



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de  
servicios educativos de una institución superior en Lima Este  
2020**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Doctora en Administración**

**AUTORA:**

**Mtra. Olivo Valenzuela Silvia Rosario (ORCID: 0000-0002-6008-6892)**

**ASESORA:**

**Dra. Garro Aburto Luzmila Lourdes (ORCID: 0000-0002-9453-9810)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Gerencias funcionales**

**Lima – Perú**

**2021**

## **Dedicatoria**

Su ayuda ha sido fundamental, han estado conmigo incluso en los momentos más turbulentos. Este trabajo de investigación no fue fácil, pero estuvieron motivándome y ayudándome cada uno desde su posición.

Se los agradezco muchísimo, familia.

## **Agradecimiento**

A Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad, gracias a mi centro de estudios por convertirme en un ser profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado; este grupo de graduados amigos.

Finalmente agradezco a quién lea esta tesis, el poder colaborar con un granito de arena en su formación profesional.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Resumó	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III.METODOLOGÍA	
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Operacionalización de las variables	21
3.3. Población y muestra	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.5. Procedimiento	27
3.6. Método de análisis de datos	27
3.7. Aspectos éticos	27
III.RESULTADOS	28
IV.DISCUSIÓN	39
V.CONCLUSIONES	45
VI. RECOMENDACIONES	47
VII. PROPUESTA	49
REFERENCIAS	52
ANEXOS	57
Anexo 1: Matriz de consistencia	
Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos	
Anexo 3: Certificados de validación de los instrumentos	
Anexo 4: Constancia de haber aplicado el instrumento	
Anexo 5: Confiabilidad de los instrumentos	
Anexo 6: Base de datos	

## Índice de tablas

		Pág
Tabla 1	Matriz de operacionalización de la Responsabilidad social	21
Tabla 2	Matriz de operacionalización de Imagen institucional	22
Tabla 3	Matriz de operacionalización de Selección del Servicio educativo	22
Tabla 4	Población y Muestra para la investigación	24
Tabla 5	Confiabilidad de los instrumentos	26
Tabla 6	Distribución porcentual de la variable responsabilidad social	28
Tabla 7	Distribución porcentual de la variable imagen institucional	29
Tabla 8	Distribución porcentual de la variable elección del servicio educativo	30
Tabla 9	Distribución porcentual según las dimensiones de la variable elección del servicio educativo	31
Tabla 10	Determinación del ajuste de los datos para el modelo	33
Tabla 11	Prueba de R cuadrado para explicar el modelo	33
Tabla 12	Determinación del ajuste de los datos para el modelo	34
Tabla 13	Prueba de R cuadrado para explicar el modelo	34
Tabla 14	Determinación del ajuste de los datos para el modelo	39
Tabla 15	Prueba de R cuadrado para explicar el modelo	39
Tabla 16	Determinación del ajuste de los datos para el modelo	40
Tabla 17	Prueba de R cuadrado para explicar el modelo	40
Tabla 18	Determinación del ajuste de los datos para el modelo	41
Tabla 19	Prueba de R cuadrado para explicar el modelo	42

## Índice de gráficos y figuras

		Pág
Figura 1	Distribución porcentual de la variable responsabilidad social	28
Figura 2	Distribución porcentual de la variable imagen institucional	29
Figura 3	Distribución porcentual de la variable elección del servicio educativo	30
Figura 4	Distribución porcentual según las dimensiones de la variable elección del servicio educativo	32

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la elección del servicio educativo de una Institución superior en Lima este, 2020, la investigación básica tipo explicativa, correlacional causal, enfoque cuantitativo, cuya población fue 400 y la muestra 120 padres y estudiantes, el instrumento para recoger los datos fue el cuestionario, la validez del instrumento fue por juicio de expertos y la confiabilidad con Alfa de Cronbach, en la responsabilidad social la confiabilidad fue 0,840, imagen institucional 0,919 y en la elección del servicio educativo 0,822. Los resultados fueron los siguientes: en la responsabilidad social el nivel es regular en un 78,3%, en la imagen institucional es regular en 78,3% y en la elección del servicio educativo es adecuada en 83,3% y en las dimensiones de la elección del servicio educativo en la gestión estratégica adecuada en un 72,5%; en la formación integral adecuada en un 80%, en el soporte institucional adecuada en 78,3% y en los resultados adecuada en 77,5%. Se concluye que la responsabilidad social e Imagen institucional influyen entre el 67,5% y 67,6% en la elección que realizan los estudiantes.

**Palabras clave:** *Responsabilidad social, Imagen Institucional, elección del Servicio educativo.*

## Abstract

The objective of the research was to determine the influence of social responsibility and institutional image in the choice of the educational service of a higher Institution in Lima this, 2020, the basic research type explanatory, causal correlation, quantitative approach, whose population was 400 and the sample 120 parents and students, the instrument to collect the data was the questionnaire, the validity of the instrument was by expert judgment and the reliability with Cronbach's Alpha, in social responsibility the reliability was 0.840, institutional image 0.919 and in the choice of service educational 0.822. The results were as follows: in social responsibility the level is regular in 78.3%, in the institutional image it is regular in 78.3% and in the choice of educational service it is adequate in 83.3% and in the dimensions 72.5% of the choice of educational service in adequate strategic management; in adequate comprehensive training in 80%, in adequate institutional support in 78.3% and in adequate results in 77.5%. It is concluded that social responsibility and institutional image influence between 67.5% and 67.6% in the choice made by students.

**Keywords:** *Social responsibility, Institutional Image, choice of the educational Service.*



## Resumo

O objetivo da pesquisa foi determinar a influência da responsabilidade social e da imagem institucional na escolha do serviço educacional de uma Instituição de nível superior em Lima este, 2020, do tipo pesquisa básica explicativa, correlação causal, abordagem quantitativa, cuja população era de 400 e a amostra foi de 120 pais e alunos, o instrumento de coleta de dados foi o questionário, a validade do instrumento foi por julgamento de especialistas e a confiabilidade com Alfa de Cronbach, na responsabilidade social a confiabilidade foi de 0,840, imagem institucional 0,919 e na escolha do serviço educacional 0,822. Os resultados foram os seguintes: na responsabilidade social o nível é regular em 78,3%, na imagem institucional é regular em 78,3% e na escolha do serviço educacional é adequado em 83,3% e nas dimensões 72,5% da escolha do atendimento educacional em gestão estratégica adequada; em formação abrangente adequada em 80%, em apoio institucional adequado em 78,3% e em resultados adequados em 77,5%. Conclui-se que a responsabilidade social e a imagem institucional influenciam entre 67,5% e 67,6% na escolha dos alunos.

