

# UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD  
DE SERVICIOS ACADÉMICOS EN LOS ESTUDIANTES DE LAS  
CARRERAS PROFESIONALES DE LA ESCUELA PROFESIONAL  
DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN  
FILIAL TARAPOTO - 2018

Por  
Amado Arce Cobeñas  
Víctor Roque López

Asesor  
Mtro. David Troya Palomino

**Tarapoto, de diciembre del 2018**

DECLARACIÓN JURADA  
DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

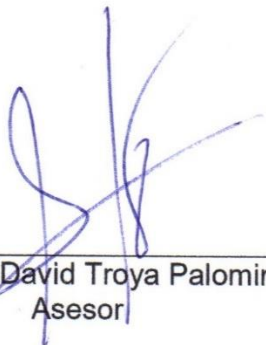
Mtro. David Troya Palomino, de la Facultad de ciencias empresariales, Escuela Profesional de administración, de la Universidad Peruana Unión.

**DECLARO:**

Que el presente informe de investigación titulado: ***“Análisis comparativo de la percepción de los servicios académicos en los estudiantes de las carreras profesionales de la escuela profesional de administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto - 2018”*** constituye la memoria que presenta los **Bachilleres Amado Arce Cobeñas y Víctor Roque López**, para aspirar al título profesional de Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Morales, 30 de enero del 2019



---

Mtro. David Troya Palomino  
Asesor


Análisis comparativo de la percepción de la calidad de servicios  
académicos en los estudiantes de las carreras profesionales de la  
escuela profesional de administración de la Universidad Peruana Unión

Filial Tarapoto - 2018

# TESIS

Presentada para optar el título profesional de Licenciado en  
Administración y Negocios Internacionales

## JURADO CALIFICADOR




Mtro. Elmer Cruzado Vásquez  
Presidente



Mtro. José Joel Cruz Tarrillo  
Secretario



Lic. Kelita Guillén López  
Vocal



Mtro. Robin A. Díaz Saavedra  
Vocal



Mtro. David Froya Palomino  
Asesor

Tarapoto, 28 de diciembre del 2018

## **DEDICATORIA**

A mi madre quien me dio la vida y quien me ha sabido formar con buenos Valores y me ha sabido guiar por el camino del éxito. A mi padre quien me anima a seguir en todo momento. A mis hijos Thalía y Freddy quienes son la fuerza para seguir adelante. A mi esposa Marilú a quien le debo todas las gracias por apoyarme incondicionalmente en todo lo que hago y por creer en mi a pesar de las dificultades. A los docentes de mi alma mater que con sus enseñanzas hicieron que mejore día a día.

### **Dedicatoria**

La dedico con todo mi amor y cariño a mi esposa Castorina Troyes, por su sacrificio y esfuerzo de apoyarme en mi carrera para nuestro futuro y por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre me ha estado brindando su comprensión, amor y cariño.

A mis hijos Dennys, Yessenia y Wenderley por ser fuente de inspiración y motivación para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi docente y amigo Amado Arce y su esposa Marilú Retete y su familia por apoyarme con estadía de inicio hasta el final de mi carrera, Dios los bendiga.

A mi padre quien me anima a seguir adelante en todo momento. A mis docentes quienes me inculcaron sus conocimientos para mejorar progresivamente y a mis compañeros que siempre me brindaron su apoyo.

dificultades. A los docentes de mi alma mater que con sus enseñanzas hicieron que mejore día a día.

**Victor Roque**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar a Dios por haberme dado vida, fortaleza, salud y sabiduría, a la UPeU por consolidar mi formación profesional, a mis colegas de trabajo por su apoyo incondicional y a mí asesora y dictaminadores quienes con su apoyo hicieron posible la culminación de esta investigación.

**Amado Arce**

En primer lugar, a Dios por haberme dado la vida, fuerzas, salud y sabiduría para cumplir mis sueños, a la UPeU por haberme aceptado ser parte de ella y en su seno concluir mi carrera, a mi asesor y dictaminadores quienes con su apoyo hicieron que se haga realidad la culminación de esta investigación.

**Víctor Roque**

## Tabla de contenido

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	v
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstrac.....	xiii
Capítulo I.....	14
El problema de investigación.....	14
1.1. Descripción del problema.....	14
1.2.1. Problema general.....	15
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Objetivos de la investigación.....	16
1.3.2. Objetivo general.....	16
1.3.2. Objetivos específicos.....	17
1.4. Justificación.....	17
1.4.1. Relevancia social.....	17
1.4.2. Relevancia teórica.....	18
1.4.3. Relevancia metodológica.....	18
1.4.4. Viabilidad.....	18
Capítulo II.....	19
Marco teórico.....	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19

2.2.	Bases teóricas .....	22
2.2.1.	Calidad de servicio. ....	22
2.2.1.1.	¿De dónde proviene la calidad en los servicios? .....	22
2.2.1.2.	Calidad de los servicios de la educación. ....	23
2.2.1.3.	Gestión de la calidad educativa en la educación superior. ....	24
2.2.1.4.	Dimensiones de la calidad del servicio en la educación.....	26
2.3.	Marco filosófico .....	27
2.4.	Marco Conceptual.....	28
Capítulo III .....		30
Diseño metodológico .....		30
3.1.	Tipo de investigación .....	30
3.2.	Diseño metodológico .....	30
3.3.	Identificación de variables.....	30
3.4.	Operacionalización de variables.....	31
3.5.	Población y muestra .....	33
3.5.1.	Población. ....	33
3.5.2.	Muestra. ....	33
3.6.	Plan de procesamiento de datos.....	33
3.6.1.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	33
3.6.2.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	34
CAPÍTULO IV .....		35
Resultados y discusiones .....		35
4.1	Fiabilidad del instrumento de la investigación .....	35
4.2	Información sociodemográfica .....	35

4.2. Resultados.....	37
4.2.1. Problema general. ....	37
4.2.4. Problema específico 1.....	39
4.2.4. Problema específico 2.....	41
4.2.4. Problema específico 3.....	43
4.3. Discusiones.....	45
Capítulo V .....	48
Conclusiones y recomendaciones .....	48
5.1 Conclusiones.....	48
5.2 Recomendaciones .....	49
Referencias .....	50
Anexos.....	54



## Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	31
Tabla 2. Facultad de Ciencias Empresariales. ....	33
Tabla 3. Fiabilidad de Alfa de Cronbach de calidad de Servicios Académicos.....	35
Tabla 4. Información sociodemográfica. ....	35
Tabla 5. Análisis descriptivo de la variable calidad de servicios académicos. ....	37
Tabla 6. Tabla cruzada de la variable calidad de servicios académicos.....	38
Tabla 7. Análisis descriptivo de la dimensión Relevancia. ....	39
Tabla 8. Tabla cruzada de la dimensión relevancia.....	39
Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión Eficiencia y Eficacia.....	41
Tabla 10. Tabla cruzada de la dimensión Eficiencia y eficacia.....	42
Tabla 11. Análisis descriptivo de la dimensión Equidad.....	43
Tabla 12. Tabla cruzada de la dimensión equidad.....	43

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Calidad de servicios académicos.....	38
Gráfico 2. Dimensión de relevancia. ....	40
Gráfico 3. Dimensión eficiencia y eficacia. ....	42
Gráfico 4. Dimensión de equidad. ....	44

## Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia. ....	54
Anexo 2. Matriz instrumental. ....	55
Anexo 3. Instrumento. ....	56
Anexo 4. Validación del instrumento. ....	58

## Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar las diferencias de la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018., la investigación es de tipo descriptivo - comparativo; la unidad de análisis fueron los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto que hacen una muestra de 309 alumnos pertenecientes a escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y Marketing y Negocios Internacionales. Se aplicó el instrumento de medición para la calidad de servicios académicos propuesta por Municio (2000), con escala de Likert y presenta las siguientes dimensiones: relevancia con 6 ítems, eficiencia y eficacia con 4 ítems y equidad con 7 ítems. Concluimos que en ambas escuelas coinciden en cuanto a la calificación, en la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; de 107 alumnos, el 17% menciona que a veces perciben calidad en los servicios académicos; en la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; de 202 alumnos, el 30% menciona que a veces perciben calidad en los servicios académicos; para marketing sólo el 13% menciona que casi siempre, en administración el 32% menciona también que casi siempre percibe la calidad en los servicios académicos, y en porcentajes mínimos de menos de 3% en ambas escuelas respectivamente, mencionan que no perciben calidad en los servicios académicos. Asimismo, en marketing califican como medio con un porcentaje de 28.48% y en administración con un porcentaje de 53.40% para la calidad de los servicios académicos de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto.

**Palabras claves:** Calidad de servicios, alumnos.

## **Abstrac**

The objective of this research was to determine the differences in the perception of the quality of the academic services of the students of the professional school of Management with a specialization in Business Management and of the professional school of Marketing and International Business of the Peruvian University Union Filial Tarapoto , 2018., the research is descriptive - comparative; the analysis unit was the students of the Faculty of Business Sciences of the Peruvian University Union Filial Tarapoto that make a sample of 309 students belonging to professional school of Administration with Mention in Business Management and Marketing and International Business. The measuring instrument for the quality of academic services proposed by Municio (2000) was applied, with a Likert scale and has the following dimensions: relevance with 6 items, efficiency and efficacy with 4 items and equity with 7 items. We conclude that in both schools they coincide in terms of qualification, in the professional school of marketing and international business; of 107 students, 17% mentioned that they sometimes perceive quality in academic services; in the professional school of administration with a mention in business management; of 202 students, 30% mentioned that they sometimes perceive quality in academic services; for marketing only 13% mentioned that almost always, in administration 32% also mentioned that they almost always perceive quality in academic services, and in minimum percentages of less than 3% in both schools respectively, they mention that they do not perceive quality in the academic services. Likewise, in marketing they qualify as a medium with a percentage of 28.48% and in administration with a percentage of 53.40% for the quality of the academic services of the Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto.

