativo porque se aplica un conjunto de procesos secuenciales cuidadosos, sistemático y experimental para comprender y desarrollar conocimiento, donde recolectamos datos para luego realizar análisis estadístico y contrastar la hipótesis, con la finalización de captar comportamiento y probar teorías. (Hernández et al., 2014).

En el trabajo de investigación se utilizarán instrumentos para cuantificar la calidad de servicio y la imagen institucional.

### 4.2 ALCANCE DE INVESTIGACIÓN.

La investigación descriptiva intenta describir en detalle la información obtenida de las poblaciones, procedimientos, objetos o algún otro hecho que podamos explicar su comportamiento (Hernández et al., 2014).

Las investigaciones correlacionales tienen como propósito explicar la relación o vinculación a encontrarse en dos o más términos, categorías o variables mediante patrones relacionados con grupos o poblaciones (Hernández et al., 2014).

La investigación tiene como propósito analizar la correspondencia entre la calidad de servicio y la imagen institucional.



### 4.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de investigación es de tipo no experimental transversal correlacional que puede examinar fenómeno en un entorno natural, sin tener que hacer la manipulación de las variables así mismo realizando la recolección de dato en un momento determinado y estableciendo una relación entre las variables, Estos diseños explican la relación entre dos o más variables en un instante definido. (Hernández et al., 2014).

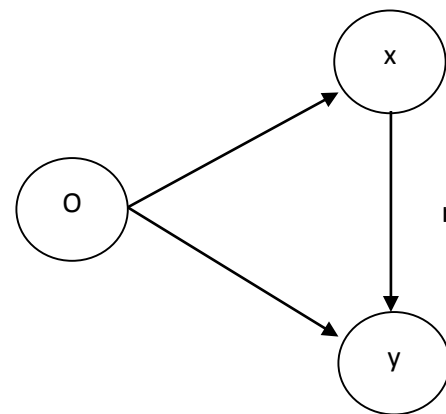
El esquema de esta investigación es:

X: Calidad de Servicio

Y: Imagen Institucional

r: relación

O: Estudiantes



### 4.4 POBLACIÓN DE ESTUDIO.

La población se encuentra constituida por estudiantes y egresados del último semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas. según el servicio académico, el número de estudiantes matriculados en el semestre 2018-I es de 433, más los egresados que son 12, totalizando 445 Estudiantes.



## 4.5 MUESTRA.

### 4.5.1 Determinación del tamaño de la muestra

Será determinada mediante la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N - 1)(\epsilon)^2 + Z^2 * p * q}$$

n : Tamaño de la muestra

Z<sup>2</sup> : Nivel de confianza Z= 95% Z = 1.96

N : tamaño de la población N = 445

p : Variabilidad positiva p = 0.5

q : Variabilidad negativa 1-p = 0.5

ε : Margen de error de (+/-) 5% ε = 0.05

$$n = \frac{1.96^2(445)(0.5)(0.5)}{1.96^2(0.5)(0.5) + (445 - 1)(0.05)^2} = 206$$

**Tabla: 3**

*Detalle de la muestra por ciclo*

CICLO	2018-2	%	Muestra/calculada	Muestra /Estudio
1	86	0.19325843	39.81	40
2	82	0.18426966	37.96	38
3	47	0.10561798	21.76	22
4	68	0.15280899	31.48	31
5	19	0.04269663	8.80	9
6	24	0.05393258	11.11	11
7	30	0.06741573	13.89	14
8	21	0.04719101	9.72	10
9	27	0.06067416	12.50	13
10	29	0.06516854	13.42	13
Egresado	12	0.02696629	5.56	6
Total	445	1	206	207



## 4.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 4.6.1 Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la investigación, es la encuesta que se ha realizado para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistema en el semestre 2018-I donde se incorporó las variables:

Calidad de servicio

Imagen institucional

### 4.6.2 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se utilizó en la investigación, es el cuestionario que se ha realizado para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistema en el semestre 2018-I donde se incorporó las variables:

Calidad de servicio

Imagen institucional

La escala Likert es una técnica sicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios para medir la información de los encuestados. Al responder las preguntas del cuestionario formulado con esta técnica, se debe especificar el nivel de:

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre



## 4.7 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

### 4.7.1 Validez

La validación fue realizada por la evaluación de expertos con grados de Magister y/o Doctor, a quienes se entregó una “matriz de evaluación” para que consideren independientemente sus calificaciones respecto al instrumento utilizado.

Según Hernández, et al. (2014), indicaron que la validez es: “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir”. (p.200)

### 4.7.2 Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad, se llevó a cabo la prueba piloto con 20 estudiantes encuestados, así mismo se empleó la técnica de Alfa Cronbach; que es un índice que oscila entre 0 y 1, con el fin de determina la consistencia interna entre los ítems. Siendo interpretada como sigue:

- Coeficiente Alfa mayor a 0.9 es excelente.
- Coeficiente Alfa mayor a 0.8 es bueno.
- Coeficiente Alfa mayor a 0.7 es aceptable.
- Coeficiente Alfa mayor a 0.6 es cuestionable.
- Coeficiente Alfa mayor a 0.5 es pobre.
- Coeficiente Alfa menor a 0.5 es inaceptable.



#### 4.8 PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS.

**Tabla: 4**

*Plan de análisis de datos*

Hipótesis a ser probada	Hipótesis nula e Hipótesis alterna	Nivel de significancia	Prueba estadística	Regla de decisión
Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco- 2018	No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco- 2018	5%	Chi- Cuadrado	Si $P < 0.05$ se acepta $H_a$ Si $P > 0.05$ se acepta $H_0$



## CAPÍTULO CUARTO RESULTADOS

El propósito de la investigación ha sido analizar la relación que existe entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas, para lo cual se tomó como población de estudio a 207 estudiantes comprendidos entre el primer ciclo al décimo ciclo incluyendo a los egresados, se consideraron 40 ítems en el instrumento del cuestionario a través de las dos variables de investigación donde se realizó la comprobación de fiabilidad con el coeficiente de Alfa de Cronbach, habiendo obtenido como desenlace en la variable calidad de servicio de 0.916 y en la variable imagen institucional de 0.757, la encuesta se trabajó en una escala de Likert, para luego realizar los cálculos de baremos a cada una de las variables de estudio con sus correspondientes dimensiones.

Del mismo modo se ha descrito el nivel de la calidad de servicio en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas tomando en cuenta las dimensiones comprendidas por la variable independiente que son fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, elemento tangible, empatía, para lo cual se utilizó el resultado de las frecuencias con sus respectivos porcentajes, luego se determinó el nivel de la imagen institucional, que consta de varios elementos que definen su comportamiento de la variable dependiente: Accesibilidad, calidad académica, calidad administrativa, infraestructura, aspectos sociales. de igual manera se utilizó la frecuencia con sus respectivos porcentajes y finalmente se estableció la relación de las dimensiones de la variable calidad de servicio frente a la imagen institucional tomando en cuenta la prueba de Chi cuadrado con el coeficiente de correlación Tau b Kendall y la prueba de significancia  $p < 0.05$ .





## 5.1 Calidad de servicio

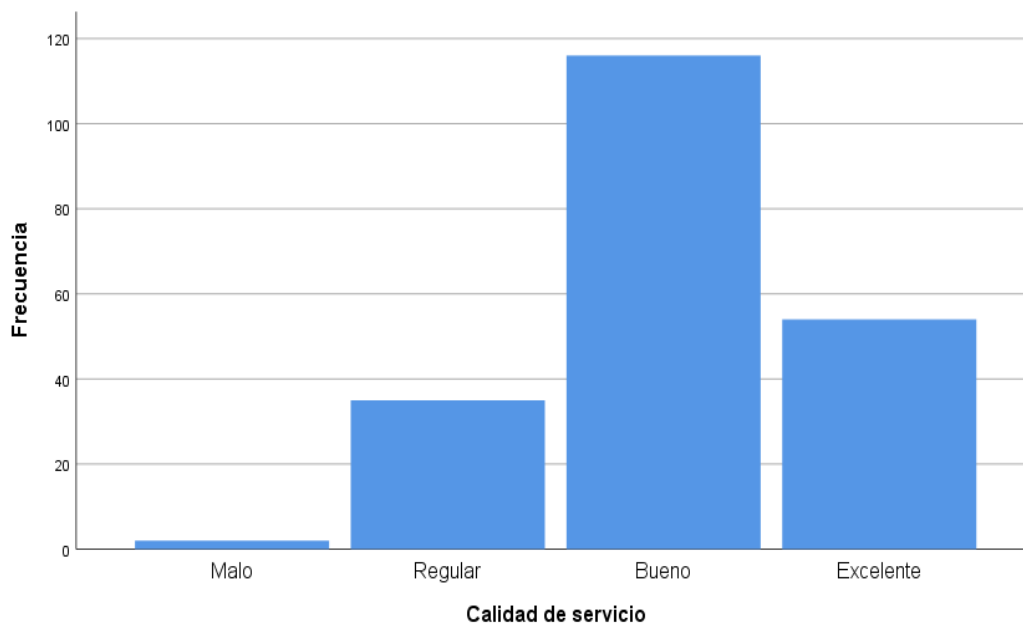
**Tabla: 5**

*Variable calidad de servicio*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	1,0
Regular	35	16,9
Bueno	116	56,0
Excelente	54	26,1
Total	207	100,0

**Figura 2**

*Calidad de servicio*



### Interpretación

Desde la apreciación de los estudiantes sobre la calidad de servicio de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 56 % percibe que es buena, 26 % como excelente y, es inquietante notar que el 17,9 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 82,1 % está conforme con la calidad del servicio, este resultado se debe



principalmente a que en los últimos años, la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas ha actualizado sus planes de estudio acorde a las exigencias del mercado ocupacional, contando con una infraestructura moderna, mejorando la seguridad de los estudiantes frente a los procesos administrativos dentro de la Escuela Profesional y otros.