**Palavras-chave:** *Responsabilidade social, Imagem Institucional, Escolha do Serviço Educativo.*

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la absorción de una responsabilidad social universitaria no solo enfrenta muchas barreras económicas, ideológicas o estratégicas, cualquier cambio social que pretenda señalar el propósito de una institución y poder orientarla a una actividad que gestione buscar la satisfacción de una sociedad tanto privada como pública. De igual forma la barrera más fuerte son las mentalidades de los estudiantes universitarios. La responsabilidad social nace en el aspecto político y legal como para regular la empresa y todavía conserva más el aspecto político, de allí que esto impide que logre alcanzar un nivel alto en la parte científica y que tenga un aspecto teórico que sea amplio y reforzado. Por lo tanto, a nivel superior es limitado por lo demás muy bien intencionados y fervientes defensores de una universidad comprometida con su entorno social y el desarrollo sostenible, se cae en confusiones conceptuales, falsedad y pensamientos ideológicos que hacen muy difícil obtener una mente transformadora (Enríquez & Vallaeys, 2017; Vallaeys, 2012)

En América latina se han hecho importantes contribuciones y vivencias que se originan en el ámbito universitario, que está extendiéndose de forma rápida y fraccionada a través de las redes organizacionales y sin una usar una teoría consolidada. En los países desarrollados este término está orientado al desarrollo. En España se ha integrado a la universidad de forma parecida a lo que sucede en Latinoamérica, está ganando presencia y es un tema de actualidad ya que está tomando posesión en Instituciones internacionales y hay muy pocas definiciones del término ya que mayormente se ha enfocado de manera descriptiva., pero existe mucho interés por la responsabilidad social pero no tienen integración a modelos teóricos que ayuden al desarrollo de tipo metodológico. (Enríquez & Vallaeys, 2017; Vallaeys, 2012)

La responsabilidad social empezó por los años sesenta en Brasil a través de la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías de Brasil trataron de hacer extensivo el término y es ya por los años ochenta que va teniendo fuerza, por los años noventa en varias organizaciones se hace extensivo e ingresa a nuestro país como Perú 2021 aproximadamente por el año 1996 y en el siguiente año hay una reunión en Miami donde sale a la luz como una alianza

hemisférica de instituciones empresariales y para llegar al año 2000 el Reino Unido establece el Ministerio de Responsabilidad Social y luego en Francia por el año 2002 se forma el Ministerio de Desarrollo sustentable.

En el aspecto educativo las instituciones buscan su crecimiento y en algunos casos para sobrevivir buscan una serie de mecanismos por la competencia que existe a nivel superior y las instituciones dan importancia a la responsabilidad social ya que la responsabilidad que estas generen les dará beneficio dentro de la sociedad y las personas preferirán algo que les dé confianza para aferrarse al servicio, lo cual ayuda a tener una imagen institucional en el mercado que es la percepción de ¿cómo te ve el cliente?. Las instituciones por su parte no son responsables de lo que significa ganar un prestigio en el mercado y en el caso de las instituciones privadas sus fines son de lucro y dejan de lado la importancia de ganar una imagen institucional que lo haga conocida en el ámbito educativo y para poder ser elegida y brinde servicio educativo.

Desde ya el hecho que elijan una institución indica que tienen una imagen institucional ganada en el mercado, que poseen un prestigio, una buena reputación y los que eligen consideran varias características como posicionamiento en el mercado, popularidad, infraestructura, una buena educación, con una organización sólida. Para Ibañez (2001) es el resultado de interactuar con las vivencias, conocimientos, impresiones y creencias en relación con la Organización. Es decir, como las personas perciben a la institución con el logotipo, el nombre los trabajadores y por el otro lado tenemos la responsabilidad social que tiene ventajas sobre las instituciones de la competencia, pero si no saben manejar en este punto perderán clientes en el mercado, ya que no lograrás la preferencia, la fidelización, como sucede en la mayoría de las instituciones del país. La preocupación de las Instituciones Superiores debe ser mostrar algo diferente, el hecho de tener una cultura organizacional permitirá que la gran mayoría de personas las elijan. El gran problema que encontramos es que las personas solamente se preocupan de tener estudiantes, pero no de mantenerlos, es muy importante tener un servicio educativo constantemente innovador, con docentes calificados, capacitados de forma permanente y que la

instituciones mantengan su prestigio con una buena imagen para que puedan ser elegidos por más personas y potenciar sus clientes.

## **Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este 2020**

A partir de lo expuesto, se formula el problema general ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020?, así como los problemas específicos a) ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en la gestión estratégica de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020? b ) ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020? c) ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020? d) ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en los resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020?

Así mismo planteamos el objetivo general determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020; así como los objetivos específicos: a) determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la gestión estratégica de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020; b) determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020; c) determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020 y finalmente d) determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en los resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020.

Finalmente tenemos la hipótesis general la responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una

institución superior en Lima Este, 2020; así como las hipótesis específicas: a) La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en la gestión estratégica de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020; b) La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020; c) La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020; d) La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en los resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020.

La investigación se justifica en que las instituciones educativas hoy en día deben preocuparse por ser altamente competitivas y lograr ciertos estándares de calidad y no solo conformarse con satisfacer a un grupo limitado, es importante que las instituciones se preocupen por tener una imagen institucional, posesionarse en el mercado y tener clientes cautivos, pero por los servicios que ofrecen

En la presente investigación en la justificación metodológica aporta métodos precisos en relación con las variables de estudio como es la responsabilidad social, la imagen institucional y la elección de un servicio educativo y algunos instrumentos que serán válidos para otras investigaciones, así como información importante que servirá para fortalecer la Institución educativa y poder ser elegida una buena opción para futuras investigaciones. En la justificación práctica aporta el hecho de poner en práctica algunas ventajas competitivas que se deben usar para permanecer en el mercado y tener la preferencia por parte del consumidor del servicio. En la justificación social las entidades educativas están en la sociedad y su desarrollo tiene impacto en ella porque se deben a una sociedad, a una realidad ya que la responsabilidad social, la imagen institucional y la elección que se haga del servicio educativo son parte del sector educativo y del desarrollo de la educación en el país y finalmente una justificación teórica, porque el estudio aporta diversas teorías en cuanto a sus variables que ayuda a tener mayor información sobre las variables de estudio, así como ciertos lineamientos que deben tener las instituciones educativas superiores para formar personas emprendedoras, con aspiraciones y puedan

desarrollarse mejor en su ámbito laboral. El estudio va a dar a conocer con la justificaciones prácticas, metodológicas y teóricas aportes importante para futuras investigaciones.