**Keywords: Quality of services, students.**

## **Capítulo I**

### **El problema de investigación**

#### **1.1. Descripción del problema**

Desde tiempos memorables la educación superior cumple con un papel fundamental, el de formar integralmente a la persona, dotarle de competencias para hacer frente a la vida cotidiana y el ámbito laboral, teniendo en cuenta que la educación superior es la segunda etapa de este proceso en el cual se capacitan las personas para hacer frente a las circunstancias que la vida les presente. Esto indica que una educación superior acompañada de calidad es fundamental para sostener el proceso anhelado de desarrollo económico y social en la que la sociedad está involucrada, teniendo en cuenta que vivimos la era del conocimiento, el cambio continuo y la competitividad.

Hoy vivimos en una sociedad que en todas sus manifestaciones demanda calidad. Los países más desarrollados están experimentando un proceso de auge imparable en la valoración de la calidad; la investigación sobre la satisfacción estudiantil en cuanto a la calidad educativa universitaria ha ido tomando una mayor importancia en otros países, como vemos en los trabajos de González (2003), Rodríguez y Amaya (2005), Muñoz (2002), entre otros. En ellos se da a conocer la importancia de estudiar la relación satisfacción de los estudiantes respecto a la calidad educativa y su significado e influencia en el desarrollo de la universidad como institución educadora.

En nuestro país en la actualidad se han implementado mecanismos de legislación de la calidad en la Educación universitaria entre los cuales tenemos la Ley 29394 de Institutos y

Escuelas de Educación Superior del 2009, la Ley 28740 del SINEACE del 2006 y el Decreto Legislativo 882 de Inversión. Con esto el modelo de Acreditación para Programas de Estudios de Educación Superior Universitaria que busca mejorar la calidad educativa de las universidades en un 100 % hasta fines del 2018 pues todas tendrán que ser acreditadas en todas sus carreras y eso significa que tendrán que cumplir con estándares de calidad, eso da lugar a medir también la satisfacción de los estudiantes.

Dioses (2015) hace referencia que la evaluación de la calidad implica una preocupación de las universidades públicas y privadas por satisfacer al cliente, de esta manera mejorar no sólo los procesos si no también los resultados.

Las instituciones de educación superior universitaria están en este trayecto la calidad y deben estar conscientes y tener bien claro e interiorizado la filosofía de calidad, en la participación de todos los colaboradores de los diferentes niveles de la institución, para fomentar de esto una cultura que dé como resultado educación de calidad y satisfacción de los estudiantes.

La Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, no es ajena a esta realidad, en la actualidad se está trabajando en el proceso de acreditación de las diferentes carreras profesionales, teniendo como base el modelo de acreditación al SINEACE, por lo antes mencionado es relevante conocer la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto.

## **1.2. Formulación del problema**

La presente investigación plantea el siguiente problema principal y los problemas específicos.

### **1.2.1. Problema general.**

¿Existen diferencias significativas entre la percepción de la calidad de los servicios

académicos de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

- a) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018?
- b) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018?
- c) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.2. Objetivo general.**

Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018.



### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- a) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018
- b) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018.
- c) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018.

### **1.4. Justificación**

El presente estudio considera la calidad de servicio de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, factor que en procesos de acreditación y de exigencias de calidad en la educación superior son de mucha importancia tener conocimiento.

#### **1.4.1. Relevancia social.**

La relevancia social radica en que la presente investigación proporcionará información relevante para la institución y beneficiará en primer lugar a los colaboradores quienes con el resultado pueden afianzar las actividades que están realizando o de lo contrario tomar medidas correctivas en miras de la mejora continua; los alumnos, receptores del servicio.

#### **1.4.2. Relevancia teórica.**

Como relevancia teórica, esta investigación es importante, se corroborará la teoría existente; sin embargo, cabe resaltar que, por la naturaleza de la población estudiada pertenece a una universidad cristiana, se esperaría información relevante ya que no se cuenta con muchos estudios con estas variables en instituciones eclesiásticas.

#### **1.4.3. Relevancia metodológica.**

Asimismo, la relevancia metodológica de describir la variable y sus dimensiones, permitirá ahondar en busca de estudios más detallados que presente en un nivel considerable poder profundizar el análisis al nivel explicativo mediante regresión a fin de conocer el comportamiento de la variable en vista que se trata de aspecto esenciales para el emprendimiento de nuestra institución y, sobre todo mejorar la eficiencia de los servicios de esta institución educativa.

#### **1.4.4. Viabilidad.**

El presente estudio es viable porque se cuenta con el acceso a la información gracias a la autorización por parte de los administradores de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto para el desarrollo del estudio, además se cuenta con los medios económicos para su total desarrollo.

## **Capítulo II**

### **Marco teórico**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Ramírez (2017) realizó una investigación titulada “Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba – Ecuador” El tipo de investigación es descriptiva y explicativa de corte trasversal con el objetivo de Establecer el grado de influencia del Modelo ServQual Académico enfocado en la Calidad de los Servicios Educativos en la Satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional de Chimborazo Riobamba, en cuanto a los resultados obtenidos se encontró que la calidad de los servicios basados en Modelo ServQual Académico influye de manera positiva y significativa en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional de Chimborazo Riobamba.

Villacis (2017) realizó una investigación titulada “Criterios del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación superior y su influencia en la calidad de la educación de las extensiones universitarias de la provincia de Manabí”- Ecuador el tipo de la investigación es descriptiva comparativa de corte trasversal con el objetivo de “demostrar que la acreditación que otorga el Consejo de Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación Superior (CEAACES) influye en la calidad de las universidades.” En cuanto a los resultados obtenidos fue que la calidad de servicios que

brindan las extensiones universitarias está por encima del valor central, pero de manera muy cercana, lo cual lleva a concluir que la calidad se encuentra en nivel regular.”

Lagunas, Morales y Aguayo (2016) realizó una investigación titulada “Percepción de la calidad educativa caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo Leon y del Instituto Tecnológico de estudios superiores de Monterrey” el tipo de investigación es descriptiva de corte transversal con el objetivo de explicarla forma en que los estudiantes clasifican sus percepciones sobre la calidad de los diferentes componentes o factores que ofrecen cada una de estas instituciones educativas. Entre los principales resultados se encuentra que los estudiantes del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey le dan mayor peso a las instalaciones modernas e innovación tecnológica dentro de las aulas, mientras que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León valoran más la preparación académica de la planta docente.

Orestes (2012) realizó una investigación titulada “análisis de la calidad de servicio, desde la perspectiva de la satisfacción estudiantil, en la escuela académico profesional de administración de la "universidad nacional Jorge Basadre Grohmann" de Tacna el tipo de estudio fue correlacional de corte transversal, con el objetivo de Analizar la calidad de servicio, desde la perspectiva de la satisfacción estudiantil, en la Escuela Académico Profesional de Administración de la "Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann" en cuanto a los resultados obtenidos, se encontró que los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la "Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann" de Tacna consideran que existe un nivel elevado de insatisfacción estudiantil.

Alarcón (2013) realizó una investigación titulada “gestión educativa y calidad de la educación en instituciones privadas en lima metropolitana” el tipo de estudio fue exploratorio-descriptivo de corte transversal, con el objetivo de conocer el papel de la gestión educativa y la calidad de la educación que logran las instituciones privadas, en cuanto

a los resultados obtenidos se encontró que la relación del liderazgo en las Instituciones para el mejoramiento de la gestión; así como la participación que tanto el docente como el director y personal administrativo deben estar presentes para una escuela de calidad.

Ávila (2017) realizó una investigación titulada “percepción de la calidad educativa y análisis de estrategias de posicionamiento en la universidad Jaime Bausate y Meza”- Lima, el tipo de estudio fue no experimental- correlacional de corte transversal con el objetivo de Analizar de qué manera la percepción de la calidad del servicio educativo se relaciona con las estrategias de posicionamiento en la Escuela Profesional de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza, en cuanto a los resultados obtenidos se encontró que se confirmó la existencia de correlación positiva y alta entre ambas variables, es decir, la percepción de la calidad en el servicio educativo está asociada a las estrategias de posicionamiento.

Palomino (2016) realizó una investigación titulada “Medición de la satisfacción de los alumnos en los servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM” Lima, el tipo de la investigación es no experimental – descriptivo de corte transversal con el objetivo de Medir el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM, en cuanto a los resultados obtenidos se encontró que se alcanzó también un nivel satisfactorio en los alumnos, dado que el 60% de la muestra señaló que el nivel es bueno o excelente. Es importante mencionar que solamente para el 0.78% de los alumnos el nivel de la oferta de bienestar del estudiante es deficiente.