## 5.2 Dimensiones de calidad de servicio

### 5.2.1 Dimensión fiabilidad

**Tabla: 6**

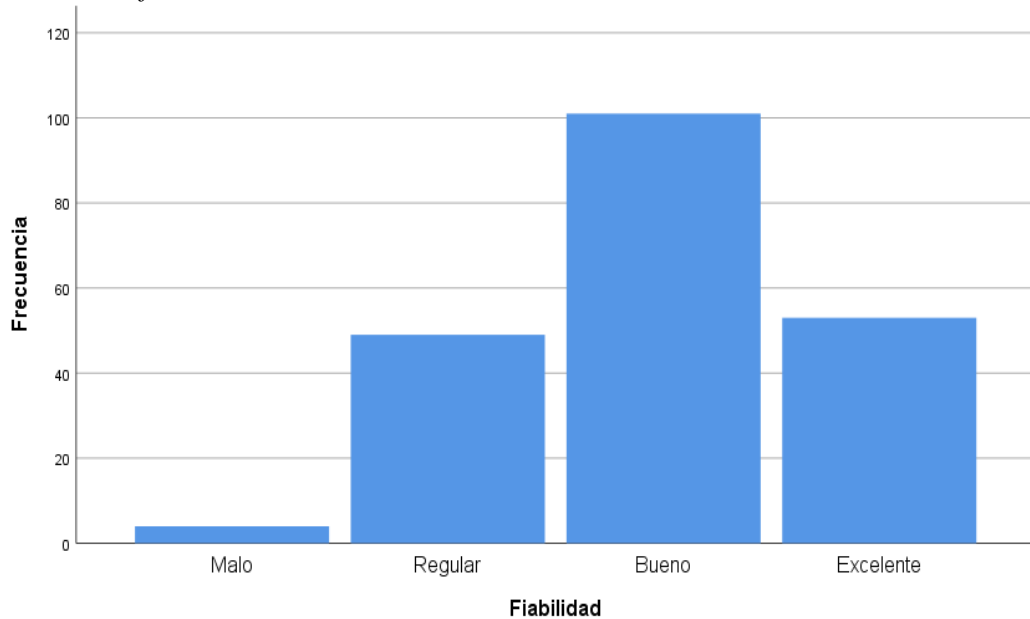
*Dimensión fiabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	4	1,9
Regular	49	23,7
Bueno	101	48,8
Excelente	53	25,6
Total	207	100,0



**Figura 3**

*Dimensión fiabilidad*



**Interpretación**

En cuanto a la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión fiabilidad de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 48,8 % percibe que es buena, 25,6 % como excelente, y es inquietante notar que el 25.6 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 74,4 % está conforme con la fiabilidad, este resultado se debe principalmente a que la Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas ha mostrado interés, cumplimiento lo prometido, así como también, brindando su apoyo a los estudiantes.



### 5.2.2 Dimensión seguridad

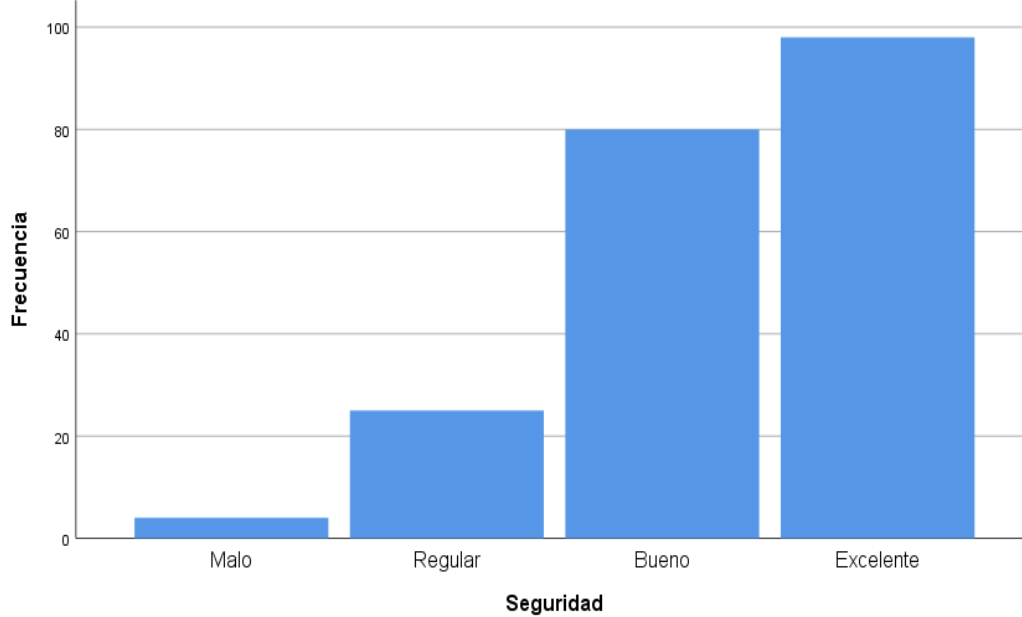
Tabla: 7

*Dimensión seguridad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	4	1,9
Regular	25	12,1
Bueno	80	38,6
Excelente	98	47,3
Total	207	100,0

Figura 4

*Dimensión seguridad*



#### Interpretación

En lo que se refiere a la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión seguridad de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 47,3 % percibe que es excelente, 38,6 % como buena y, es inquietante notar que el 14 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, Estos resultados muestran que el 85,9 % está conforme con la dimensión seguridad, este resultado se



debe principalmente a que en los últimos años la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas ha logrado la confianza de los estudiantes frente a los trámites documentarios procesados por los administrativos y docentes.

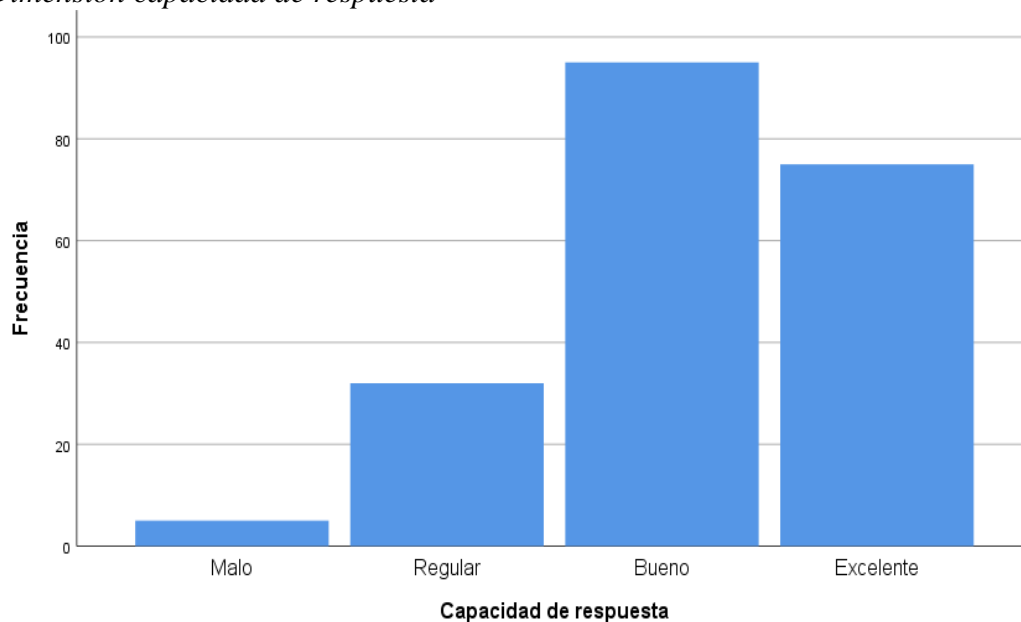
### 5.2.3 Dimensión capacidad de respuesta

**Tabla: 8**

*Dimensión capacidad de respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	5	2,4
Regular	32	15,5
Bueno	95	45,9
Excelente	75	36,2
Total	207	100,0

**Figura 5**  
*Dimensión capacidad de respuesta*





### Interpretación

En cuanto a la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión capacidad de respuesta de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 45,9 % percibe que es buena, 36,2 % como excelente y, es inquietante notar que el 17.9% de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 82,1% está conforme con la dimensión capacidad de respuesta, este resultado se debe principalmente a que en los últimos años la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas ha mejorado el tiempo y orientación de atención en los procesos administrativos a los estudiantes, desarrollados por la plana docente y administrativos.