## II. MARCO TEÓRICO

El trabajo cuenta con los siguientes estudios nacionales como el de Guerra y Gómez (2018) Cuyo objetivo fue justipreciar el compromiso comunitario y su influencia en visión institucional en la empresa. Para ello contó con un enfoque descriptivo, y una población constituida por 115 colaboradores, y una muestra representado por 89 personas, a quienes se les aplicó un cuestionario para el recojo e interpretación de resultados, para el caso de los resultados obtenidos se resalta inicialmente la responsabilidad social y sus requerimientos humanos, el 58% interpreta que es regular, el 38 % alta y un 3% que es baja. En lo que respecta al factor asociado a la salud y ambiente laboral el porcentaje obtenido es el siguiente 43% indicó para el momento que era medianamente aceptable, mientras que el 53% percibió que era aceptable y un 4% que era deficiente. Del mismo modo los autores encontraron que la percepción de los participantes en lo que se refería al perfil que muestran en el eje direccional a través de su imagen institucional el 44% lo ubica en un estado regular, el 24% en una escala aceptable y un 11% expresó que era de baja calidad. Por esto los autores hacen énfasis en la relevancia de la implementación de legalidades de compromiso colectivo debido a la influencia que tienen para la modelación del perfil institucional.

Cano (2017) determina la percepción del impacto de la puesta en práctica de la perspectiva de responsabilidad social y su incidencia en el posicionamiento estratégico de la responsabilidad funcional de las instituciones educativas universitarias del Estado. A través de un enfoque cuantitativo, para lo que tomó en cuenta una población de 4, 296 participantes entre estudiantes y catedráticos y una muestra conformada por 381 participantes. Encontrando dentro de los aportes resaltantes de la investigación la existencia de un grado de vinculación provecho. Del mismo modo encontró, un grado de vinculación positivamente fortalecida (0,703), con base a la implementación de la perspectiva del RSU del 45% nivel medio adaptada a la visión que esta tendrá un incremento vinculado a la forma en que se percibe la función sustancial de la casa de estudio. Estableciendo dentro de sus datos concluyentes la tendencia marcada a la hora de incorporar la óptica de focalización planificada en la apreciación consecuente de las tareas sustanciales asociadas al escenario universitario.

En cuanto a Córdova (2019) buscó establecer a través de su investigación la responsabilidad comunitaria de las compañías en el poblado , para lo que contó con la participación de 71 núcleos familiares, en cuanto a los resultados obtenidos el autor recalcó el reflejo positivo de las acciones asociadas a la responsabilidad social con referencia a la puesta en práctica de acciones educativas a través de la dotación mobiliaria percibidas como positivas en un 43,66 %, expresando además que no todas las industrias realizan lo antes mencionado según la percepción de los participantes con un valor de 25,35% , también se evidenció que un 11,27 % expresó que la tarea social comunitaria se enfocó a través del crecimiento profesional de los docentes de la zona de estudio. En lo que respecta a la participación de los actores sociales expresaron que el 56,34 % la responsabilidad social converge con los pobladores pero en un nivel medio en eventos de desarrollo comunitario, expresaron además que un 21,13 % de las empresas planea asertivamente programas de mejora, y un 4,23 % señaló que promueven la estructuración y ejecución de planeaciones sociales, del mismo modo se conoció que un grupo de pobladores que representa el 13,68% desconoce las acciones de responsabilidad comunitaria que se ejecutan en el sector. Estableciendo como dato concluyente que la puesta en práctica de acciones socialmente responsables favorece y promueven el crecimiento comunitario con un 53,52 % y estas a su vez inciden positivamente en la producción y desarrollo de habilidades 46,48% del mismo modo que potencian el crecimiento y desarrollo sectorial en un 30,99 %.

Luego tenemos a Vargas (2017) a través de su trabajo la evaluación de la responsabilidad comunitaria desde la apreciación estudiantil de la institución educativa mencionada anteriormente, a través de una investigación descriptiva, contando con una población de 660 educandos, por lo que la muestra se focalizó en 164 participantes estudiantes. En cuanto a los resultados obtenidos el autor determinó con referencia a los resultados obtenidos (Media=5,02; Desviación estándar=1,69) que según la percepción de los participantes la casa de estudios no cuenta contratados de entes importantes dentro del entorno social como lo son el Estado, Organizaciones de carácter internacional, o alianzas empresariales. En cuanto a la responsabilidad social (RS) la puntuación se mostró un tanto precaria con un valor de (Media=3,55; Desviación



estándar=1,21), que explica que la casa de estudios no proporciona a sus educandos, y la normativa legal es poco explicativas. Para el caso de la formación para el desarrollo el valor obtenido (Media=6,25; Desviación estándar=1,53) expresó que la sede universitaria realza la acción voluntaria estudiantil, de modo que desarrolla conciencia ambiental y comunitaria en sus educandos. Lo que permitió al investigador concluir afirmando que en la práctica la responsabilidad social es poco reconocida por parte de los estudiantes, por lo tanto, el nivel es bajo en un 35% pero en el campo social alcanzan dichas actuaciones sociales responsables. Del mismo modo se constató que con referencia a la responsabilidad social en su dimensión extensiva y gestión organizativa los valores obtenidos el panorama legal necesitan concretar y difundir su posición.

Sin embargo, Rojas (2018) a través de su trabajo persiguió determinar los fundamentos de la RS. Para ello contó con una población de 271, 861 habitantes de la localidad completa, asumiendo una muestra de 650 individuos con afinidad laboral y usuarios del sistema. Por medio de una orientación metodológica de expot- facto. Dentro de los resultados inicialmente en lo que respecta a los fundamentos de RS asociados a equidad humana, el 47% mantuvo su resultado en nivel alto, el 27% tuvo tendencia a la aceptación de este, mientras que un 25% expresó un estado neutral, un 11% manifestó disconformidad y un 10% una negación rotunda del ámbito estudiado. Para el factor ligado a responsabilidad social y la promoción de prácticas ecuanímes los valores reflejaron en principio un 27% la aceptación total y rotunda, un 27% una aceptación positiva, un 25% una posición neutral ni a favor ni en contra, el 11 % de los participantes manifestó rechazo y el 10% mostro un desacuerdo total. En cuanto a los datos concluyentes el autor demostró que los fundamentos socialmente responsables se ven influenciados positivamente en los diferentes estratos de la facultad administrativa.