## **2.2.Bases teóricas**

### **2.2.1. Calidad de servicio.**

Thompson (2006) define el servicio como: “Actividad identificable, intangible y perecedera que es el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo, y que implican, generalmente, la participación del cliente; además, no es posible poseerlo físicamente, ni transportarlo o almacenarlo, pero puede ser ofrecido en renta o a la venta. Por tanto, el servicio puede ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”

Carrasco (2009) hace referencia al concepto de calidad aduciendo que son el resultado de una serie de cambios y transformaciones semánticas que han experimentado en el devenir de los años de existencia.

#### ***2.2.1.1. ¿De dónde proviene la calidad en los servicios?***

El hombre con el pasar de los tiempos trata de tener control sobre la calidad de los productos en un primer lugar los que eran para su propio consumo. Durante los diferentes periodos que pasó la humanidad el hombre ha tratado de proporcionar calidad sea a los cosas de consumo o a las que el mismo producía, llegada la revolución industrial dio por inicio el concepto de la especialización laboral.

Gutarra (2002), hace referencia a la edad media, y nos dice que el mantenimiento de la calidad se lograba gracias a los prolongados periodos de capacitación que exigían los gremios a los aprendices, tal capacitación imbuía en los trabajadores un sentido de orgullo por la obtención de calidad. Así mismo Hernández de la Cruz (2010) menciona que se popularizó la costumbre de poner marca a los productos y con esa práctica se desarrolló el interés de mantener una buena reputación asociada con la marca.

Duque (2004), nos da a conocer, que el tema de calidad del servicio desde ya bastantes años ha adquirido un fuerte protagonismo considerada, tanto por las empresas industriales como por las empresas de servicios, como un arma estratégica para poder sobrevivir en tanto desde el punto de vista académico como práctico y en el mercado y especialmente en entornos altamente competitivos.

Chiavenato (2007), afirma que la calidad es necesaria en el mercado y especialmente en entornos altamente competitivos.

Hernández de la Cruz (2010), menciona que años más tarde durante la revolución, se inicia el desarrollo del control de la calidad abarcando todo este ciclo, en la primera etapa de desarrollo de calidad en la que surge el operador de la misma en este sistema, un trabajador o un pequeño grupo de trabajadores tenían la responsabilidad de manufactura completa del producto y por lo tanto cada uno de ellos podía controlar totalmente la calidad de su trabajo.

#### ***2.2.1.2. Calidad de los servicios de la educación.***

Román y Cardemil (2007) haciendo referencia a la calidad de la educación nos dicen: “La educación es una tarea que compete a la sociedad en su conjunto. Desde esa lógica, es indispensable ampliar y fortalecer la participación social, fomentando el compromiso y la corresponsabilidad de todos los sectores de la sociedad (públicos y privados). Para ello, las sociedades y sistemas educativos han de promover la participación social, generando las condiciones para integrar y ampliar la participación ciudadana en la formulación, ejecución y evaluación de políticas educativas, con el fin de hacerlas más pertinentes, relevantes, a la vez que se las valida y legitima, asegurando así los efectos e impactos buscados desde ellas”.

Cassasus (2000) nos dice: esta noción resalta los procesos de enseñanza-aprendizaje, la misión de los actores educativos y se identifica el salón de clases como eje.

Alarcón (2009) menciona que existen hasta tres concepciones de la calidad de la

educación:

*a) Centradas en el profesorado:*

Wilson (1992) "El propósito del estudio de la calidad de la educación, consiste en entenderla mejor, en aclarar cómo puede alcanzarse y en canalizar los recursos para ayudar a todos los profesores a perfeccionar un nivel actual de rendimiento y a satisfacer así las expectativas públicas de la inversión en el sistema educativo".

*b) Centradas en el currículum:*

Wilson (1992) "La calidad consiste en planificar y evaluar el currículum óptimo (según los criterios de cada país) para cada alumno, en el contexto de una diversidad de individuos que aprenden"

*c) Centradas en el centro educativo:*

De la Orden (2009) La calidad de la educación, en cuanto se manifiesta en un producto válido, dependerá fundamentalmente de lo que acontece en la escuela, de las estructuras y procesos de las instituciones educativas.

### ***2.2.1.3. Gestión de la calidad educativa en la educación superior.***

Bullón (2007) La calidad educativa es entendida como aquel proceso que ayuda a desarrollar las potencialidades del estudiante a través de la satisfacción de sus necesidades de crecimiento intelectual y personal. Para mejorar y perfeccionar el significado de la calidad educativa surge dentro del contexto educativo, el sistema de Gestión de Calidad Total que enfatiza en la satisfacción del cliente y en su percepción de la calidad.

Este sistema tiene sus orígenes en el modelo norteamericano Malcom Braldrige, el modelo Deming y los trabajos desarrollados por Cornesky, Municio, Apodaca y Lobato (1990, 1994 y 1997 citados en Domínguez, 1999), así como en los estudios de López Ruperéz (1994) y Gento (2002). Dando una breve mirada a la historia de la calidad, las



décadas de los cincuenta y sesenta son conocidas como la época de la Calidad Dura que se caracterizó por el énfasis en la calidad del producto, destacando el modelo Deming, que planteaba el uso del control estadístico como medida de la calidad, entendiéndose calidad como la adecuación de los productos a una serie de criterios de perfección previamente definidos y permanentes, forjándose entonces la idea de Control de Calidad (Meade, 1997 y Velasco, 2000). Siguiendo estas premisas, en educación se desarrollaron las primeras pruebas objetivas criteriosales que median la eficiencia en función del porcentaje de aprobados.

Galgano (1993) citado en Velasco (2000) Nos hace mención que en la década del setenta se consolida el concepto de Calidad Total que se entiende como un sistema con un conjunto de estrategias que implican la colaboración de todo el personal de la organización para una mejora continua de la calidad, tanto en los productos como en los servicios.

González (2000) En la década de los ochenta es cuando la calidad alcanza un papel primordial en el desarrollo de las empresas, puesto que se da una mayor oferta y demanda de productos y servicios, emergiendo entonces el concepto de Gestión de la calidad total, que se enfoca principalmente en manejar las condiciones necesarias para lograr la satisfacción de las necesidades del cliente, por medio de la mejora continua en la eficacia, eficiencia y funcionalidad dentro la organización y entre los miembros que la componen.

Se promueve así mismo, la superación de las empresas creando premios como el Premio Deming en Japón, el Premio Malcolm Baldrige en Estados Unidos de Norteamérica, el Premio Nacional de Calidad en México y el Premio Europeo a la Calidad entre otros.

González (2000) En el ámbito educativo, la calidad y los criterios para medirla también han sufrido transformaciones. Es así que en los años noventa, se promueven las políticas y evaluación de la calidad universitaria, en donde no sólo la institución hace una valuación interna con sus propios criterios de evaluación de la calidad, sino que también acude a la

evaluación de expertos externos basados en estándares internacionales como modo de referente consensuado para determinar la excelencia

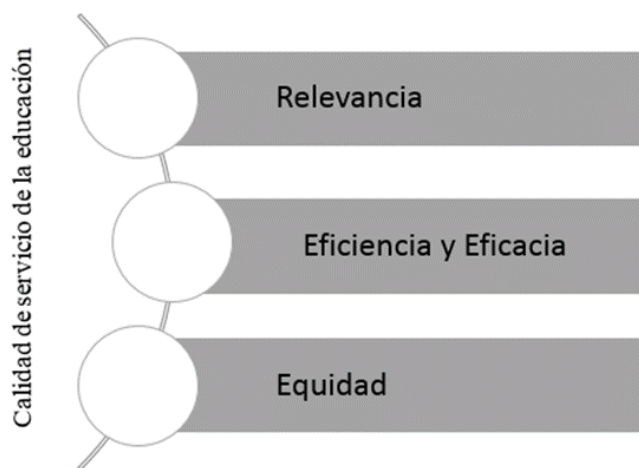
Domínguez (1999). En la actualidad un ejemplo con el que contamos, es el modelo de los Criterios de acreditación para programas de Ingeniería (ABET, 2004) que busca que la carrera identifique y atienda las necesidades de los estudiantes, con el fin de formar un perfil del egresado. Para ello, se basa en criterios que permiten introducir mejoras pertinentes en las carreras evaluadas. Estos criterios hacen referencia a los objetivos educacionales, las habilidades y actitudes a desarrollar en los estudiantes, la plana docente, las facilidades de infraestructura y materiales de estudio y el soporte financiero de la institución.

Domínguez (1999). Asimismo, la Gestión de la calidad total busca crear nuevas necesidades y posibilidades para la formación académica, dando una mayor importancia a los procesos de enseñanza donde el alumno está implicado en su propio aprendizaje

Rodríguez (1997) Por su parte, la institución educativa mantiene una imagen de liderazgo e impacto en el mercado actuando con eficacia para atender las necesidades del estudiante y generar mejoras continuas en el proceso de organización dentro de la institución.

#### ***2.2.1.4. Dimensiones de la calidad del servicio en la educación.***

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará las dimensiones propuestas por Municio (2000), quien señala que las dimensiones: Relevancia, Eficiencia y Eficacia, y Equidad.