#### 5.2.4 Dimensión elemento tangible

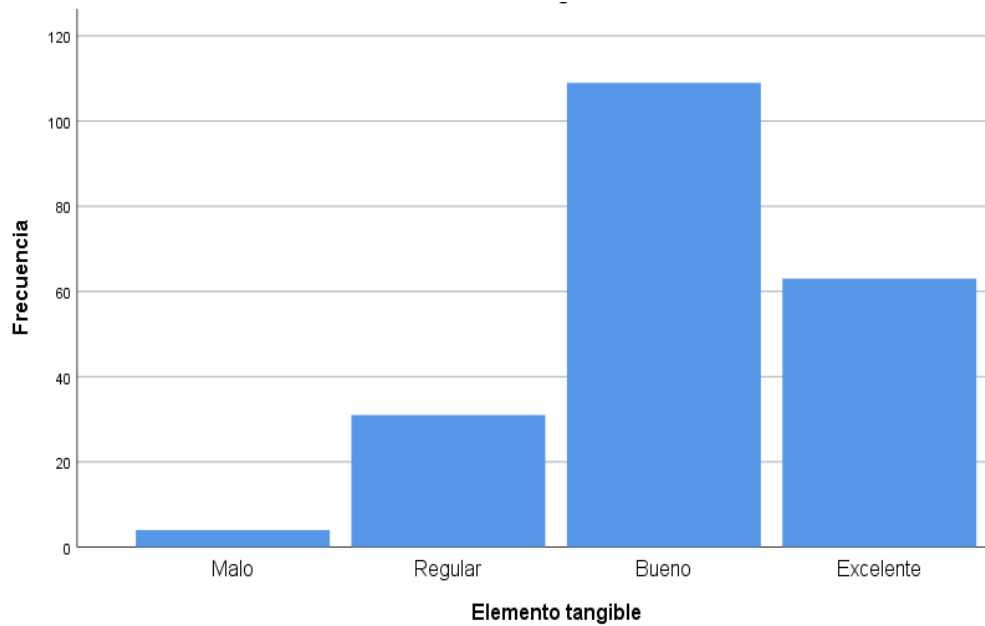
**Tabla: 9**

*Dimensión elemento tangible*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	4	1,9
Regular	31	15,0
Bueno	109	52,7
Excelente	63	30,4
Total	207	100,0



**Figura 6**  
*Dimensión elemento tangible*



### Interpretación

Acerca de la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión elemento tangible de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 52,7 % percibe que es buena, 30,4 % como excelente y, es inquietante notar que el 16,9 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 83,1 % está conforme con la dimensión elemento tangible, este resultado se debe principalmente a que los docentes asisten a clase con el terno institucional y el mantenimiento de los laboratorios se encuentran en buen estado para los estudiantes.



### 5.2.5 Dimensión empatía

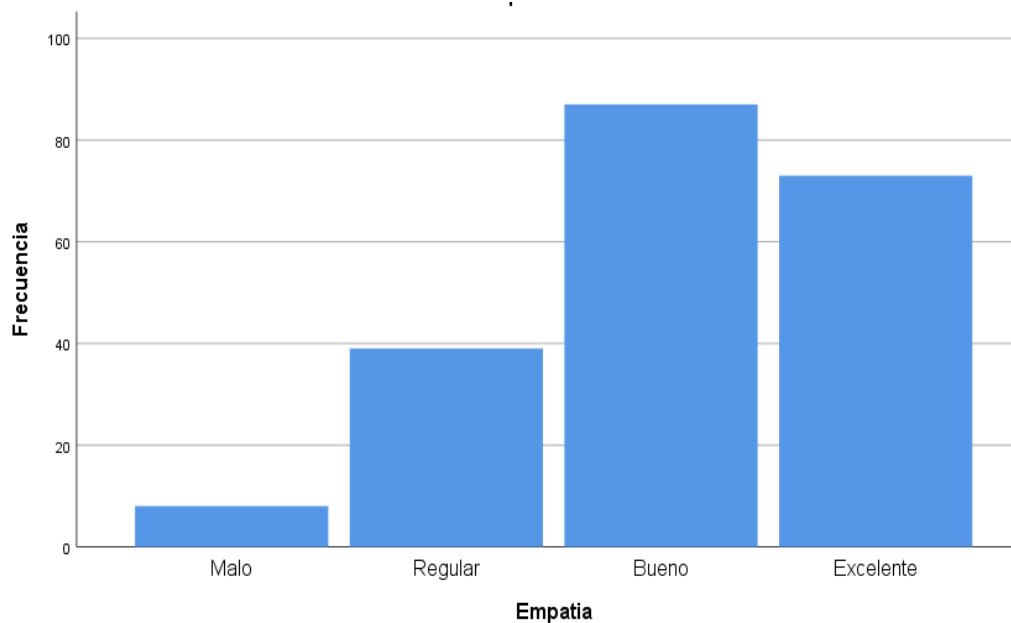
**Tabla: 10**

Dimensión empatía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	8	3,9
	Regular	39	18,8
	Bueno	87	42,0
	Excelente	73	35,3
	Total	207	100,0

**Figura 7**

*Dimensión empatía*



#### Interpretación

Desde la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión empatía de respuesta de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 42 % percibe que es buena, 35,3 % como excelente y, es inquietante notar que el 22,7 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran





que el 77,3 % está conforme con la dimensión empatía, este resultado se debe principalmente a que la Dirección planifica las tutorías en los diversos cursos y ha demostrado su preocupación por los estudiantes escuchándoles sus necesidades.

### 5.3 Imagen institucional

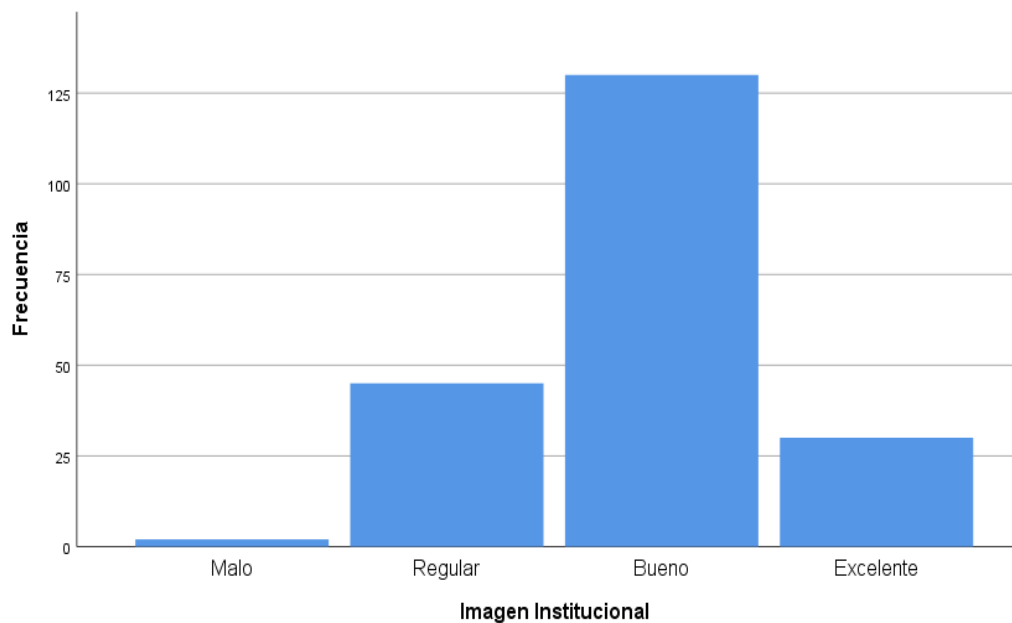
**Tabla: 11**

Variable imagen institucional

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	1,0
Regular	45	21,7
Bueno	130	62,8
Excelente	30	14,5
Total	207	100,0

**Figura 8**

*Imagen institucional*





### Interpretación

De acuerdo con la apreciación de los estudiantes sobre la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 62,8 % percibe que es buena, 14,5 % como excelente y, es inquietante notar que el 22,7 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 77,3 % está conforme con la imagen institucional, este resultado se debe principalmente a que en los últimos años la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas se encuentra en un ambiente favorable dentro de la distribución del campus universitario, capacitación continua de la plana docente, la mejora continua con la acreditación y otros.

#### 5.3.1 Dimensión accesibilidad

**Tabla: 12**

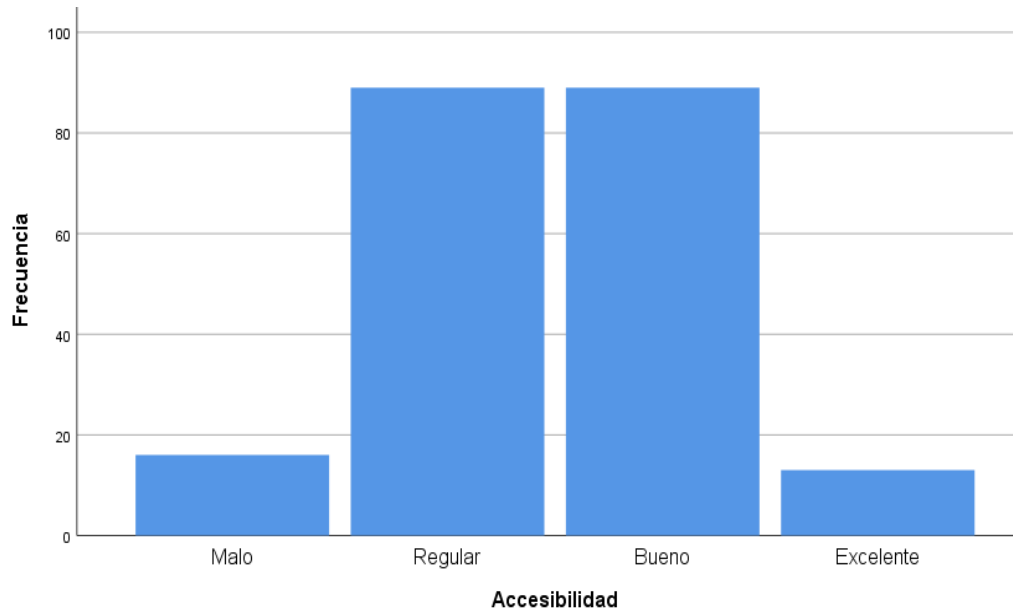
*Dimensión accesibilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	16	7,7
Regular	89	43,0
Bueno	89	43,0
Excelente	13	6,3
Total	207	100,0



**Figura 9**

Dimensión accesibilidad



### Interpretación

Acorde con la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión de accesibilidad de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 43 % percibe que es buena, 6,3 % como excelente y, es inquietante notar que el 50,7 % de los estudiantes perciben como de regular a malo. Estos resultados muestran que el 49,3 % está conforme con la dimensión accesibilidad, este resultado se debe principalmente a que desde hace algún tiempo la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas se ha mantenido los requisitos exigidos en admisión y ha habido un incremento progresivo del costo de matrícula.