También en el campo estudios internacionales como el de Cárdenas, Kammerer y Ríos (2016) a través de su trabajo se direccionó por medio de la interpretación de saberes asociados a las habilidades de RS en la pequeña y mediana industria de la metrópolis medellinense, enfocando metodológicamente a un trabajo descriptivo transversal, contando con una participación poblacional

de 200 empresas del sector cuidado y aseo personal, a los que se les suministró una encuesta para la obtención de los datos pertinentes, en cuanto a los resultados que obtuvieron los investigadores estos reflejaron una estratificación de acuerdo a los resultados obtenidos en conocimiento, actitudes y prácticas de responsabilidad social con valoraciones aceptablemente satisfactorias 57,7% para el caso de la ejecución activa de actividades con amplia tendencia a responsabilidad social y las actitudes obtuvo un porcentaje del 61, 5% sin presentar variaciones, afirmando que no se encontró vinculación estadística entre la puntuación CAP y el grupo investigativo. Encontrando una significancia probabilística de 0,05. Concluyeron basado en los resultados obtenidos los investigadores apuntaron hacia la equidad de las pretensiones de cada empresa y la interacción con el contexto ecológico para de esta manera apuntar al desarrollo sostenible y la conciencia de generaciones futuras.

Patlán y Martínez (2016) establecieron en su trabajo cuyo eje investigativo es una evaluación de la imagen organizacional en la etapa universitaria, por medio de un estudio descriptivo, contando con una muestra conformada por 541 educandos y 226 profesionales de la docencia, haciendo uso de una escala de diferencial semántico. En cuanto a los resultados obtenidos asociados a la percepción de la imagen institucional se obtuvieron vinculaciones porcentuales representativas con su factor respectivo y con el total de la escala, con correlaciones significativas ( $p \leq 0.01$ ) que oscilaron entre  $r = 0.528$  y  $r = 0.772$  y la imagen está en un nivel bueno del 39,7%. Lo que permitió concluir que existieron diferencias probabilísticas significantes en lo que respecta a la imagen organizativa de la casa de estudio en cada una de las escuelas que conforman la comunidad universitaria asumiendo así que el personal académico institucional y en formación toma en cuenta diferentes aspectos a la hora de evaluar la imagen institucional.

Tomando como referencia Fernández (2016) a través de su investigación como determinó la responsabilidad social a nivel corporativo y la influencia en los resultados organizacionales, haciendo uso de un enfoque cuantitativo de corte transversal correlativo y empleando el cuestionario para el recojo de información. Contando con una población de 140 empresas participantes. En cuanto a los resultados obtenidos, es significativo los valores (0,306) inferior a

0,5 lo que permitió validar la originalidad como factor protagónico en la responsabilidad social. Lo que conlleva a establecer la vinculación de la gestión estratégica, nivel adecuado del 37% por medio de su dimensión de aptitudes y potencialidades en nivel medianamente adecuado en 28,9%, asociada a la responsabilidad social y la innovación. Estableciendo como parte final de su investigación la comprobación de la relación favorable y significativa entre el compromiso colectivo del talento humano a través de potenciación de sus habilidades responsables y la estructura organizacional aportando sobre el papel de la innovación en los resultados empresariales.

Es importante hacer mención a Ahumada, Ravina y López (2018), quienes por medio de su trabajo establecieron una percepción globalizada del proceso de interacción educativa y el grado de competencia organizativa a nivel de responsabilidad social. Contando con un enfoque cuantitativo, correlacional, una muestra representada de 537. En cuanto a los resultados La responsabilidad social está en nivel adecuado del 43%, se correlacionaron la formación profesional, el campus responsable, la Participación social responsable y la valoración de correlación con Pearson es de 0.601 a 0.713 y de .666 a .750 en Spearman, resultando ser significativos.

Luego Moreno y Gutiérrez (2018), a través de su investigación pretendieron inferir la responsabilidad social en el ámbito educativo Universitario Para ello contó con enfoque metodológico de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional, explicativo, diseño no experimental, y una población de 1468 estudiantes, a lo que una vez aplicados los procesos correspondientes delimitó la muestra a 904 estudiantes, aplicando el cuestionario. Se midió el campus responsable, formación profesional y ciudadana, gestión social del conocimiento y participación social, estando en nivel medio el campus responsable y formación profesional en un 42,5% y la gestión del conocimiento en un nivel bajo del 25% y la participación social en un nivel regular del 38,7%. Concluyendo que dicho estudio favorece la percepción cuantitativa asociada a la responsabilidad social en el panorama universitario, promoviendo y haciendo extensivo el estudio para transportar a otras universidades.

En cuanto a las bases teóricas empezaremos con las definiciones de la primera variable responsabilidad social según Lozano (1999) expresa que

la responsabilidad social es el requerimiento de forma adecuada entre una institución y la sociedad y la certificación social de la entidad, de esta forma se relaciona la Institución con la sociedad y con la vida de los individuos. De acuerdo a Melé (2007) la definición de este término no es claro, debido a que han influido muchas corrientes tanto de tipo político, económico y social, pero parece el origen está más en el sector empresarial, en cuanto al aspecto del conocimiento hay varias teorías en las cuales se va a basar, pero ha ido evolucionado hace varios años.

Windsor (2001) la responsabilidad social se puede ubicar desde una época denominada Progresiva que va desde la etapa de Adam Smith en 1776 hasta que terminó la segunda guerra mundial hablando de tres bases en función a la sociedad: la filantropía, coacción legal y conducta moral. La responsabilidad social su origen se remonta a la filantropía empresarial con Andrew Carnegie (1889; Stoner 1996; Windsor 2001; Pearce II y Doh 2005).

Smith (2003) son las responsabilidades de una institución con la sociedad o de manera específica con los stakeholders (los que se ven alterados por las políticas y prácticas de tipo corporativo). Por su parte Watson y Mackay (2003) agregan es la que tiene que ver con la descripción de variadas maneras que las instituciones procuran juntar las responsabilidades de tipo ambiental y social en sus tareas de negocio. En cambio, Mombert (2005) la responsabilidad social tiene que ver con la dirección estratégica de la organización que está dirigida a la satisfacción de requerimientos variados en algunos casos contrapuestos de grupos de interés ingresa factores que tienden a la innovación que, realizados apropiadamente con los temas de dirección y gestión, dan a la organización ventajas que duren competitivamente.