**Figura 01:** Dimensiones de la calidad del servicio educativo – Fuwntw: Municio (2000)

### 2.3.Marco filosófico

Mientras Jesús estuvo en esta tierra, mostró en su vida y sus enseñanzas, que él vino a servir al prójimo incondicionalmente, esto lo podemos encontrar en el libro de Juan capítulo 13 versículo del 3-5 que “Jesús conocía el poder que tenía su Padre sobre todas las cosas, por ello estando en la mesa, se sacó el manto y se amarró una toalla en la cintura. Después vertió agua en una vasija y lavó y seco los pies de los discípulos”; así se describe que el servicio que se brinde al prójimo o cliente debe ser de alta calidad, sin esperar nada a cambio sino por el contrario reflejar el carácter de Dios, también en el libro de Filipenses capítulo 2 versículos 3-8 “No hagáis las cosas por egoísmo o vanidad; más bien hacer todo, con correcta humildad y consideración de los demás como mejores que nosotros. Cada uno debe velar no sólo por sus propios intereses sino también por los intereses de los demás. La actitud de cada uno de nosotros debe ser como la de Cristo Jesús, es así que en esta etapa como profesionales Dios nos llama a que pongamos todos nuestros talentos al servicio de la humanidad, y lo hagamos con excelencia. Apoyando en el libro de 1 Juan capítulo 4 versículo 8 describe “Quién no ama no conoce a Dios, porque Dios es amor.”, por ello el primer y gran mandamiento es: “Amarás al Señor con todo el corazón, alma, y mente, y con todas tus

fuerzas” así lo menciona el libro de Marcos capítulo 12 versículo 30. De igual modo se menciona, el segundo mandamiento el cual es: “Amarás a tu prójimo como a ti mismo” libro de Marcos capítulo 12 versículo 31.

De White (1978) Los jóvenes necesitan instruirse para servir, aprendiendo otros idiomas, para que Dios los use como medios para comunicar su verdad salvadora a todas las naciones. Si saben administrar su tiempo, podrán desarrollar su intelecto y estar aptos para prestar un servicio más extenso. Debemos servir con la mejor preparación y calidad.

La Biblia insta a tener una actitud de servicio el cual debe ser un principio fundamental de todo cristiano, “No testimoniar con competencia o jactancia; si no con sumisión, considerando al prójimo como superior.” según libro de Filipenses capítulo 2 versículo 3. “Amarse unos con otros con amor fraterno; con honra, prefiriéndose unos con otros.” Libro de Romanos capítulo 12 versículo 10. "Bienaventurado es dar que recibir" Libro de Hechos capítulo 20 versículo 35. "Imitar a Dios, porque es el máximo modelo de servidumbre" Libro de Filipenses capítulo 2 versículos 5-7, "Jesús tomó asiento y llamó a los discípulos y les dijo: Si alguien quiere ser primero, primero sea último y servidor de todos." Libro de Marcos capítulo 9 versículo 35. Bajo este fundamento cristiano, realizamos de todo corazón el presente trabajo de investigación en el centro de aplicación Productos Unión, ya que como institución adventista es carta abierta al mundo, para reflejar el servicio, amor y calidad con excelencia que proviene de Dios.

#### **2.4. Marco Conceptual**

Calidad de servicio: La calidad de servicio es un conjunto de estrategias de la organización para complacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Tangibilidad: El elemento Tangible es la apariencia de las instalaciones físicas de equipamiento y de servicio visual que los clientes pueden notar para saber cómo están equipadas.

Fiabilidad: Es la capacidad para ejercer el servicio prometido con formalidad y exactitud desde el primer momento.

Seguridad: La seguridad, es una habilidad para producir confianza y credibilidad, en la cual el cliente dispone sus problemas a la organización y tiene la certeza de que serán resueltos de la mejor manera.

Empatía: Es la atención individualizada y personalizada al cliente mediante una clara comprensión de sus necesidades específicas.

## Capítulo III

### Diseño metodológico

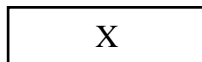
#### 3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo - comparativo ya que se busca hallar la diferencia en la percepción de la calidad de los servicios académicos en los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y las Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales. Fidas y Arias (2012).

#### 3.2. Diseño metodológico

La presente investigación corresponde a un diseño no experimental de corte transversal porque no se manipularon las variables, así mismo los datos fueron obtenidos en un momento dado. Hernandez, Fernandez y Baptista (2014)

El diseño es el siguiente:



Donde:

X: Percepción de la calidad de los servicios académicos en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración.

#### 3.3. Identificación de variables

Variable Independiente: Calidad de servicio educativo

Dimensiones:

- ✓ Relevancia
- ✓ Eficiencia y eficacia
- ✓ Equidad

### 3.4. Operacionalización de variables

**Tabla 1.** Operacionalización de variables.

TITULO	VARIABLE	DIMENSIONES	Ítems
ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS ACADÉMICOS EN LOS ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN FILIAL TARAPOTO	Calidad de Servicios Académicos	Relevancia	La institución se preocupa por desarrollar en sus alumnos la claridad, sencillez y coherencia.
			La retroalimentación en la comunicación es considerada relevante para la institución.
			La institución basa el desarrollo del currículo en las competencias instrumentales y sistémicas
			Se promueven reforzamiento en capacidades comunicativas y Matemáticas para mejorar la capacidad de análisis y síntesis.
			Se favorece una mayor participación del alumnado en la solución de problemas académicos y de la vida diaria.
			Se desarrolla la habilidad para generar nuevas ideas y soluciones a situaciones repetitivas.
		Eficiencia y eficacia	La institución utiliza su presupuesto asignado para las actividades.
			Los directores establecen una ruta de prioridades en cuanto a necesidades de infraestructura; teniendo en cuenta las prioridades.
			Se realizan encuestas para identificar a la población que requiera mayor esfuerzo en el tema de cobertura.
			Se realiza estudios de mercado para evaluarla cobertura del servicio educativo de la Institución.
			La institución desarrolla y/o participa de concursos internos y externos.
		Equidad	La institución desarrolla y/o participa de concursos internos y externos

		La institución informa a las familias de los recursos o servicios que pueden tener a su disposición así como de sus derechos para solicitar becas u otros tipos de ayudas
		En la institución se presta atención a la relación con las familias de los alumnos con necesidades educativas específicas.
		Los docentes mantienen una estrecha comunicación con los padres de familia, con el objetivo de informar oportunamente la situación académica de los alumnos.
		Se realizan encuestas para identificar a la población cuyo nivel educativo requiera mayor esfuerzo en el tema del acceso.
		El equipo directivo se encuentra comprometido con la gestión calidad
		El equipo directivo elabora un programa comprometido con la mejora continua del centro



### **3.5. Población y muestra**

#### **3.5.1. Población.**

La presente investigación tiene como la unidad de análisis a los estudiantes Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto.

#### **3.5.2. Muestra.**

La Escuela Profesional de Administración está compuesta por las carreras: C.P Administración con Mención en Gestión Empresarial y C.P Marketing y Negocios Internacionales.

**Tabla 2.** Facultad de Ciencias Empresariales.

<b>Nombre de la Carrera Profesional</b>	<b>Alumnos</b>
C.P Marketing y Negocios Internacionales	107
C.P Administración con Mención en Gestión Empresarial	202
<b>Total</b>	<b>309</b>

Fuente Portal académico UPeU (2018).

Para la presente investigación se tomó el 100% de los alumnos de la Facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, matriculados en el ciclo 2018 - II, que son un total de 309 alumnos.

### **3.6. Plan de procesamiento de datos**

#### **3.6.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

En este trabajo de investigación se usará un instrumento de medición para la calidad de servicios académicos propuesta por Municio (2000), con escala de Likert y presenta las siguientes dimensiones: relevancia con 6 ítems, eficiencia y eficacia con 4 ítems y equidad con 7 ítems.

Técnica de la encuesta: La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas. El procedimiento para recopilar la información de la calidad de los servicios y la satisfacción de los estudiantes es: se les entregó a los estudiantes el test de calidad de los servicios, ellos responderán las preguntas en un lapso de treinta minutos, luego se procederá a recoger los cuestionarios.

### **3.6.2. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.**

Para el procesamiento y análisis de datos se codificará en orden correlativo el total de encuestas, luego se tabulará los datos en el software SPSS versión 20, posteriormente se procederá a analizar los datos que generaría el sistema y por último se hará la interpretación.

## Capítulo IV

### Resultados y discusiones

#### 4.1 Fiabilidad del instrumento de la investigación

**Tabla 3.** Fiabilidad de Alfa de Cronbach de calidad de Servicios Académicos.

Variable 1	Dimensiones	Alfa de Cronbach	Ítems
Calidad de servicios Académicos con un Alfa de Cronbach de 0,918 (17 ítems)	Relevancia	0,778	6
	Eficiencia y eficacia	0,838	4
	Equidad	0,891	7

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la confiabilidad, la tabla 3 muestra que los coeficientes de Alfa de Cronbach tienen resultados sobre 0,8 lo cual indica que la confiabilidad es buena en los resultados obtenidos en la muestra, este resultado también demuestra que el instrumento es apto para poblaciones similares.

#### 4.2 Información sociodemográfica

**Tabla 4.** Información sociodemográfica.

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	127	41.1%
	Femenino	182	58.9%
	Total	309	100.00%
Edad del Encuestado	16 - 20 años	167	54%
	20 - 25 años	111	35.9%
	Más de 26	31	10%
	Total	309	100.00%
Procedencia	Costa	41	13.3%
	Sierra	27	8.7%
	Selva	229	74.1%
	Extranjero	12	3.9%
Carrera Profesional	Total	309	100.00%
	Marketing y Negocios Internacionales	107	34.6%

Administración con Mención Gestión Empresarial	202	65.4%
Total	309	100.00%

---

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 4, se observa la información socio demográfica: De los 309 alumnos de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto 2018, se distribuye de la siguiente manera, el 41.1% es de género masculino y el 58.9% de género femenino, con respecto a la edad, el 54% tiene entre 16 a 20 años, y el 35.9% tiene entre 20 a 35 años y el 10% tienen más de 25 años.