### 5.3.2 Dimensión calidad académica

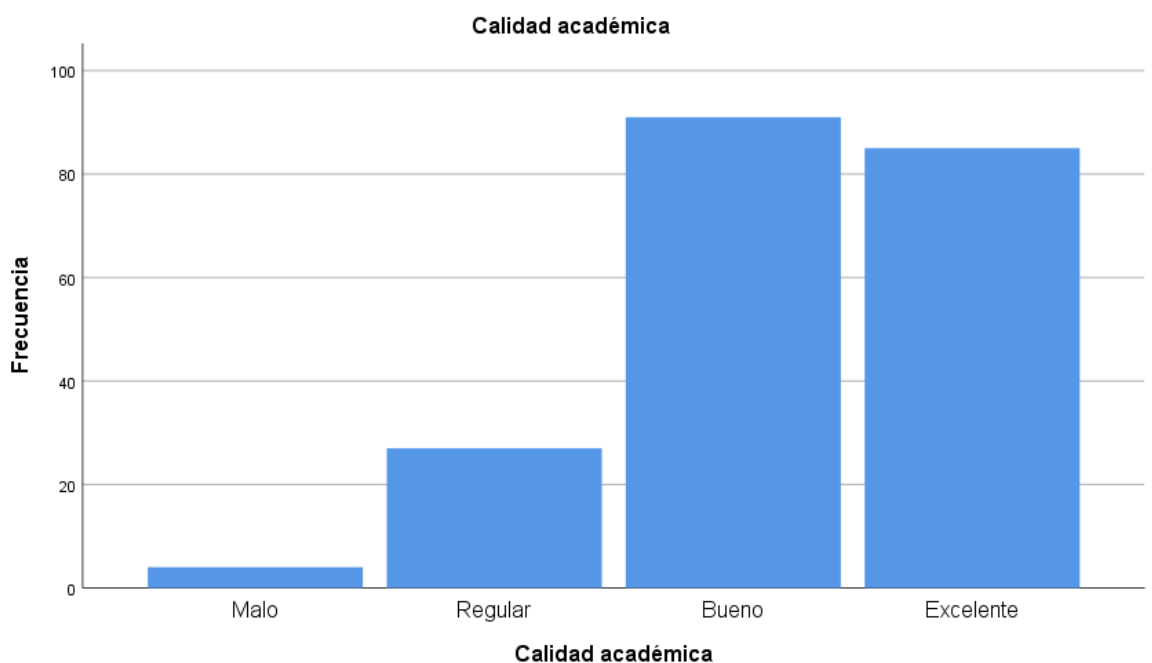
Tabla: 13

*Dimensión calidad académica*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	4	1,9
Regular	27	13,0
Bueno	91	44,0
Excelente	85	41,1
Total	207	100,0

Figura 10

Dimensión calidad académica



#### Interpretación

Asimismo la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión calidad académica de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 44 % percibe que es buena, 41,1 % como excelente y, es inquietante notar que el 14,9 % del estudiantado perciben como de regular a malo, estos resultados muestran



que el 85,1 % está conforme con la dimensión calidad académica, este resultado se debe principalmente a que en los últimos años en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas, la plana docente y administrativos se capacitan continuamente, hay una la percepción de mejora continua con la acreditación internacional.

### 5.3.3 Dimensión calidad administrativa

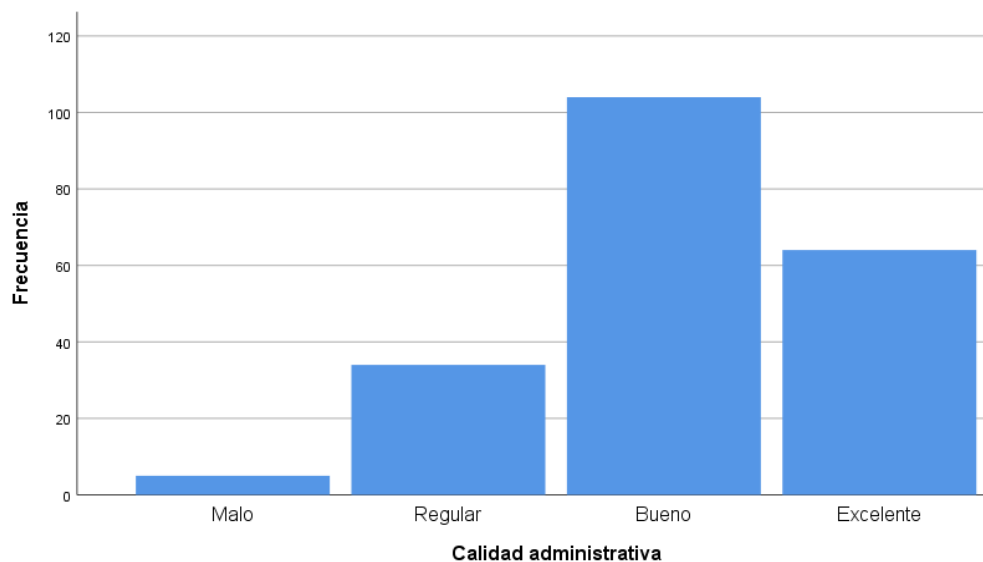
**Tabla: 14**

*Dimensión calidad administrativa*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	5	2,4
Regular	34	16,4
Bueno	104	50,2
Excelente	64	30,9
Total	207	100,0

**Figura 11**

*Dimensión calidad administrativa*





### Interpretación

En el caso de la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión calidad administrativa de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 50,2 % percibe que es buena, 30,9 % como excelente y, es inquietante notar que el 18,8 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 81,1 % está conforme con la dimensión calidad administrativa, este resultado se debe principalmente a que en los últimos años la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas se encuentra mejorando la eficiencia en la gestión administrativa.

#### 5.3.4 Dimensión infraestructura

**Tabla: 15**

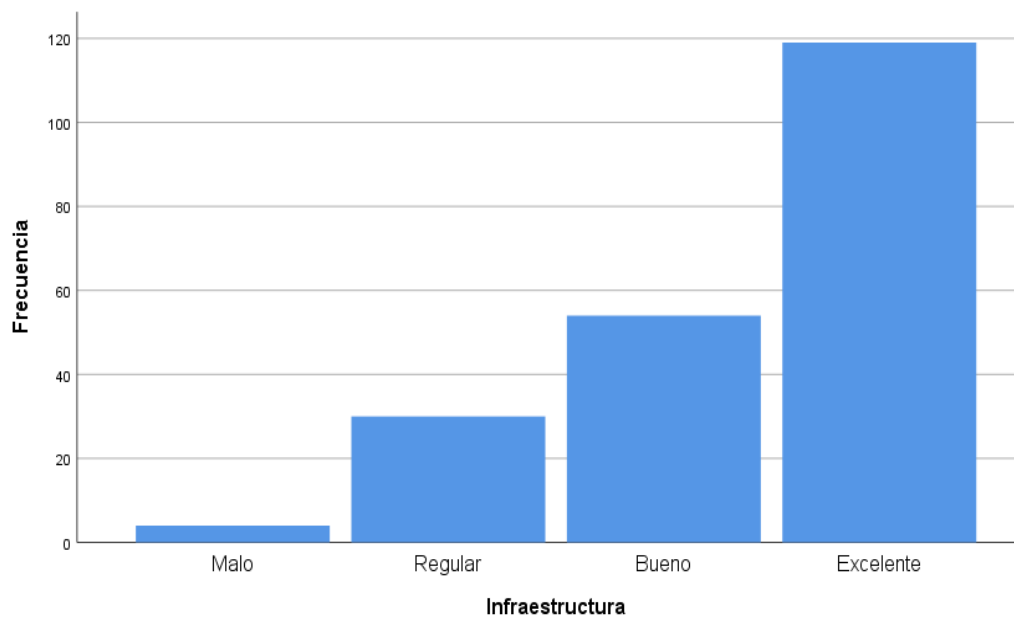
*Dimensión infraestructura*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	4	1,9
Regular	30	14,5
Bueno	54	26,1
Excelente	119	57,5
Total	207	100,0



**Figura 12**

*Dimensión infraestructura*



**Interpretación**

De acuerdo con la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión infraestructura de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 57,5 % percibe que es excelente, 26,1 % como buena y, es inquietante notar que el 16,4 % del estudiantado perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 83,6 % está conforme con la dimensión infraestructura, este resultado se debe principalmente a que la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas cuenta con buena ubicación dentro del campus universitario, las aulas y laboratorios son cómodos para los estudiantes.