Castillo (2009) es parte primordial de la institución y lleva a la inquietud por la ética de los individuos y la comunidad y el entorno, en el contexto de la institución y en procedimiento de la toma de decisiones. Incluye todas las actividades y políticas que son parte de las operaciones de la organización incluye la dimensión interna en la que se participan los trabajadores y las actividades gerenciales de la institución y en su dimensión externa el medio ambiente y la responsabilidad de aportar al desarrollo económico y social de la

comunidad. Para Corredera y González (2011) es el desarrollo sostenible que tiene que ver con el aporte activo y voluntario para mejorar el aspecto social, económico y ambiental partiendo de las organizaciones con el fin de mejorar su circunstancia competitiva.

Las teorías en que enmarcan la responsabilidad social son las siguientes: la teoría instrumental de acuerdo con Prahalad (2003) consideran a la organización como una herramienta para crear riqueza y sus tareas sociales como una forma para lograr resultados en el aspecto económico. Aquí contiene el máximo valor para el accionista como criterio para hacer evaluación de las acciones sociales y las estrategias para alcanzar ventajas competitivas la misma que tiene tres enfoques. Inversiones sociales con un contenido competitivo, un aspecto de la firma y las destrezas dinámicas cimentadas en los recursos naturales y estrategias en función de la pirámide económica.

Existe otra teoría, la denominada teoría política toma como referencia el enorme poder de las organizaciones en la sociedad es así que Wood y Lodgson (2002) hablan de algunas teorías como el constitucionalismo corporativo cuya base está en las organizaciones como entidad social que debe desarrollarse de manera responsable según el poder social.

Por el otro lado está la teoría del contrato social integrador que estuvo iluminado en el pensamiento de Locke que toma como base las responsabilidades sociales que consideran el contrato social macro teórico y el macro social real y además habla de la ciudadanía corporativa que tiene tres definiciones distintas por un lado la inversión social, por el otro lado la filantropía corporativa y finalmente el asumir algunas responsabilidades en relación a la comunidad.

Así mismo tenemos la teoría integradora en la que las organizaciones se concentran en la canalización capacitación, identificación y respuesta en función de las demandas sociales de la gestión stakeholders. Según Donaldson y Preston (1995) la teoría de los stakeholders son sujetos o grupos de sujetos con legítimos intereses en los procedimientos o factores principales de la tarea empresarial y la otra parte tiene que ver con el interés que ponen los

stakeholders que posee un valor intrínseco de allí que cualquier grupo de interés se debe dar importancia.

De acuerdo a Benavides y Caravedo (2001) las dimensiones de la responsabilidad social son la responsabilidad social interna que tiene que ver con fomentar el liderazgo que tiene que ver con la misión de la organización, así como el proceso de descentralización de los grados de autoridad para lograr mejora en la productividad de los empleados. Tiene que ver con la forma cómo se relacionan en la organización los empleados y las familias de aquellos y se tiene en cuenta la capacitación que se ofrece a los empleados en las diversas áreas, así como la comunicación, la ética y la seguridad dentro del trabajo y la responsabilidad social externa es la forma cómo la organización se relaciona con el medio, vale decir la comunidad y la sociedad en general. En ella se considera el apoyo que da la organización a la comunidad ya sea de manera directa o a través de Instituciones.

La imagen institucional como segunda variable lo que hoy en día deben mostrar las instituciones es una buena imagen en el mercado para ser elegidas para el servicio educativo. La palabra imagen según Scheinsohn (1997) viene del latín imago y del griego eikon que tiene que ver con la síntesis visual y tiene varios nombres figura (se representa como dibujo o fotografía), Percepción de manera visual, fenómeno de forma colectiva de alguien o simbolización ideológica o psíquica. Por lo complejo que resulta definir Villafaña (1992) habla de que en primera instancia se debe hacer la clasificación de las imágenes para hacer una definición de acuerdo a los diferentes criterios. También tenemos que diferenciar entre imagen institucional que tienen que ver con la organización en el exterior y la imagen corporativa con la imagen interna de la organización es decir los empleados

Capriotti (1999) expresa a cerca de niveles de la imagen en el aspecto empresarial como son la imagen de producto genérico (es acerca de un producto o servicio), imagen de marca (son los relacionados con el nombre de un producto o servicio), imagen corporativa (información que tiene que ver con la institución), imagen del sector de la empresa (es la imagen de la institución) finalmente la imagen del país (es la imagen a nivel de nación)

La imagen institucional o corporativa tiene que ver con la identidad, el prestigio y la reputación, de acuerdo a Barich y Kotler (1991) es la impresión que se produce en la mente del público sobre la institución, narrando cómo los públicos muestran la voluntad la buena realización de la organización a la sociedad, empleados, consumidores y stakeholders. Por otro lado, Keller (1993) son las apreciaciones sobre la institución que están reflejadas en la memoria de los sujetos. Así mismo Costa (2003) es lo que sintetiza y se produce en la mente del público a partir de las apreciaciones sobre la organización, generados por la identidad, actividad, comunicación y cultura y la incidencia de los mensajes del entorno y la competencia. Para Pérez (2011) es la percepción que tiene una organización en la que se agrupa informaciones, expectativas, sentimientos, impresiones que el sujeto almacena sobre la institución. Por su parte Kuo y Tang (2013) es la percepción general de la organización, en la que existen algunos aspectos que forman la imagen como son el producto, el servicio, las promociones entre otras. Para Johnson y Zinkhan (2015) son las percepciones de forma general de la institución que permanecen por diversos segmentos del público consumidor.

Existen algunas teorías que tienen que ver con la imagen, en el primer caso tenemos la teoría de la percepción que de acuerdo a Villafañe (1992) las imágenes parten de escoger la realidad lo que conduce al estudio de la percepción que dentro sus principios primordiales sirven para dar explicación a las definiciones claves de simbolización que provienen de mecanismos perceptivos que no es otra cosa que un procedimiento de motivaciones en función de los sentidos, el escoger de los mismos, que se juntan en la mente e interpreta de forma subjetiva en cada sujeto. En esta teoría entra a tallar el conductismo que toma a la percepción como parte del aprendizaje. Por otro lado, está la teoría de la información que tiene un campo teórico en el que se conjugan teorías particulares o especiales. Abril (1997) afirma que tiene que ver con la explicación de los procedimientos técnicos de tipo organizacional aspectos cognitivos y lo relacionado con la comunicación de tipo social en el mundo actual organizaciones, discursos, sujetos culturales e históricos, este incluye los siguientes campos: tecnológico, humano y de las ciencias naturales.