El lugar de procedencia de los alumnos de la facultad de ciencias empresariales es distribuido de la siguiente manera: El 13.3% es de la costa, el .7% es de la sierra, el 74.1% de la selva y sólo el 3.9% viene del extranjero.

Finalmente, el 34.6% pertenece a la escuela profesional de Marketing y negocios internacionales y 65.4% pertenece a la escuela profesional de Administración con mención en gestión empresarial.

## 4.2. Resultados

### 4.2.1. Problema general.

**Tabla 5.** Análisis descriptivo de la variable calidad de servicios académicos.

<b>CALIDAD DE SERVICIOS</b> Escala	<b>Escuela profesional</b>				<b>TOTAL</b>	
	Marketing		Administración		Cant.	%
<b>Casi nunca</b>	9	3%	9	3%	18	5.83%
<b>A veces</b>	52	17%	93	30%	145	46.93%
<b>Casi siempre</b>	40	13%	99	32%	139	44.98%
<b>Siempre</b>	6	2%	1	0%	7	2.27%
<b>Total</b>	107	35%	202	65%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 5 podemos observar las diferencias de la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto en la escala de nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

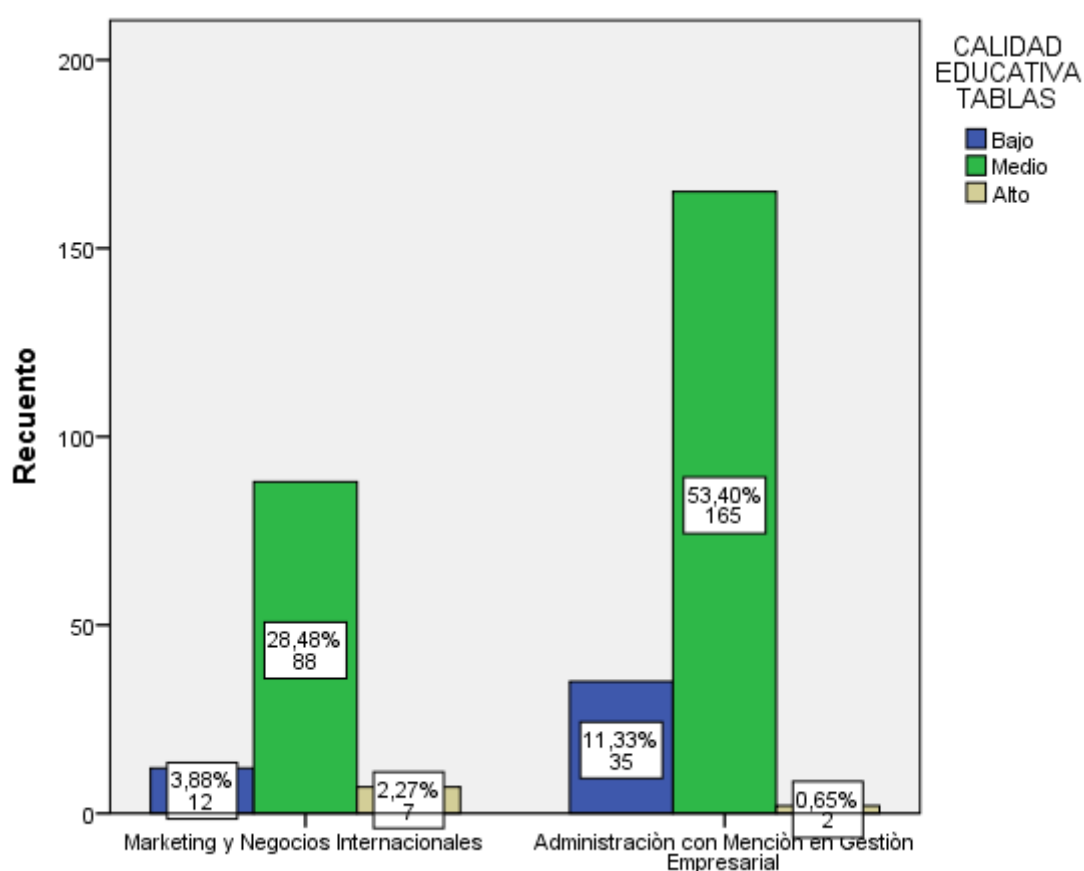
Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 17% que a veces perciben calidad en los servicios académicos, un 13% mencionó que casi siempre, un 2% perciben que siempre y el 3% casi nunca perciben la calidad de los servicios académicos.

Para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 30% que a veces perciben calidad en los servicios académicos, un 32% casi siempre perciben la calidad en los servicios académicos, el 3% casi nunca no percibe calidad en los servicios académicos.

**Tabla 6.** Tabla cruzada de la variable calidad de servicios académicos.

E.P.	CALIDAD DE SERVICIOS ACADÉMICOS						TOTAL	
	Bajo		Medio		Alto		Cant.	%
<b>Marketing</b>	12	3.88%	88	28.48%	7	2.27%	107	34.63%
<b>Administración</b>	35	11.33%	165	53.40%	2	0.65%	202	65.37%
<b>Total</b>	47	15%	253	82%	9	3%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.



**Gráfico 1.** Calidad de servicios académicos.

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 1 se aprecia que los alumnos de la escuela profesional de marketing califican con 28.48% de medio la calidad de los servicios académicos, con 3.88% como bajo y con 2.27% como alto.

Asimismo, se aprecia para la escuela profesional de administración, una calificación de

medio con 53.40% con respecto a la calidad de los servicios académicos, un 11.33% califican como bajo y 0.65% como alto.

#### 4.2.4. Problema específico 1.

**Tabla 7.** Análisis descriptivo de la dimensión Relevancia.

RELEVANCIA Escala	Escuela profesional				TOTAL	
	Marketing		Administración		Cant.	%
<b>Casi nunca</b>	3	1%	1	0%	4	1.29%
<b>A veces</b>	38	12%	66	21%	104	33.66%
<b>Casi siempre</b>	56	18%	124	40%	180	58.25%
<b>Siempre</b>	10	3%	11	4%	21	6.8%
<b>Total</b>	107	35%	202	65%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 7 podemos observar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto en la escala de nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 18% que casi siempre perciben la relevancia con respecto a la calidad en los servicios académicos, un 12% mencionó que a veces, un 3% perciben que siempre y el 1% casi nunca perciben la relevancia en la calidad de los servicios académicos.

Para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 40% que casi siempre perciben relevancia en la calidad de los servicios académicos, un 21% casi nunca perciben la relevancia, el 4% percibe siempre.

**Tabla 8.** Tabla cruzada de la dimensión relevancia.

E.P.	RELEVANCIA			TOTAL				
	Bajo		Medio	Alto	Cant.	%		
<b>Marketing</b>	11	3.56%	90	29.13%	7	1.94%	108	34.73%

<b>Administración</b>	6	1.94%	195	63.11%	2	.32%	203	65.27%
<b>Total</b>	17	6%	285	92%	9	3%	311	100%

Fuente. Elaboración propia.

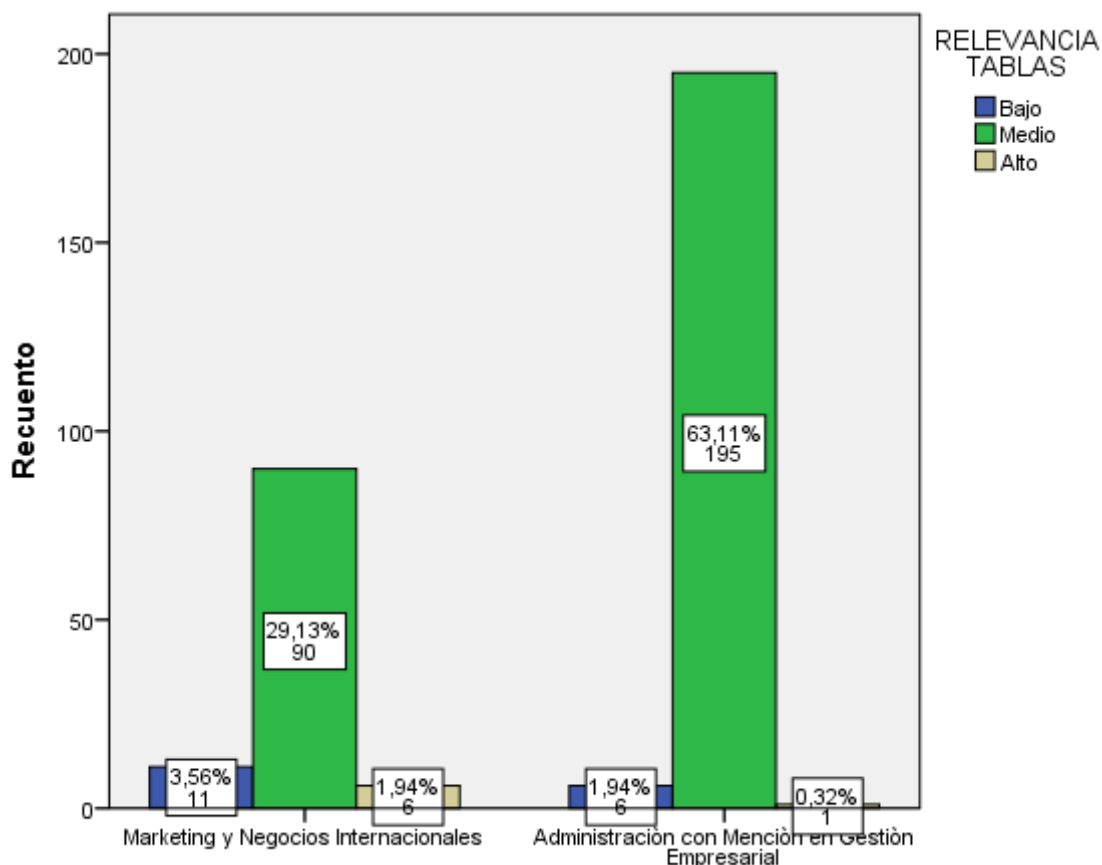


Gráfico 2. Dimensión de relevancia.