### 5.3.5 Dimensión aspectos sociales

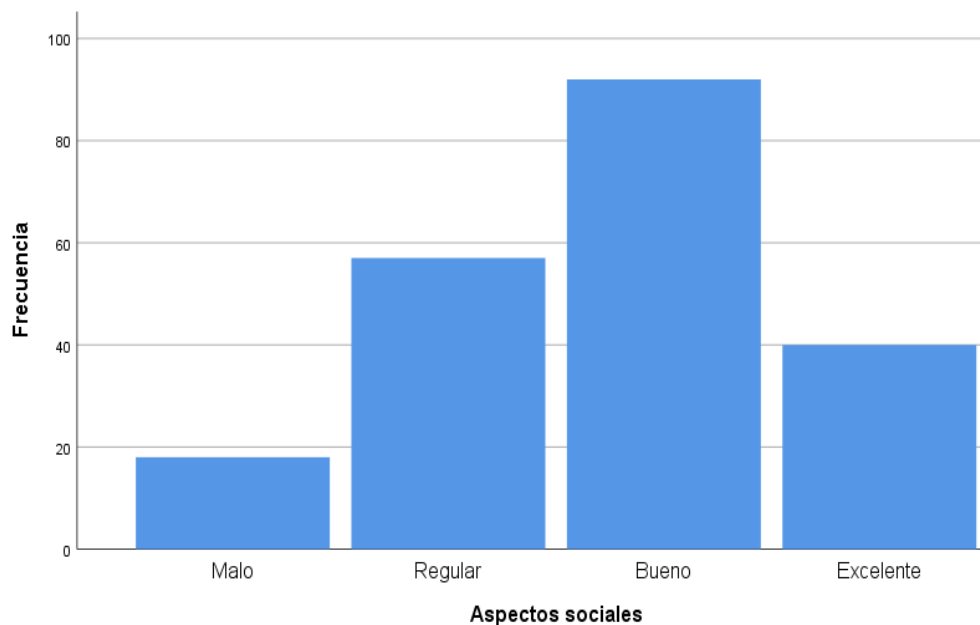
**Tabla: 16**

*Dimensión aspectos sociales*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	18	8,7
Regular	57	27,5
Bueno	92	44,4
Excelente	40	19,3
Total	207	100,0

**Figura 13**

*aspectos sociales*



#### Interpretación

Con respecto a la apreciación de los estudiantes sobre la dimensión aspecto sociales de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, el 44,4 % percibe que es buena, 19,3 % como excelente y, es inquietante notar





que el 36,2 % de los estudiantes perciben como de regular a malo, estos resultados muestran que el 63,7 % está conforme con la dimensión aspectos sociales, este resultado se debe principalmente a que, en los últimos años en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas se organizaron eventos científicos, culturales y algunas visitas a empresas.

#### 5.4 Relación entre las variables calidad de servicio e imagen institucional

**Tabla: 17**

Calidad de servicio e imagen institucional

			Imagen Institucional				Total
			Malo	Regular	Bueno	Excelente	
Calidad de Servicio	Malo	Frecuencia	2	0	0	0	2
		%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Frecuencia	0	20	15	0	35
		%	0,0%	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	Bueno	Frecuencia	0	24	87	5	116
		%	0,0%	20,7%	75,0%	4,3%	100,0%
	Excelente	Frecuencia	0	1	28	25	54
		%	0,0%	1,9%	51,9%	46,3%	100,0%
Total	Frecuencia	2	45	130	30	207	
	%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100%	

Chi cuadrado = 294,098      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,548

Para comprobar la hipótesis de investigación se formulan las siguientes hipótesis de estudio.

H<sub>0</sub> = no existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

H<sub>1</sub> = existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional.

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa (p = 0,000 < 0.05), por lo tanto, la calidad de servicio repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual, queda demostrado la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.



De la tabla anterior se desprende que el 100 % de los estudiantes que evidenciaron un nivel malo la calidad de servicio, el 100% sostiene que la imagen es mala, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la calidad de servicio, perciben que la imagen institucional es regular en un 57,1 %, bueno en un 42,9 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno la calidad de servicio, perciben que la imagen institucional es regular en un 20,7 %, bueno en un 75%, excelente en un 4,3 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel excelente la calidad de servicio, perciben que la imagen institucional es regular en un 1,9%, bueno en un 51,9 %, excelente en un 46,3 %.

De los resultados, se evidencia que la relación es directa, a mala calidad de servicio, mala la imagen institucional, en cambio a una buena calidad de servicio, buena la imagen institucional.

## 5.5 Relación entre las dimensiones calidad de servicio e imagen institucional

### 5.5.1 Relación entre la dimensión fiabilidad e imagen institucional

**Tabla: 18**

Dimensión fiabilidad e imagen institucional

			Imagen Institucional				Total
			Malo	Regular	Bueno	Excelente	
Fiabilidad	Malo	Frecuencia	1	2	1	0	4
		%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Frecuencia	1	23	25	0	49
		%	2,0%	46,9%	51,0%	0,0%	100,0%
	Bueno	Frecuencia	0	17	74	10	101
		%	0,0%	16,8%	73,3%	9,9%	100,0%
	Excelente	Frecuencia	0	3	30	20	53
		%	0,0%	5,7%	56,6%	37,7%	100,0%
Total	Frecuencia	2	45	130	30	207	
	%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100,0%	



Chi cuadrado = 82,178      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,459

Con el propósito de comprobar la hipótesis de investigación se planteó posteriormente las hipótesis de estudio.

H0 = no existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

H1 = existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional.

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ), por lo tanto, la dimensión fiabilidad repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual queda demostrado la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.

De la tabla anterior se desprende que el 100 % de los estudiantes que evidenciaron un nivel malo la fiabilidad, el 25% sostiene que la imagen institucional es mala, regular en un 50 %, bueno en un 25%, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la fiabilidad, el 2% perciben que la imagen institucional es malo, regular en un 46,9 %, bueno en un 51 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno la fiabilidad, perciben que la imagen institucional es regular en un 16,8 %, bueno en un 73,3 %, excelente en un 9,9 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel excelente la fiabilidad, perciben que la imagen institucional es regular en un 5,7 %, bueno en un 56,6 %, excelente en un 37,7 %.

De los resultados se evidencia que la relación es directa, a buena dimensión fiabilidad, buena la imagen institucional, en cambio a una excelente dimensión fiabilidad, excelente, buena la imagen institucional.



### 5.5.2 Relación entre la dimensión seguridad e imagen institucional

**Tabla: 19**

Dimensión seguridad e imagen institucional

		Imagen Institucional				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Excelente		
Seguridad	Malo	Frecuencia	1	2	1	0	4
		%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Frecuencia	1	14	10	0	25
		%	4,0%	56,0%	40,0%	0,0%	100,0%
	Bueno	Frecuencia	0	21	56	3	80
		%	0,0%	26,3%	70,0%	3,8%	100,0%
	Excelente	Frecuencia	0	8	63	27	98
		%	0,0%	8,2%	64,3%	27,6%	100,0%
	Total	Frecuencia	2	45	130	30	207
		%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100,0%

Chi cuadrado = 77,819      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,449

Con respecto al propósito de la investigación se formularon las siguientes hipótesis.

H<sub>0</sub> = no existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

H<sub>1</sub> = existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional.

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ), por lo tanto, la seguridad repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual queda demostrada la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.

De la tabla anterior se desprende que el 100 % de los estudiantes que evidenciaron un nivel malo la dimensión seguridad, el 25% sostiene que la imagen es mala, regular en un 50 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la dimensión seguridad, perciben que la imagen institucional es mala en un 4 %, regular en un 56 %, bueno en un 40 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno la dimensión seguridad, perciben que la imagen institucional es regular en un 26,3 %, bueno en un 70%, excelente en un 3,8 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel



excelente la dimensión seguridad, perciben que la imagen institucional es regular en un 8,2 %, bueno en un 64,3 %, excelente en un 27,6 %.

De los resultados, se evidencia que la relación es directa, a regular dimensión seguridad, regular imagen institucional, en cambio a excelente dimensión seguridad, excelente y buena la imagen institucional.

### 5.5.3 Relación entre la dimensión capacidad de respuesta e imagen institucional

**Tabla: 20**

Dimensión capacidad de respuesta e imagen institucional

			Imagen Institucional				
			Malo	Regular	Bueno	Excelente	Total
Capacidad de respuesta	Malo	Frecuencia	1	4	0	0	5
		%	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Frecuencia	1	15	16	0	32
		%	3,1%	46,9%	50,0%	0,0%	100,0%
	Bueno	Frecuencia	0	20	72	3	95
		%	0,0%	21,1%	75,8%	3,2%	100,0%
	Excelente	Frecuencia	0	6	42	27	75
		%	0,0%	8,0%	56,0%	36,0%	100,0%
Total	Frecuencia	2	45	130	30	207	
	%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100,0%	

Chi cuadrado = 90,375      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,478

En cuanto al trabajo de investigación hay que destacar las siguientes hipótesis.

H0 = no existe relación entre la calidad de servicio e imagen institucional

H1 = existe relación entre la calidad de servicio e imagen institucional.

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ), por lo tanto, la dimensión capacidad de respuesta repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual queda demostrado la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.



De la tabla anterior se desprende que el 100 % del estudiantado evidenciaron un nivel malo la dimensión capacidad de respuesta, el 20% sostiene que la imagen es mala, regular en un 80 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la dimensión capacidad de respuesta, perciben que la imagen institucional es malo en un 3,1 %, regular en un 46,9 %, bueno en un 50 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno la dimensión capacidad de respuesta, perciben que la imagen institucional es regular en un 21,1 %, bueno en un 75,8 %, excelente en un 3,2 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel excelente la dimensión capacidad de respuesta, perciben que la imagen institucional es regular en un 8 %, bueno en un 56 %, excelente en un 36 %.