Por otro lado, está la teoría de la semiología que es la ciencia de los signos y se combina con la teoría de la información y la ciencia antropológica, tiene que ver con todas las representaciones de los seres humanos de acuerdo a la creencia de que los seres humanos son un grupo de signos que son parte de variados sistemas. Villafañe (1992) trato de identificar el origen y la evolución de la imagen de la institución por medio del estudio semiótico, es decir la imagen es no tangible de significaciones y en función de signos. En base a estos conceptos Christensen y Askegaard (2001) hicieron un análisis tanto de las definiciones de identidad e imagen corporativa para lo cual consideraron tres elementos: objeto, signos analizados de diversos aportes de la imagen como interpretación y como tercer elemento la identidad como signo en este caso de comunicación.

Para Bobadilla y Sandoval (2015) las dimensiones de la imagen institucional son la imagen interna que tiene que ver con las apreciaciones que posees los individuos que laboran en una institución y la imagen externa que puede ser promocional que se dan de manera inmediata en el público porque los individuos adquieren ya sea servicios o productos que brinda la organización y para ello se utiliza la publicidad y las de tipo motivacional son las que están dirigidas a las opiniones del público ya sea para lograr identificación o empatía entre el público y la organización para ello se utiliza campañas, propaganda y existe relación con la comunidad.

De acuerdo con Ramírez y Valeriano (2014) la imagen institucional es importante porque el público de alguna forma se compromete con el cuidado de su medio y se preocupa más en su asociación con los productos, los individuos no solo se preocupan lo que hacen los medios masivos, sino que informan sobre circunstancias internas de la organización.

En cuanto a la tercera variable que se refiere a la elección del servicio educativo de una Institución de Educación Superior que se encarga de los aprendizajes y la formación de los estudiantes de acuerdo a la Ley General de Educación N° 28044 (2003) las Instituciones Educativas en su Art. 66 afirman que: es el espacio físico y social que tiene relación con las diferentes entidades de su entorno y es la que pone su infraestructura para llevar a cabo las actividades extracurriculares y comunitarias conservando los propósitos



educativos así como el desarrollo de las funciones determinadas. Estas instituciones pueden ser estatales o privadas y dentro de las escuelas a nivel superior según la Ley N° 30512 (2007) hay Institutos de Educación superior, Escuelas Superior Tecnológica, tanto públicas como privadas y también Institutos y Escuelas de Educación Superior de acuerdo con Ley y Licenciados por el área de Educación.

Las Instituciones para dar el servicio educativo establecen sus propósitos de acuerdo a la Ley N° 30512 (2007) que en su art. 5 afirma que: tienen la responsabilidad de la formación integral, especialización, formación intercultural en la que existan igualdad de oportunidades que hagan que el egresado pueda desenvolverse en el ambiente laboral, de forma ética, con eficiencia y eficacia, desarrollando competencias que dan mayor importancia a la praxis, la investigación que es aplicada según la especialización, innovación con la participación de los integrantes de la comunidad educativa y lo que lo rodea. En todo ello toma importancia el perfil del egresado, el plan de estudio, y los factores administrativos y académicos.

De acuerdo a Atencio (2018) los estándares para escoger un entidad educativa superior debe dar respuesta a las políticas educativas entre ellas considera en primer término a la dimensión gestión estratégica que considera la planificación del programa de estudios (dirige los fines del programa de estudio los que deben ser revisados constantemente) gestión del perfil de egresado (como debe salir el egresado) y aseguramiento de la calidad; como segunda dimensión la formación integral se considera el proceso de enseñanza aprendizaje(en el que se incluye el plan de estudios para la formación general del proceso de enseñanza-aprendizaje) la gestión de los docentes (plana docente que desarrolla un plan académico) seguimiento a los estudiantes, desarrollo tecnológico e innovación y la responsabilidad social ((en cuanto a los aspectos académicos, investigación y servicios de extensión) . Como tercera dimensión el soporte institucional entre los que se considera los servicios de bienestar que tienen que ver con los servicios que ofrecen, infraestructura y soporte, todo lo relacionado a las instalaciones, renovación y mantenimiento y los recursos humanos con los que cuenta y finalmente la cuarta dimensión

resultados que tiene que ver con la verificación del perfil del egresado tiene que ver con el seguimiento al desempeño profesional de los egresados.

El personal está formado por los docentes y personal administrativo y de acuerdo al Ministerio de Educación del Perú (2018) los docentes son los que se encargan de la formación de los estudiantes fomentando la innovación y el conocimiento pedagógico y tienen el compromiso de asumir su progreso y desarrollo y por otro lado está el liderazgo directivo que debe apoyar a los metas de aprendizaje ya que ellos influyen en la praxis del profesor y además personal administrativo que son los recursos humanos que sirven de apoyo a los directivos y docentes, aporta para el desarrollo de las actividades poniendo como centro del aprendizaje a los estudiantes.

La calidad del servicio es importante, según López (2012) la calidad tiene que ver con toda la institución, es decir están inmersos, trabajadores, administrador, todas las personas que van a laborar buscando trabajar en forma coordinada para evitar errores, si todos caminan hacia el mismo rumbo conseguirán la meta. Si las Instituciones educativas quieren ser seleccionadas para impartir sus enseñanzas deben apuntar a la calidad con cero errores, dando lo mejor de sí. Por su parte Álvarez, Chaparro y Reyes (2014) expresa que la calidad tiene que ver con el servicio que damos a los usuarios que debe ser satisfactorio de acuerdo con sus necesidades.

Según Robbins y Judge (2013) la satisfacción es un sentimiento de bienestar que surge cada vez que se cubre una necesidad insatisfecha de naturaleza física o psíquica y ésta se va dando de acuerdo con los deseos o motivaciones. Puede presentarse de modo consciente o inconsciente a través de procesos mentales. Estos procesos van generando en la mente una fuerza psicológica motora denominada implicación que estimula y dirige el comportamiento de las personas hacia el ascenso o descenso con el objetivo de lograr cubrir necesidades, desde un nivel hacia otro, según el esquema de jerarquía de necesidades o pirámide de Maslow, el cual es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow el año 1943.

Maslow (citado Robbins y Judge, 1943) dice que la pirámide está dada por cinco niveles de necesidades organizadas justamente en forma piramidal.