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 2 se aprecia que los alumnos de la escuela profesional de marketing califican con 29.13% de medio la relevancia en la calidad de los servicios académicos, con 3.56% como bajo y con 1.94% como alto.

Asimismo, se aprecia para la escuela profesional de administración, una calificación de medio con 63.11% con respecto a la relevancia en la calidad de los servicios académicos, un 1.94% califican como bajo y 0.32% como alto.



#### 4.2.4. Problema específico 2.

**Tabla 9.** Análisis descriptivo de la dimensión Eficiencia y Eficacia.

<b>EFICIENCIA Y EFICACIA</b>	<b>Escuela profesional</b>				<b>TOTAL</b>	
	Marketing		Administración		Cant.	%
Escala						
<b>Nunca</b>	2	1%	0	0%	2	0.65%
<b>Casi nunca</b>	10	3%	16	5%	26	8.41%
<b>A veces</b>	38	12%	98	32%	136	44.01%
<b>Casi siempre</b>	47	15%	70	23%	117	37.86%
<b>Siempre</b>	10	3%	18	6%	28	9.06%
<b>Total</b>	107	35%	202	65%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 9 podemos observar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto en la escala de nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 15% que casi siempre perciben la eficiencia y eficacia con respecto a la calidad de los servicios académicos, un 12% mencionó que a veces, un 3% perciben que siempre, el 3% casi nunca y el 1% no perciben la eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos.

Para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 23% que casi siempre perciben eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos, un 32% que a veces perciben la eficiencia y eficacia, el 6% percibe siempre, y el 5% no percibe eficiencia ni eficacia en la calidad de los servicios académicos.

Tabla 10. Tabla cruzada de la dimensión Eficiencia y eficacia.

E.P.	EFICIENCIA Y EFICACIA						TOTAL	
	Bajo		Medio		Alto		Cant.	%
<b>Marketing</b>	12	3.88%	65	21.04%	30	9.71%	107	34.63%
<b>Administración</b>	16	5.18%	133	43.04%	53	17.15%	202	65.37%
<b>Total</b>	28	9%	198	64%	83	27%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

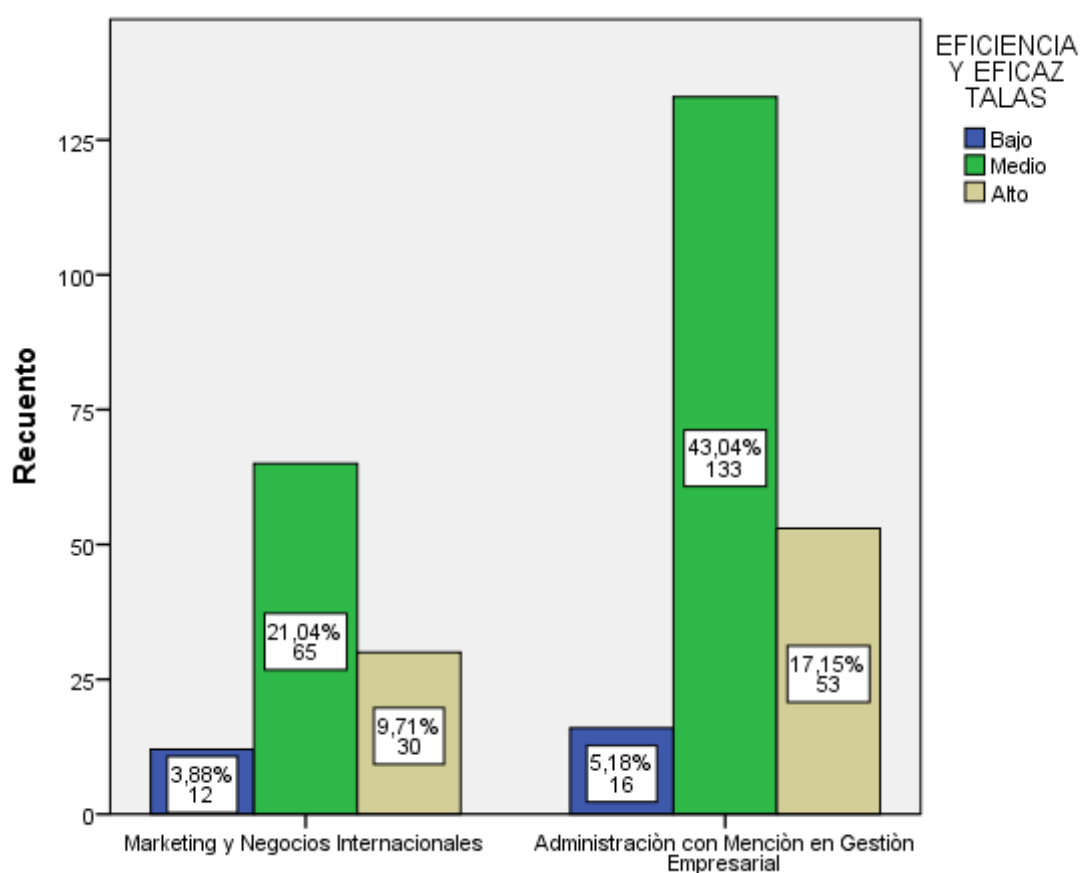


Gráfico 3. Dimensión eficiencia y eficacia.

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 3 se aprecia que los alumnos de la escuela profesional de marketing califican con 21.04% de medio la eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos, con 3.88% como bajo y con 9.71% como alto.

Asimismo, se aprecia para la escuela profesional de administración, una calificación de

medio con 43.04% con respecto a la eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos, un 5.18% califican como bajo y 17.15% como alto.

#### 4.2.4. Problema específico 3.

*Tabla 11. Análisis descriptivo de la dimensión Equidad.*

EQUIDAD Escala	Escuela profesional				TOTAL	
	Marketing		Administración		Cant.	%
<b>Nunca</b>	3	1%	0	0%	3	0.97%
<b>Casi nunca</b>	12	4%	45	15%	57	18.45%
<b>A veces</b>	51	17%	52	17%	103	33.33%
<b>Casi siempre</b>	33	11%	94	30%	127	41.10%
<b>Siempre</b>	8	3%	11	4%	19	6.15%
<b>Total</b>	107	35%	202	65%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 11 podemos observar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto en la escala de nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 17% que a veces perciben la equidad con respecto a la calidad de los servicios académicos, un 11% mencionó que casi siempre, un 3% perciben que siempre, el 4% casi nunca y el 1% no perciben la equidad en la calidad de los servicios académicos.

Para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 30% que casi siempre perciben equidad en la calidad de los servicios académicos, un 17% que a veces perciben la equidad, el 15% percibe casi nunca, el 4% percibe siempre la equidad en la calidad de los servicios académicos.

*Tabla 12. Tabla cruzada de la dimensión equidad.*

E.P.	EQUIDAD	TOTAL
------	---------	-------

	Bajo		Medio		Alto		Cant.	%
<b>Marketing</b>	13	4.21%	63	20.39%	31	10.03%	107	34.63%
<b>Administración</b>	36	11.54%	94	30.42%	72	23.30%	202	65.37%
<b>Total</b>	49	16%	157	51%	103	33%	309	100%

Fuente. Elaboración propia.