De los resultados, se evidencia que la relación es directa, a buena la dimensión capacidad de respuesta, buena la imagen institucional, en cambio a una excelente la dimensión capacidad de respuesta, excelente y buena la imagen institucional.

#### 5.5.4 Relación entre la dimensión elemento tangible e imagen institucional

**Tabla: 21**

Dimensión elemento tangible e imagen institucional

			Imagen Institucional				
			Malo	Regular	Bueno	Excelente	Total
Elemento Tangible	Malo	Frecuencia	2	2	0	0	4
		%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100%
	Regular	Frecuencia	0	17	14	0	31
		%	0,0%	54,8%	45,2%	0,0%	100%
	Bueno	Frecuencia	0	23	80	6	109
		%	0,0%	21,1%	73,4%	5,5%	100%
	Excelente	Frecuencia	0	3	36	24	63
		%	0,0%	4,8%	57,1%	38,1%	100%
Total	Frecuencia	2	45	130	30	207	
	%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100%	

Chi cuadrado = 168,647      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,498



Con respecto al trabajo de investigación se formularon las siguientes hipótesis.

H0 = no existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

H1 = existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa ( $p = 0,000 < 0,05$ ), por lo tanto, la dimensión elemento tangible repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual queda demostrada la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.

De la tabla anterior se desprende que del 100 % de los estudiantes que evidenciaron un nivel malo de la dimensión elemento tangible, el 50% sostiene que la imagen es mala, regular en un 50%, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la dimensión elemento tangible, perciben que la imagen institucional es regular en un 54,8 %, bueno en un 45,2 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno de la dimensión elemento tangible, perciben que la imagen institucional es regular en un 21,1 %, bueno en un 73,4 %, excelente en un 5,5 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel excelente de la dimensión elemento tangible, perciben que la imagen institucional es regular en un 4,8 %, bueno en un 57,1 %, excelente en un 38,1 %.

De los resultados, se evidencia que la relación es directa, a buena la dimensión elemento tangible, buena la imagen institucional, en cambio a una excelente la dimensión elemento tangible, excelente, buena la imagen institucional.



### 5.5.5 Relación entre la dimensión empatía e imagen institucional

**Tabla: 22**

Dimensión empatía e imagen institucional

			Imagen Institucional				Total
			Malo	Regular	Bueno	Excelente	
Empatía	Malo	Frecuencia	2	4	2	0	8
		%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	100%
	Regular	Frecuencia	0	23	16	0	39
		%	0,0%	59,0%	41,0%	0,0%	100%
	Bueno	Frecuencia	0	14	69	4	87
		%	0,0%	16,1%	79,3%	4,6%	100%
	Excelente	Frecuencia	0	4	43	26	73
		%	0,0%	5,5%	58,9%	35,6%	100%
	Total	Frecuencia	2	45	130	30	207
		%	1,0%	21,7%	62,8%	14,5%	100%

Chi cuadrado = 131,598      P = 0.000      Tau\_b de Kendall = 0,529

En relación con el propósito de la investigación se formularon las siguientes hipótesis.

H0 = no existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional

H1 = existe relación entre calidad de servicio e imagen institucional.

De la prueba del Chi cuadrado a 95 % de confianza se admite la hipótesis alternativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ), por lo tanto, que la dimensión empatía repercute significativamente con la imagen institucional por lo cual queda demostrada la hipótesis alternativa formulada en esta investigación.

De la tabla anterior se desprende que del 100 % de los estudiantes que evidenciaron un nivel malo de la dimensión empatía, el 25% sostiene que la imagen es mala, regular en un 50 %,bueno en un 25 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel regular la dimensión empatía, perciben que la imagen institucional es regular en un 59 %, bueno en un 41 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel bueno la dimensión empatía, perciben que la imagen institucional es regular en un 16,5 %, bueno en un





79,3 %, excelente en un 4,6 %, en cambio cuando evidenciaron un nivel excelente la dimensión empatía, perciben que la imagen institucional es regular en un 5,5 %, bueno en un 58,9 %, excelente en un 35,6 %.

De los resultados, se evidencia que la relación es directa, a regular la dimensión empatía, regular la imagen institucional, en cambio a una excelente la dimensión empatía, excelente y buena imagen institucional.



## CAPÍTULO QUINTO DISCUSIONES

### 6.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

En la investigación, describimos los siguientes hallazgos basados en los resultados obtenidos.

- a) La calidad de servicio, en un 56% es buena y 26% es excelente. Esto demuestra que tenemos un 18% de los estudiantes que no están conforme con los servicios brindados por la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas. Como consecuencia de la dimensión de la fiabilidad que tiene un 25.6% que perciben que es regular a malo debido al incumplimiento de la dirección con sus promesas y el poco interés que muestra por resolver los problemas de los estudiantes, así como también la dimensión empatía que se percibe un 22.7% de regular a malo debido a la poca preocupación y compromiso por parte del docente y los colaborativo.
- b) La imagen institucional, en un 62.8% es buena y 14.5% excelente, Esto demuestra que tenemos un 22.7% de los estudiantes que perciben una imagen institucional de regular a malo. esto debido a la dimensión de accesibilidad donde encontramos que un 50.7% perciben que es regular a malo debido al costo de matrículas y pensiones, así como También tenemos la dimensión de aspecto sociales con un 36.2% que perciben que es regular a malo debido a las pocas visitas a empresas y desarrollo de eventos científicos culturales.



- c) La calidad de servicio con relación a la imagen institucional, es directa esto debido al coeficiente de correlación Tau b Kendall que es 0,548, asimismo la dimensión fiabilidad y la imagen institucional es directa con un coeficiente de correlación que es 0,459, la dimensión seguridad y la imagen institucional es directa con un coeficiente de correlación que es 0,449, la dimensión capacidad de respuesta y la imagen institucional es directa con un coeficiente de correlación que es 0,478, la dimensión elemento tangible y la imagen institucional es directa con un coeficiente de correlación que es 0,498, la dimensión empatía y la imagen institucional es directa con un coeficiente de correlación que es 0,529.

## 6.2 Limitaciones del estudio

Para la elaboración del estudio de investigación se presentaron limitaciones en cuanto a la búsqueda sobre estudios relacionados con las variables calidad de servicio y la imagen institucional, así como también la poca disposición de los estudiantes para desarrollar las encuestas, por lo que sobrepasó el tiempo previsto.

## 6.3 Comparación crítica con la literatura existente

(Aguirre y Rodríguez, 2017). En su estudio determinó la clave de la participación de los estudiantes sobre la calidad de los servicios universitarios de la Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos donde se finalizó la investigación avalando que la percepción de los estudiantes es la clave para medir la calidad del servicio. En la presente investigación concuerda en tomar en cuenta la percepción de



los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco para medir la calidad de servicio.

**D'armas et al. (2018).** En su estudio determino que las dimensiones: calidad académica, aspectos sociales, elementos tangibles y accesibilidad son componentes de la variable imagen institucional. En base a lo investigado se tomó en cuenta las dimensiones referenciadas por el autor añadiendo la dimensión de la calidad administrativa. Además, la fiabilidad de Alfa de Cronbach es 0.812 y en nuestra investigación obtenemos un resultado de fiabilidad similar.

**Del Águila (2016).** En su estudio concluyo que existe una relación directa entre la calidad de servicio y la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Trujillo demostrando que el coeficiente de correlación es 0.722, lo que implica que las dimensiones de la variable calidad del servicio se asocian entre sí con la variable imagen institucional, En los resultados obtenidos en la presente investigación demuestra una idéntica relación directa entre la calidad de servicio y la imagen institucional; en cuanto a los valores de correlación de las dimensiones de la variable de calidad de servicio son similares a los obtenidos por Del Águila, debido a que ambos estudios se realizaron en provincias.

**Cahuina (2014).** En su estudio de investigación estableció que existe una relación positiva donde la calidad de servicio influye con la imagen institucional de la Unidad de Gestión Educativa de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, demostró tener una la relación positiva en las dimensiones (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles) frente a la imagen institucional. En cuanto a los resultados de nuestra investigación, podemos señalar que la relación es directa entre la calidad de servicio y la imagen institucional, así como también la relación directa entre las dimensiones de la calidad de servicio y la



imagen institucional, estos resultados obtenidos en ambos estudios son similares por haberse realizado en instituciones educativas.

#### **6.4 Implicancia del estudio**

Será de mucha importancia para la mejora continua, implementando acciones correctivas y de mejora, teniendo en consideración los hallazgos y las recomendaciones presentadas en la investigación, debido a que han sido desarrolladas con responsabilidad en la obtención de la información proporcionada por la percepción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.



## CONCLUSIONES

Luego de realizar los resultados y discusiones de la investigación podemos sacar las siguientes conclusiones.

**Primera,** La relación de la calidad de servicio e imagen institucional de la escuela profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco es directa, con un resultado estadísticamente significativo  $P=0.000$  y con un grado de correlación Tau b Kendal = 0.548, lo que demuestra que la calidad de servicio repercute directamente con la imagen institucional.

**Segunda,** la calidad de servicio que perciben los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas es de nivel bueno en un 56 % y excelente en un 26,1 %, pero tenemos un 17,9 % de regular a malo. Así mismo podemos decir que a un nivel bueno son representadas las dimensiones de fiabilidad en 48.8%, tangibles en 53.3%, capacidad de respuesta en 45.9% y la empatía en 42%, a diferencia de la dimensión de seguridad tenemos un 47.3% a nivel excelente; por lo tanto, la confianza por parte de los estudiantes no es lo suficiente y el limitado compromiso, atención inmediata e interés por parte de la Dirección en comprender las necesidades de los estudiantes.