En la parte inferior hay tres básicas o denominadas necesidades fisiológicas, seguridad y pertenencia. En las otras dos superiores llamadas necesidades de estima y |de autorrealización, siendo esta última enfocada al crecimiento y desarrollo personal. La satisfacción se va logrando en el tránsito de esos niveles. El ascenso o descenso es dinámico y permite aliviar el estado de tensión de la persona si las carencias son cumplidas. En caso contrario se da la insatisfacción. De igual modo, si un conjunto 31 de necesidades anteriormente satisfecho vuelve a ser deficiente, el individuo regresa a la insatisfacción.

En el contexto educativo, en principio, es necesario evaluar en qué nivel de la pirámide de Maslow se encuentra el estudiante ya que su motivación y satisfacción es variable para cada uno. Por lo cual se deben crear actividades educativas inicialmente para reforzar o incrementar la satisfacción personal e ir progresando conjuntamente con los procesos de enseñanza y aprendizaje, cubriendo las necesidades de los niveles superiores a través de la acertada y creativa estrategia educativa y mediante encuesta comprobar la satisfacción. Apoyando las teorías anteriores, Molina (2015) expresa que la satisfacción es un estado mental de la persona producida por una sensación de plenitud que se presentan al hacer actividades que son proporcionales al éxito obtenido. Esa dinámica contribuye a sostener un estado de ciclo armonioso dentro del cerebro. Asimismo, motiva a las personas a buscar nuevas y mejores formas de estar satisfecho ya que no desea perder la poca ni mucha satisfacción que experimenta, comprometiéndose a sí mismo a esforzarse hasta el máximo para obtener el nivel de felicidad esperado. Por tanto, los estados percibidos de satisfacción - plenitud, estimulan de manera natural al cerebro a lograr mayores niveles de satisfacción ya que siempre están en búsqueda de nuevas expectativas.

### III. METODOLOGÍA

La investigación tuvo el enfoque cuantitativo, ya que para la investigación se recogieron datos que se pueden cuantificar y se vio la causa-efecto (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 4) y la metodología empleada fue hipotético deductivo. Para Behar (2008) se planteó una hipótesis en base a principios o datos empíricos y haciendo uso de la deducción se hizo la verificación para llegar a algo general.

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

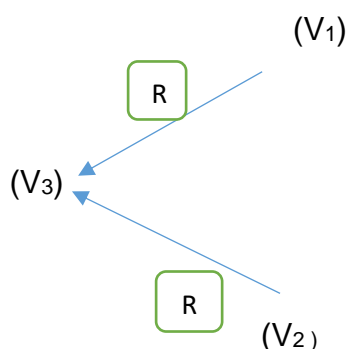
El presente estudio fue de tipo básica Según Carrasco (2015) esta clase de estudio da explicación a fenómenos o sucesos que se dan en la realidad, en este caso la información fue de importancia para la Institución Educativa Superior

#### Diseño

Para el siguiente estudio el diseño fue no experimental, corte transversal, correlacional causal. Según Carrasco (2015, p. 72) “el diseño no experimental no maniobra las variables, es transversal porque para la investigación usa acontecimientos reales en un instante específico”

Según Sánchez, Reyes y Mejía (2018) es correlacional causal porque asocia en este caso las variables independientes con la variable dependiente y las primeras tienen influencia sobre la otra. Para la presente investigación la responsabilidad social y la imagen institucional fueron las variables independientes y la elección del servicio educativo es la dependiente. El diseño correlacional es el siguiente:

Figura 1. Diagrama del diseño correlacional



$V_{i1}$  = Responsabilidad social

$V_{i2}$ =Imagen Institucional

$V_{d3}$ = Elección del servicio educativo

M=muestra

R= relación

### **Definición conceptual:**

#### **Responsabilidad social**

En este contexto el compromiso de la universidad exige de su habilidad y efectividad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones básicas: docencia, investigación y extensión/proyección social. Estas funciones deben estar respaldadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social, mediante la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo humano integral (Guillén, 2012).

**Dimensiones:** Dimensión interna, dimensión externa.

#### **Imagen institucional**

La imagen institucional o corporativa es el conjunto de cualidades o atributos que los consumidores atribuyen a una determinada compañía, lo cual establece lo que la empresa significa para su entorno. (Definición de Imagen Corporativa en Definición ABC, 2012).

**Dimensiones:** Imagen interna, imagen externa

#### **Elección de servicio educativo**

Para Guardado (2014) el concepto de calidad por los clientes no tiene el mismo significado que le dan los profesionales de la calidad. Porque los clientes adquieren servicios por dos motivos: uno de ellos para sentirse bien y el segundo para solucionar sus problemas, y no por razones propias de la organización

prestadora de servicios. Por consiguiente, la calidad que el cliente ve o percibe no 33 es lo que la organización pone dentro, sino lo que el cliente adquiere de ella y lo que pagará. Los clientes compran por las expectativas de los beneficios que piensan recibir de la organización. De esa manera, reciben calidad cuando se les satisface sus expectativas, solucionan sus problemas y les aporta beneficios. Cottle (1991).

**Dimensiones:** Gestión estratégica, formación integral, soporte institucional, resultados

### 3.2. Operacionalización de la Variables

Tabla1

*Matriz de Responsabilidad social*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos de la variable
<b>Responsabilidad social</b>	Dimensión interna	-Gestión de Recursos humanos -Salud según el lugar de trabajo	1,2 3,4, 5,6	Escala de Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Buena (45-60) Regular (29-44) Mala (12-28)
	Dimensión externa	-Adaptación al cambio -Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	7,8 9,10, 11, 12		

Tabla 2

*Matriz de operacionalización de Imagen institucional*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos de la variable
<b>Imagen institucional</b>	Imagen interna	-Imagen directiva -Imagen de los sistemas formales -Imagen de la filosofía y la cultura corporativa	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10,11 12,13,14,15,16, 17,18,19,20,21	Escala de Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Buena (112-150) Regular (71-111) Mala (30-70)
	Imagen externa	-Imagen comercial -Imagen institucional	22,23,24,25,26 27, 28,29,30		

Tabla 3

*Matriz de operacionalización de Selección del Servicio educativo*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos de la variable
<b>Selección del servicio educativo</b>	Gestión estratégica	-Planificación del programa de estudio -Gestión del perfil del egresado -Aseguramiento de la calidad	1,2, 3 4,5, 6,	Escala de Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	
	Formación integral	-Proceso de enseñanza-aprendizaje -Gestión de los docentes	7,8,9,10,11 12,13,14,		

	-Seguimiento a los estudiantes -Desarrollo tecnológico e innovación Responsabilidad social	
Soporte Institucional	-Servicios de bienestar -Infraestructura y soporte -Recursos humanos	15,16,17 18,19,20
Resultados	-Verificación del perfil del egresado -Evaluación del desempeño profesional	21,22, 23,24

### 3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis

#### Población

Está formado por todos los elementos, pueden ser programas, objetos o personas que son parte de un espacio en el que se lleva a cabo la investigación (Carrasco, 2015). La población para la investigación fueron 400 estudiantes de cuatro colegios diferentes de Lima este, que cursaron el quinto año de secundaria y que están a punto de decidir una institución de educativa superior, para seguir su carrera profesional.