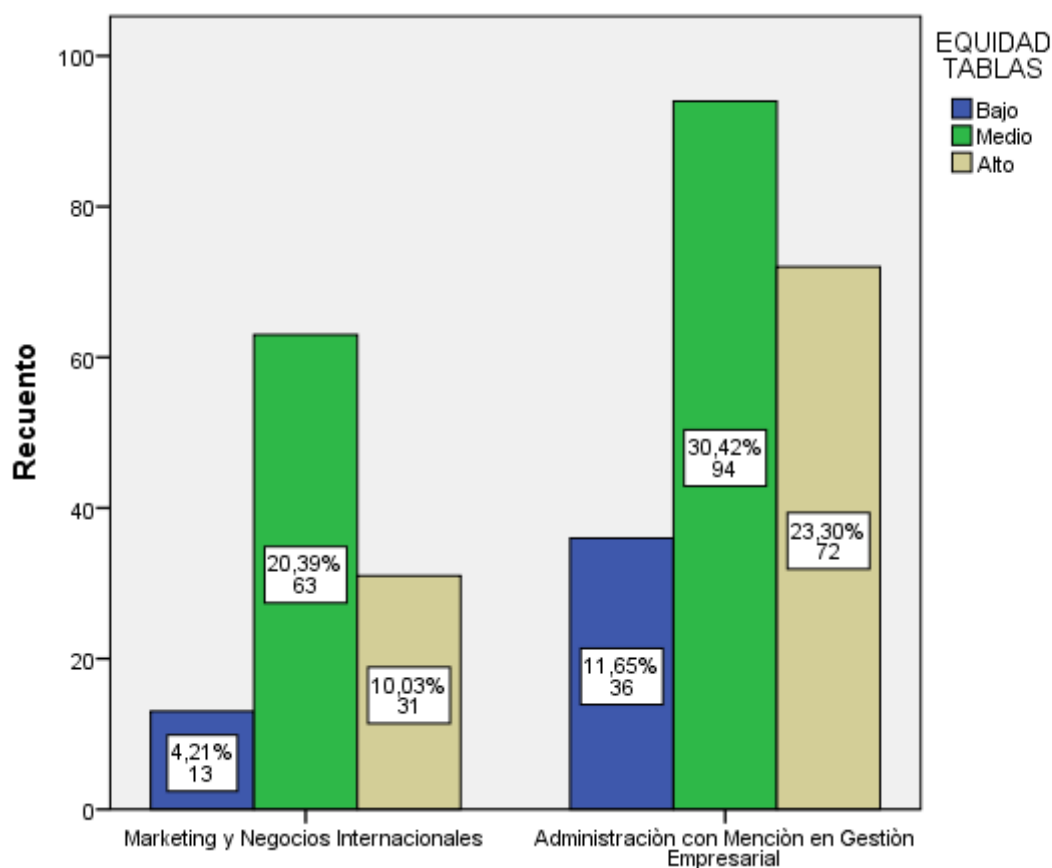


Gráfico 4. Dimensión de equidad.

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 4 se aprecia que los alumnos de la escuela profesional de marketing califican con 20.39% de medio la equidad en la calidad de los servicios académicos, con 4.21% como bajo y con 10.03% como alto.

Asimismo, se aprecia para la escuela profesional de administración, una calificación de medio con 30.42% con respecto a la equidad en la calidad de los servicios académicos, un 11.65% califican como bajo y un 23.30% como alto.

### 4.3. Discusiones

En cuanto al objetivo general: Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018. Podemos decir que en ambas escuelas coinciden en cuanto a la calificación, ya que tienen porcentajes distribuidas de la misma forma en cuanto a su nivel de escala: Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; de 107 alumnos, el 17% menciona que a veces perciben calidad en los servicios académicos; para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; de 202 alumnos, el 30% menciona que a veces perciben calidad en los servicios académicos; para marketing sólo el 13% menciona que casi siempre, en administración el 32% menciona también que casi siempre percibe la calidad en los servicios académicos, y en porcentajes mínimos de menos de 3% en ambas escuelas respectivamente, mencionan que no perciben calidad en los servicios académicos.

Asimismo, en el gráfico 1 se aprecia que los alumnos de las escuelas coinciden en cuanto al nivel de calidad de los servicios académicos calificando como medio; en marketing existe un 28.48% y en administración un 53.40%.

En cuanto al primer objetivo específico: Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018. Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 18% que casi siempre perciben la relevancia con respeto a la calidad en los servicios académicos, un 12% menciona que a veces, un 3% perciben que siempre y el 1% casi nunca perciben la relevancia en la calidad de los servicios académicos. Y para la

escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 40% que casi siempre perciben relevancia en la calidad de los servicios académicos, un 21% casi nunca perciben la relevancia, el 4% percibe siempre.

Asimismo, en el gráfico 2 se aprecia que los alumnos de las escuelas califican en cuanto al nivel de la relevancia en calidad de los servicios académicos, como medio; 29.13% en marketing y en administración con 63.11% respectivamente.

En cuanto al segundo objetivo específico: Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018. Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 15% que casi siempre perciben la eficiencia y eficacia con respecto a la calidad de los servicios académicos, un 12% mencionó que a veces, un 3% perciben que siempre, el 3% casi nunca y el 1% no perciben la eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos. Y para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 23% que casi siempre perciben eficiencia y eficacia en la calidad de los servicios académicos, un 32% que a veces perciben la eficiencia y eficacia, el 6% percibe siempre, y el 5% no percibe eficiencia ni eficacia en la calidad de los servicios académicos.

Asimismo, en el gráfico 3 se aprecia que los alumnos de las escuelas califican en cuanto al nivel de la eficiencia y eficacia en calidad de los servicios académicos, como medio; 21.04% en marketing y en administración con 43.04% respectivamente. También hay un buen porcentaje de calificación con nivel alto; con 9.71% califican los alumnos de marketing y 17.15% los alumnos de administración.

En cuanto al tercer objetivo específico: Determinar las diferencias de la percepción de la

calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2018. Para la escuela profesional de marketing y negocios internacionales; los alumnos calificaron con 17% que a veces perciben la equidad con respecto a la calidad de los servicios académicos, un 11% mencionó que casi siempre, un 3% perciben que siempre, el 4% casi nunca y el 1% no perciben la equidad en la calidad de los servicios académicos. Y para la escuela profesional de administración con mención en gestión empresarial; los alumnos calificaron con 30% que casi siempre perciben equidad en la calidad de los servicios académicos, un 17% que a veces perciben la equidad, el 15% percibe casi nunca, el 4% percibe siempre la equidad en la calidad de los servicios académicos.

Asimismo, en el gráfico 4 se aprecia que los alumnos de la escuela profesional de marketing califican con 20.39% de medio la equidad en la calidad de los servicios académicos, con 4.21% como bajo y con 10.03% como alto. En la escuela profesional de administración, una calificación de medio con 30.42% con respecto a la equidad en la calidad de los servicios académicos, un 11.65% califican como bajo y un 23.30% como alto.

## **Capítulo V**

### **Conclusiones y recomendaciones**

#### **5.1 Conclusiones**

Bajo la interpretación y el análisis de los resultados del trabajo de investigación titulado: Análisis comparativo de la percepción de la calidad de servicios académicos en los estudiantes de las carreras profesionales de la escuela profesional de administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, donde se abordan las siguientes conclusiones en función a los objetivos planteados.

Para el objetivo general, concluimos que no existen diferencias significativas entre la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, dado a que en ambos coinciden en los resultados; como se puede observar en los resultados presentados en el capítulo anterior.

Para el primer objetivo específico, concluimos que no existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto; como se puede observar en los resultados presentados en el capítulo anterior.



Para el segundo objetivo específico, concluimos que no existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, como se puede observar en los resultados presentados en el capítulo anterior.

Para el tercer objetivo específico, concluimos que no existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de la escuela profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la escuela profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, como se puede observar en los resultados presentados en el capítulo anterior.

Finalmente, concluimos que los alumnos no se sienten muy contentos con la calidad en los servicios académicos que ofrece la Universidad.

## **5.2 Recomendaciones**

Luego de haber concluido el presente estudio de investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

A la Universidad Peruana Unión se recomienda aplicar programas que promuevan la participación de los alumnos en cuanto a buscar soluciones para los problemas académicos.

Asimismo, se recomienda poner mayor énfasis a las dimensiones de la calidad de servicio como son: Relevancia, Eficiencia y eficacia, y finalmente la equidad; para lograr una mayor percepción que favorezca a la universidad.

## Referencias

- Amaya (2005) Measuring Service Quality: A Re-Examination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55–68.
- Alarcon S. (2013) Gestión educativa y calidad de la educación en instituciones privadas de Lima Metropolitana\_ Perú
- Ávila N. (2017) “percepción de la calidad educativa y análisis de estrategias de posicionamiento en la universidad Jaime Bausate y Meza”- Lima
- Bullón S. (2007) La satisfacción estudiantil con la calidad educativa de la universidad.
- Carrasco, S. (2009). *Gestión de calidad y formación profesional*. Lima: Edit. San Marcos
- Cassasus, J. (2000). *Problemas de la gestión educativa en América Latina. La tensión entre los paradigmas de tipo A y el tipo B. UNESCO*. Recuperado de <http://www.unesco.cl/medios/biblioteca/documentos/gestion>
- Cobra (2000). Satisfacción del cliente en empresas de servicio el caso de la industria de restaurantes.
- Cueva, J. K. (2016). “Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes en el Banco Scotiabank 2013.”
- Chiavenato, I. (2007). *Gestión del Talento Humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. Bogotá: Mc Graw-Hill.
- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (2010a). Calidad de los servicios prestados por el servicio autónomo municipal de administración tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 103–124.
- De la Orden, A. (2009). *Evaluación y calidad: Análisis de un Modelo*. En *Revista Bordón*, Vol. 45, N° 3.