**Tercera,** la imagen institucional percibida por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina de Cusco es buena en un 62.8 % y excelente en un 14,5 % pero tenemos un 22,7 % de regular a malo. Así mismo podemos decir que a un nivel bueno son representadas las dimensiones de accesibilidad en 43.8%, calidad académica en 44%, calidad administrativa en 50.2%, y el aspecto social en 44.4%, a diferencia de la dimensión de infraestructura tenemos un 57.5% a nivel excelente; por lo tanto, podemos mencionar que el



incremento paulatino del costo de la matrícula no es percibido de manera favorable, lo mismo podemos decir de la organización de pocos eventos científicos y culturales.

**Cuarta**, la relación de las cinco dimensiones de la variable calidad de servicio con la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco es directa, la relación de la fiabilidad con la imagen institucional es directa, con el coeficiente de correlación de 0,459, del 100% de los estudiantes evidenciaron un nivel bueno en la fiabilidad de ellos el 75% sostiene que la imagen institucional es buena. La relación de seguridad con la imagen institucional es directa, con un coeficiente de correlación de 0,499, del 100% de los estudiantes evidenciaron un nivel bueno en la seguridad de ellos el 70% sostiene que la imagen institucional es buena. La relación de capacidad de respuesta con la imagen institucional es directa, con un coeficiente de correlación 0,478, del 100% de los estudiantes evidenciaron un nivel bueno en la capacidad de respuesta de ellos el 75.8% sostiene que la imagen institucional es buena. La relación de elemento tangible con la imagen institucional es directa, con el coeficiente de correlación 0,498, del 100% de los estudiantes evidenciaron un nivel bueno en el elemento tangible de ellos el 73.4% sostiene que la imagen institucional es buena. La relación de la empatía con la imagen institucional es directa, con el coeficiente de correlación 0,529, del 100% de los estudiantes evidenciaron un nivel bueno en la empatía de ellos el 79.3% sostiene que la imagen institucional es buena. Por consiguiente, podemos decir que las dimensiones que conforman la calidad de servicio repercuten directamente a la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del cusco.



## RECOMENDACIONES

Al Director de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, se recomienda implementar planes de mejora de la calidad de servicio, como consecuencia de ello, la imagen institucional de la Escuela Profesional mejorará significativamente, para este fin se debe realizar actividades donde participen estudiantes, docentes, Director y colaboradores.

Al Director del Departamento Académico de Ingeniería de Sistema de Universidad Andina del Cusco, se recomienda que se establezca un comité de monitoreo de las dimensiones: Fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, elemento tangible, empatía, para este propósito se debe realizar encuestas periódicas que ayuden a medir la calidad de servicio.

Al Director de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco, se recomienda solicitar el incremento de los convenios, para que los estudiantes puedan ejercer sus prácticas profesionales en la especialidad, asimismo también el incremento de la realización de eventos científicos y visitas a empresas dirigidos a los estudiantes y egresados con la finalidad de mejorar sus capacidades en el mercado laboral y la relación entre universidad y empresa, como consecuencia de ello se incrementara la imagen institucional.

Al Director del Departamento Académico de Ingeniería de Sistema de Universidad Andina del Cusco, se recomienda evaluar y proponer a las autoridades universitarias en mantener por un periodo el costo de la matrícula y pensiones de los estudiantes, con el fin de hacer mejoras en la percepción de la accesibilidad.

El propósito fundamental de la Calidad de Servicio es fomentar la mejora continua, por consiguiente se recomienda efectuar evaluaciones en ciertos periodos





o cada semestre académico, con el fin de contar con una información actualizada, que permita ver un panorama más amplio de lo que está sucediendo y planteando soluciones rápidas y en tiempo real; para ello se deberá implementar una retroalimentación de manera sistematizada en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas usando tecnología que permita contar con información completa, efectivo e integral.

Finalmente, para establecer una mejora en la calidad de servicio se debe tomar en cuenta las recomendaciones y hallazgos para el mejoramiento de la imagen institucional de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M. G., & Pincay, D. E. (2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de guayaquil*. Obtenido de Universidad Politécnica Selesiana, Ecuador: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7451>
- Albrecht, K. (2004). *La revolución del Servicio: Lo único que cuenta es un cliente satisfecho*. Bogotá, Colombia: 3R Editores.
- Aguirre, W. S., & Rodríguez, E. M. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes en la Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos 2017*. Obtenido de Universidad Privada de la Selva Peruana: <http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/28/aguirre-espinoza-wildher.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Araya, C. L. (2013). ¿ *Que hemos aprendido sobre la calidad de servicio en educación*. *Pilquen*, 2(16), 1-12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3475/347532061008.pdf>
- Barnett, R. (1992). *La Idea de calidad: expresar lo educativo*. *Higher Education Quarterly*, 46(1), 3-19. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2273.1992.tb01581.x>
- Barker, J. (1997). *El propósito del estudio, las actitudes para estudiar y las relaciones entre el personal y los estudiantes*.
- Blanco Guillermet, R.J., & Blanco Peck, R. (2007). *La medición de la calidad de servicio en la educación universitaria*. *CIE (Cuaderno de Investigación en la Educación)*, 121-136. Obtenido de [http://cie.uprrp.edu/cuaderno/download/numero\\_22/vol22\\_07.pdf](http://cie.uprrp.edu/cuaderno/download/numero_22/vol22_07.pdf)
- Botero, M. M., & Peña, P. (2006). *Calidad en el Servicio: El Cliente Incógnito*. Barranquilla- Colombia: Suma Psicológica.
- Bravo, G., & Vergara, M. (2018). *Factores que determinan la elección profesional: en estudiantes undécimo grado de colegios públicos y privados de Barrancabermeja*, 12(20). Obtenido de <file:///C:/Users/liz/Desktop/Dialnet-FactoresQueDeterminanLaEleccionDeCarreraProfesional-6309708.pdf>.
- Bustos, T., & Salazar, A. (2010). *Percepción de Directivos, Docente y Estudiantes, en torno a la Implementación de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad de las Instituciones Educativas*. Universidad de la Sabana.
- Cahuina, M. C. (2014). *Influencia de la calidad de servicio en la imagen institucional de la unidad de gestión educativa local Arequipa sur, 2014*. Obtenido de Universidad Católica de Santa María:



<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4728/47.1028.CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. Malaga, España: Instituto de Investigación en Relaciones Publicas.
- Chicaiza, D. E. (2015). *La calidad del servicio y su influencia en el posicionamiento de la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorros y Crédito Amazonas Ltda. Matriz Puyo*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato, Ecuador:  
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/10092>
- Cid, A., Perez, A., & Zabalza, M. A. (17 de Noviembre de 2009). *Las practicas de enseñanza declarada los " mejores profesores" de la universidad de vigo*. Obtenido de RELIEVE, 15(2), 1-20:  
[http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2\\_7.htm](http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2_7.htm)
- Connor, H. (2003). *Decidir a favor o en contra de la participacion en la educacion superior: las opiniones de los jovenes de las clases sociales mas bajas*. Higher Education Quarterly, 55(2), 204-224. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2273.00183>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). *SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance Based and Perceptions Minus Expectations Measurement of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 125-131.
- Crosby, P. (1979). *La Calidad no Cuesta*. Mexico: McGraw Hill.
- D´armas, M., Robles, R., Cedillo, M., Vinueza, J., Correa, M., Mejia, A., & Acosta, G. (2018). Imagen institucional universitaria: un estudio de caso en el contexto del ecuador. *ESPACIOS*, 14.
- Del Aguila, R. G. (2016). *Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2016*. Obtenido de Universidad Cesar Vallejo:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/431/delAguila\\_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/431/delAguila_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Delgado de Smith, Y. (2008). *La investigación social en proceso: ejercicio y respuesta*. Venezuela: Universidad de Carabobo. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/281099061\\_La\\_Investigacion\\_Social\\_en\\_Proceso\\_Ejercicios\\_y\\_Respuestas](https://www.researchgate.net/publication/281099061_La_Investigacion_Social_en_Proceso_Ejercicios_y_Respuestas)
- Deming, E. (1989). *Calidad Productividad y Competitividad la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de santo.
- Dowling, G. R. (1986). *Gestion de Marketing Industrial*, v 15, p 109-115. Elsevier. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0019850186900519#!>.



- Duque, E., & Chaparro, C. (Enero-Junio de 2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la uptc duitama. *Criterio Libre*, 10(16), 159-192. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1168>
- Fournier, R., & Yebrin, S. (2006). *La identidad institucional como proceso emergente de comunicacion eficaz*. Obtenido de Trabajo de investigacion: <https://es.scribd.com/document/153744789/5925d049bbcf9659f730cd0064303ea8-t-Investigacion-Convivencia>.
- Galviz, G. (2011). *Calidad en la Gestion de Servicios*. Venezuela: Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image, Recruitment image, and initial job choice decisions. *The Academy of Management journal*, 36 (2), 414-427.
- Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios. España: Díaz y Santos. Obtenido de [https://kupdf.net/download/marketing-y-gestion-de-servicios-christian-grnroos\\_59befc9608bbc56a14686f05\\_pdf](https://kupdf.net/download/marketing-y-gestion-de-servicios-christian-grnroos_59befc9608bbc56a14686f05_pdf)
- Guédez, C., & Osta, K. M. (2012). Factores de la imagen institucional universitaria: perspectiva desde un sector del público interno, personal administrativo. *Revista Ingenieria Industrial*, 71-85.
- Guerra, V., & Arends, P. (2008). Medición de la Imagen Institucional de un Postgrado Universitario. *Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias*, 10-20.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 356-365.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGRAW HILL.
- Hodson, W.K (2001). *Manual del Ingeniero Industrial*. Mexico: Mc GRAW HILL.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Ques es control total de calidad? la modalidad japonesa*. Bogota: norma.
- Johnson, M., & Zinkhan, G. M. (2015). Defining and Measuring Company Image: Proceedings of the 1990 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Developments in Marketing Science. *Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham, 346-347.
- Juran, j. M., & Gryna, F. M. (1998). *Análisis y la planificación de la calidad*. Mexico: McGraw Hill.
- Kazoleas, D., Kim, Y., & Moffitt, M. A. (2001). Institutional image: a case study. *Corporate communications: an international journal*, 6(4), 205-216.



- Martinez, E., Montaner, T., & Pina, J. M. (2005). Propuesta de medición de la imagen de marca: un análisis aplicado a las extensiones de marca. *Revista Australiana de economía*, 89-112.
- Mat'ová, H., Dzian, M., Triznová, M., Palus, H., & Parobek, J. (2015). Corporate Imagen Profile. *Procedia Economic and Finance*, 225-230.
- Mejías, A. (2005). Modelo para medir la Calidad del Servicio en los Estudios Universitarios de PostGrado. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 9(34), 81-85. Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-48212005000200004&Ing=es&tIng=es...](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212005000200004&Ing=es&tIng=es...)
- Mejías, A., Valle, M., & Vega, A. (2013). La Calidad de los Servicios Universitarios: Reflexiones a partir del Estudio de Casos en el Contexto Latinoamericano. *Industrial Data*, 16 (2), 13-23. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/307181624\\_La\\_calidad\\_de\\_los\\_servicios\\_universitarios\\_reflexiones\\_a\\_partir\\_del\\_estudio\\_de\\_casos\\_en\\_el\\_contexto\\_latinoamericano](https://www.researchgate.net/publication/307181624_La_calidad_de_los_servicios_universitarios_reflexiones_a_partir_del_estudio_de_casos_en_el_contexto_latinoamericano)
- Morais, M., Santos, E., Rizatte, D., & Melleiro, M. (2013). The use of quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*. Obtenido de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-62342013000501227&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342013000501227&lng=en&nrm=iso&tlng=en)
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Imagen Corporativa y Reputación Corporativa en las Decisiones de retención de Clientes en Servicio. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 8(4), 227-236, Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698900000291>
- Pacheco, J. (202019). Administración de la calidad (definición, características, principios y costos). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/administracion-de-la-calidad/>.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of retailing*, 140-147.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVIQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 420-450.



- Pasquel, G. E., Báez, V. G., Pauker, L. M., & Apolo, D. E. (2016). Percepción, activos intangibles y stakeholder: modelo para el análisis de imagen corporativa. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 1-17.
- Pérez, A. R. (2011). *Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros*. Universidad de Cantabria.
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: Esic Editorial.
- Quijano, V. (2004). ¿Qué es la calidad en el servicio? Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/69/calidadeser.htm>
- Real Academia Española. (2018). *diccionario de la lengua española*. Obtenido de RAE.es: <https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
- Ríos, M. (2009). Imagen Institucional. *Centro Langle*, 1-5.
- Sánchez Herrera, J., & Pintado Blanco, T. (2013). *Imagen Corporativa Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: Esic Editorial.
- Sanguesa Sanchez, M., Mateo Dueñas, R., & Ilzarbe Izquierdo, L. (2006). *Teoria y practica de la calidad*. Madrid , España: Paraninfo.
- Schlesinger, M., & Alvarado, A. (2009). Imagen y reputación corporativa Estudio empírico de operadoras de telefonía en España. *Teoria y Praxis*, 9-29.
- Schmidt, K. (1995). *La búsqueda de la identidad: Identidad Corporativa, Estrategias, Métodos y Ejemplos*. Londres: Cassel Editorial.
- Sverdlick, I. (2012). *¿Qué hay de nuevo en evaluación educativa?*. Buenos Aires, Argentina: Educativas
- Vaca, J., Herrera, C., & Vaca, J. (2016). Evaluación de la calidad del servicio educativo y su influencia estudiantes. *Debates en Evaluaciones y Curriculum congreso internacional de educación*, 3532-3542. Obtenido de <https://posgradoeducacionuatx.org/pdf2016/E003.pdf>
- Vasquez, M. (3 de Abril de 2007). La Calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organizacion. *de Gerencia.com*. Obtenido de [https://degerencia.com/articulo/la\\_calidad,\\_el\\_concepto\\_actual/](https://degerencia.com/articulo/la_calidad,_el_concepto_actual/)
- Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoria de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide(Grupo Anaya S.A).
- Vlăsceanu, L., Grünberg, L., & Pârlea, D. (2007). *Quality Assurance and Accreditation:A Glossary of Basic Terms and Definitions*. Bucharest: UNESCO.



Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidda total en la gestion de servicio*.  
Madrid: Editorial Diaz de Santos.





## INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO

Señores estudiantes de la escuela profesional de ingeniería de sistemas de la Universidad Andina del Cusco, le agradeceré responder las siguientes preguntas para un tema de investigación titulado CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO, las respuestas serán confidencial y anónimas. Le pedimos responder con sinceridad no existe respuesta verdaderas o falsas, agradeciéndole su colaboración.

Utilice la siguiente escala para responder					1	2	3	4	5
1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = Algunas veces	4 = Casi siempre	5 = Siempre					
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>									
1	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas cumple con lo prometido								
2	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas muestra interés en resolverlo cuando el estudiante tiene un problema								
3	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas realiza su servicio bien la primera vez.								
4	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas concluye el servicio en tiempo prometido								
5	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas no cometen errores								
6	Los Docentes y Administrativos generan confianza en Ud.								
7	Los estudiantes se sienten seguro de sus trámites documentario en la escuela profesional de ingeniería de sistemas.								
8	Los Docentes y Administrativos son amables con Ud.								
9	Los Docentes y Administrativos muestran conocimiento de la gestión académica								
10	Los Docentes y Administrativos comunican a los estudiantes al concluir su servicio								
11	Los Docentes y Administrativos ofrecen un servicio en el tiempo prudente								
12	Los Docentes y Administrativos orientan a los estudiantes en los procesos administrativos.								
13	Los Docentes y Administrativos están siempre dispuestos a ayudar a los estudiantes								
14	Los Docentes y Administrativos demuestran voluntad en la atención al estudiante								
15	Los Docentes y Administrativos brindan la información de manera oportuna								
16	La escuela profesional de ingeniería de sistemas equipa periódicamente sus laboratorios								
17	Las aulas y laboratorios de la escuela profesional de ingeniería de sistemas se encuentran en buen estado								
18	El personal docente asiste a clase con el terno institucional								
19	Los equipos de las aulas y laboratorios de la escuela profesional de ingeniería de sistemas funcionan correctamente								
20	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas ofrece tutoría a los estudiantes								
21	El horario de atención de la dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas es adecuado para atender a los estudiantes.								
22	Los Docentes y Administrativos se comprometen con la atención a los estudiantes.								
23	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas demuestra preocupación por los estudiantes.								
24	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas comprende las necesidades de los estudiantes.								





### CUESTIONARIO IMAGEN INSTITUCIONAL

Señores estudiantes de la escuela profesional de ingeniería de sistemas de la Universidad Andina del Cusco, le agradeceré responder las siguientes preguntas para un tema de investigación titulado CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO, las respuestas serán confidencial y anónimas. Le pedimos responder con sinceridad no existe respuesta verdaderas o falsas, agradeciéndole su colaboración.

Utilice la siguiente escala para responder						1	2	3	4	5
1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = Algunas veces	4 = Casi siempre	5 = Siempre						
<b>IMAGEN INSTITUCIONAL</b>										
25	El costo de matrícula y la pensión mensual por enseñanza en la escuela profesional de ingeniería de sistemas se encuentra aceptable.									
26	Los estudiantes de la escuela profesional de ingeniería de sistemas tienen problemas para llegar a la facultad de ingeniería y arquitectura.									
27	Los requisitos exigidos en el examen de admisión son los adecuados									
28	Los profesionales Docentes y Administrativos se capacitan continuamente									
29	Los estudiantes perciben que están recibiendo una buena educación									
30	La escuela se profesional de ingeniería de sistemas mejora continuamente con la acreditación.									
31	Los estudiantes perciben un nivel de exigencia académica en la escuela profesional de ingeniería de sistemas.									
32	Las prácticas pre profesionales de la escuela profesional de ingeniería de sistemas son de especialidad.									
33	La biblioteca central brinda un buen servicio a los estudiantes de la escuela profesional de ingeniería e sistemas.									
34	El servicio por la web está siempre actualizado									
35	Los Docentes y Administrativos cumplen eficientemente su gestión administrativa en la escuela profesional de ingeniería de sistemas.									
36	Los estudiantes se pueden movilizar bien en el campus de la facultad de ingeniería y arquitectura.									
37	Los estudiantes se encuentran cómodos en las aulas de la facultad de ingeniería y arquitectura.									
38	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas organiza eventos científicos.									
39	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas organiza eventos culturales.									
40	La dirección de la escuela profesional de ingeniería de sistemas organiza visitas a empresas.									