- De White E. (1978) Mensaje para los jóvenes\_ Florida: Asociación casa Editora Sudamericana
- Dioses, M. (2015) propuesta de sistema para mejorar la caudad del servicio académico en la facultad de medicina humana de la universidad nacional de Piura
- Domínguez, C. L (1999). El habla de Mérida: un corpus de estudio. *Lengua y Habla* 1,2. 46-55.
- Domínguez, J. (1997). La evaluación y la calidad de enseñanza. En Castillo, S. (Coord.) compromisos de la evaluación educativa. Madrid: Prentice Hall
- Duque, E. (2004). Revisión del concepto calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas Y Sociales*.
- Fidias, & Arias. (2012). El proyecto de investigación. Sexta edición. Introducción a la metodología científica. *Physiological Research* (Vol. 64). <http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Galgano, J. (1993). Métodos estadísticos aplicados a las Ciencias Sociales. México: Prentice Hall
- Gonzales, Y. (2000). Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de Starbuks coffee del distrito de Santa Anita, Lima, 2015.
- González, Z. (2003). Determinación de los elementos que condicionan la calidad de la universidad: aplicación práctica de un análisis. *Revista Electrónica de Evaluación Educativa*, 9 (1), 83-96. Recuperado el 10 de setiembre, 1997, de [http://www.uv.es/RELIEVE/v9n1/RELIEVEv9n1\\_4.htm](http://www.uv.es/RELIEVE/v9n1/RELIEVEv9n1_4.htm)
- Gutarra Montalvo Victor Alberto. (2002). Implementacion de los circulos de la calidad en el instituto tecnologico superior - ITEC. Universidad nacional mayor de San Marcos.

- Hernandez De la Cruz, V. (2010). La importancia del aseguramiento y control de la calidad en construcción de obra civil en la obra pública municipal., 1–137.
- Hernandez, Fernandez & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. Mexico DF.
- La Santa Biblia \_ Reina Valera 1960
- Lagunas M, Morales S. y Aguayo A. (2016) “Percepción de la calidad educativa caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo Leon y del Instituto Tecnológico de estudios superiores de Monterrey”
- Municio R. (2000). Systematically Varying Consumer Satisfaction and its Implications for Product Choice [Variando sistemáticamente la satisfacción del consumidor y sus implicancias para la elección del producto]. *Academy of Marketing Science Review*, 10. Recuperado el 14 de Mayo, 2007 de <http://www.amsreview.org/articles/mcquitty10-2000.pdf>
- Muñoz (2002) “Merging Service Quality and Service Satisfaction. An Empirical Test of an Integrative Model.” *Journal of Economic Psychology*, 18(4), 387–406.
- Orestes S. (2012) “análisis de la calidad de servicio, desde la perspectiva de la satisfacción estudiantil, en la escuela académico profesional de administración de la "universidad nacional Jorge Basadre Grohmann" \_Tacna
- Pamies, S. (2004). De la calidad de servicio a la fidelización del cliente (Esic edito). Madrid.
- Palomino J. (2016) “Medición de la satisfacción de los alumnos en los servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM” Lima
- Ramírez R. (2017) Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba – Ecuador

- Román, M. & Cardemil, C. (2007). *Análisis de escenarios del campo educativo y mapa de actores: Argentina, Chile, Colombia y Perú*. Santiago de Chile: Red Latinoamericana de Promoción de Políticas Nacionales de Equidad. Fundación Ford.
- Thompson, I. (2006). Características de los Servicios. Promonegocios.
- Velasco, J. L. (2000). La participación de los profesores en la gestión de calidad en educación. Navarra: EUNSA
- Villacis S. (2017) “Criterios del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación superior y su influencia en la calidad de la educación de las extensiones universitarias de la provincia de Manabí”- Ecuador
- Wilson, J. (1992). *Cómo valorar la calidad de la enseñanza*. Madrid: Edit. Paidós

## Anexos

Título	Problema general	Objetivo general	Variable	Información	Diseño Metodológico
RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN FILIAL TARAPOTO - 2017.	¿Existen diferencias significativas entre la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales?	Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de los servicios académicos de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales	Calidad de Servicios Académicos	Municio, P. (2000). Herramientas para la evaluación de la calidad	<b>TIPO DE ESTUDIO:</b>
	<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>			Descriptivo Comparativo no experimental.
	a) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales?	a) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión relevancia de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales 2017			<b>ÁREA DE ESTUDIO:</b>
	b) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales?	b) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión eficiencia y eficacia de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales.			Estudiantes de la UPeU - Tarapoto
	c) ¿Existen diferencias significativas en la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales?	c) Determinar las diferencias de la percepción de la calidad de servicios académicos en la dimensión equidad de los estudiantes de las Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial y de la Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales.			<b>POBLACIÓN Y MUESTRA:</b>
					100% del Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto
				<b>INSTRUMENTO:</b>	
				Encuesta	
				<b>VALORACIÓN ESTADÍSTICA:</b>	
				Coefficiente de correlación lineal de Pearson.	

*Anexo 1.* Matriz de consistencia.

Anexo 2. Matriz instrumental.

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>	<b>Categoría</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Valoración Estadística</b>
Calidad de servicios académicos	Relevancia	Ítems 1	1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Universidad Peruana Unión filial Tarapoto	Cuestionario, encuesta. Municio, P. (2000).	Prueba del índice de correlación de Alpha de Crombash
		Ítems 2				
		Ítems 3				
		Ítems 4				
		Ítems 5				
		Ítems 6				
	Eficiencia y eficacia	Ítems 7	1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre			
		Ítems 8				
		Ítems 9				
		Ítems 10				
	Equidad	Ítems 11	1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre			
		Ítems 12				
		Ítems 13				
		Ítems 14				
		Ítems 15				
		Ítems 16				
		Ítems 17				
		Ítems 18				
		Ítems 19				
		Ítems 20				



**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**UPG. CIENCIAS EMPRESARIALES**

El presente cuestionario se realiza con la finalidad de obtener información acerca de la calidad de servicio educativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión F.T, por tal motivo, le pedimos pueda responder con sinceridad.

**I. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA**

Marque con una X el número que corresponda a su respuesta,

**1. Genero:**

Masculino ( 1 )      Femenino ( 2 )

**2. Edad del encuestado**

16 – 20 años      ( 1 )  
21 – 25 años      ( 2 )  
Más de 26      ( 3 )

**3. Procedencia**

Costa ( 1 )    Sierra ( 2 )    Selva ( 3 )    Extranjero ( 4 )

**4. Carrera Profesional**

Marketing y Negocios Internacionales      ( 1 )

Administración con Mención en Gestión Empresarial ( 3 )

**II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:**

A continuación se presentan las preguntas sobre Calidad en la educación (CE). Marque con una “X” según la escala siguiente:

	Nu	Ca	A	Ca	Sie
--	----	----	---	----	-----



En donde: 1 = Nunca / 2 = Casi nunca / 3 = A veces / 4 = Casi siempre / 5 = Siempre						
<b>Calidad en la educación</b>						
<b>Relevancia</b>						
1	La institución se preocupa por desarrollar en sus alumnos la claridad, sencillez y coherencia.	1	2	3	4	5
2	La retroalimentación en la comunicación es considerada relevante para la institución.	1	2	3	4	5
3	La institución basa el desarrollo del currículo en las competencias instrumentales y sistémicas	1	2	3	4	5
4	Se promueven reforzamiento en capacidades comunicativas y Matemáticas para mejorar la capacidad de análisis y síntesis.	1	2	3	4	5
5	Se favorece una mayor participación del alumnado en la solución de problemas académicos y de la vida diaria.	1	2	3	4	5
6	Se desarrolla la habilidad para generar nuevas ideas y soluciones a situaciones repetitivas.	1	2	3	4	5
<b>Eficiencia y eficacia</b>						
7	La institución utiliza su presupuesto asignado para las actividades.	1	2	3	4	5
8	Los directores establecen una ruta de prioridades en cuanto a necesidades de infraestructura; teniendo en cuenta las prioridades.	1	2	3	4	5
9	Se realizan encuestas para identificar a la población que requiera mayor esfuerzo en el tema de cobertura.	1	2	3	4	5
10	Se realiza estudios de mercado para evaluarla cobertura del servicio educativo de la Institución.	1	2	3	4	5
<b>Equidad</b>						
11	La institución desarrolla y/o participa de concursos internos y externos.	1	2	3	4	5
12	La institución informa a las familias de los recursos o servicios que pueden tener a su disposición así como de sus derechos para solicitar becas u otros tipos de ayudas	1	2	3	4	5
13	En la institución se presta atención a la relación con las familias de los alumnos con necesidades educativas específicas.	1	2	3	4	5
14	Los docentes mantienen una estrecha comunicación con los padres de familia, con el objetivo de informar oportunamente la situación académica de los alumnos.	1	2	3	4	5
15	Se realizan encuestas para identificar a la población cuyo nivel educativo requiera mayor esfuerzo en el tema del acceso.	1	2	3	4	5
16	El equipo directivo se encuentra comprometido con la gestión calidad	1	2	3	4	5
17	El equipo directivo elabora un programa comprometido con la mejora continua del centro	1	2	3	4	5

Muchas Gracias

Anexo 4. Validación del instrumento.

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

**Instrucción:** sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima Ud. que la cantidad de Items que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. ¿Considera Ud. que se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podrá agregar?.

-----  
-----

7. ¿Qué preguntas se podrá eliminar?.

-----  
-----

Fecha: 02/12/2017

Validado por:

Dr. Avelino V. [Firma]

[Firma]

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

**Instrucción:** sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima Ud. que la cantidad de Items que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. ¿Considera Ud. que se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?.

-----  
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podrá agregar?.

-----  
-----

7. ¿Qué preguntas se podrá eliminar?.

-----  
-----

Fecha: 01/12/2017

Validado por: \_\_\_\_\_

Mg. Maitea Azua R

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

**Instrucción:** sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima Ud. que la cantidad de Items que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. ¿Considera Ud. que se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podrá agregar?

7. ¿Qué preguntas se podrá eliminar?

Fecha: 06/12/2017

Validado por