#### Muestra

De acuerdo con Carrasco (2015) “la muestra es una porción que representa a la población, que tiene como característica ser objetiva y es el reflejo de la población”



La muestra estuvo conformada por 120 estudiantes del quinto de secundaria, los mismos que fueron seleccionados con muestreo no probabilístico intencional que según Carrasco (2015) “es aquel en el que el investigador lo escoge porque considera conveniente para él y de alguna manera es lo más representativo” (p. 243)

Tabla 4

*Población y Muestra para la investigación*

Población	Muestra
400 estudiantes	120 estudiantes

**Criterios de Inclusión**

Estudiantes de quinto de secundaria que ya están próximos a decidir una carrera profesional

Estudiantes de ambos sexos que estuvieron en quinto de secundaria

Estudiantes que pertenecieron a colegios particulares o estatales

Estudiantes que aceptaron a participar de forma voluntaria

**Criterios de Exclusión**

Estudiantes que fueron de años inferiores

Estudiantes que no se encuentran en colegios de Lima este.

Estudiantes que no estudiaron en los colegios asignados para la investigación

Estudiantes que no desearon participar..

**2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

Para Sánchez y Reyes (2009, p. 149) la técnica son los mecanismos que usa el investigador para recolectar los datos de acuerdo a los propósitos del estudio,

en este caso tuvimos en cuenta la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario que es un conjunto de preguntas que responde a los objetivos del estudio.

#### Ficha técnica de la variable 1

Nombre	: Cuestionario de Responsabilidad social
Autor	: Guerra y Gómez (2018)
Lugar de aplicación	: Institución Educativa de Lima Este
Duración	: 30 min.
Objetivo	: Medición de la responsabilidad social
Nº de ítems	: 12 preguntas
Escala	: Likert
Niveles	: Alta, media, baja
Sujetos de aplicación	: 120

#### Ficha técnica de la variable 2

Nombre	: Cuestionario de Imagen institucional
Autor	: Guerra y Gómez (2018)
Lugar de aplicación	: Institución Educativa de Lima Este
Duración	: 40 min.
Objetivo	: Medición de la imagen institucional
Nº de ítems	: 30 preguntas
Escala	: Likert
Niveles	: Buena, regular, mala

#### Ficha técnica de la variable 3

Nombre	: Cuestionario de elección del servicio educativo
Autor	: Maestra: Silvia Rosario Olivo Valenzuela (2020)
Lugar de aplicación	: Institución Educativa de Lima Este
Duración	: 30 min.
Objetivo	: Medición de la elección de una Institución Educativa

Nº de ítems	: 24 preguntas
Escala	: Likert
Niveles	: Buena, regular, mala

## **Validación y confiabilidad del instrumento**

### **Validez**

Según Carrasco (2015) tiene que ver con el nivel que posee un instrumento para medir lo que tiene que medir. La validación normalmente se realiza por juicio de expertos los mismos que una vez elaborado el instrumento observaron la consistencia interna que tiene el instrumento, fueron personas conocedoras de la investigación en cuanto a metodología o el tema y fueron tres, pero en este caso para la presente investigación se tomaron en cuenta instrumentos validados.

Para las dos primeras variables y para la tercera variable se validó por juicio de expertos. Para ello se envió a los validadores vía correo para que puedan ver la consistencia interna del instrumento, se envió a cada experto la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización y los instrumentos, de acuerdo a ello los validadores vieron la claridad, relevancia y pertinencia del instrumento para indicar si es aplicable.

### **Confiabilidad del instrumento**

De acuerdo a Carrasco (2015) nos permite encontrar los mismos valores al ser aplicado en una ocasión o varias en diferentes instantes de tiempo. Se realizó una prueba piloto con 25 estudiantes es decir a un grupo un poco más pequeño a la muestra y luego se encontró la confiabilidad con Alfa de Cronbach para las tres variables

Tabla 5

#### *Confiabilidad de los instrumentos*

Variables	Grado de confiabilidad
V <sub>1</sub> = Responsabilidad social	0,840
V <sub>2</sub> = Imagen institucional	0, 919
V <sub>3</sub> =Elección del servicio educativo	0,822

## **2.5 Procedimiento**

Para el recojo de la información en primer término a través de un documento otorgado, solicité el permiso para poder hacer el estudio y tomar el cuestionario, una vez que contamos con la información realizamos el vaciado de los datos encontrados en un cuadro de Excel y finalmente estos datos fueron procesados en el SPSS versión 23

## **2.6. Método de Análisis de Datos**

El método para analizar estos datos que son cuantitativos se realizó haciendo un análisis descriptivo, el mismo que es presentado en tablas y figuras y la segunda parte el análisis inferencial en el que se tuvo en cuenta la contrastación de las variables para demostrar la hipótesis, todo fue realizado con el SPSS con la aplicación de la regresión lineal múltiple.

## **2.7 Aspectos Éticos**

Toda la información que tenemos en la investigación fue veraz y confiable, teniendo en cuenta los principios éticos y todas las referencias utilizadas estuvieron nombradas en el listado de referencias y por otro lado los participantes en el estudio aceptaron de manera voluntaria su participación, teniendo en cuenta que la información que hemos obtenido solo es de interés para el investigador. Además, todas las referencias utilizadas están hechas bajo el formato APA y las que están en la bibliografía son todas las referencias que se utilizaron en la presente investigación.

## IV. RESULTADOS

### 3.1. Descripción de resultados

#### 3.1.1. Responsabilidad social

Se mide la responsabilidad social teniendo en cuenta los niveles buena, regular y mala, trabajándose con 120 personas y es presentado los resultados en tabla y figuras

**Tabla 6**

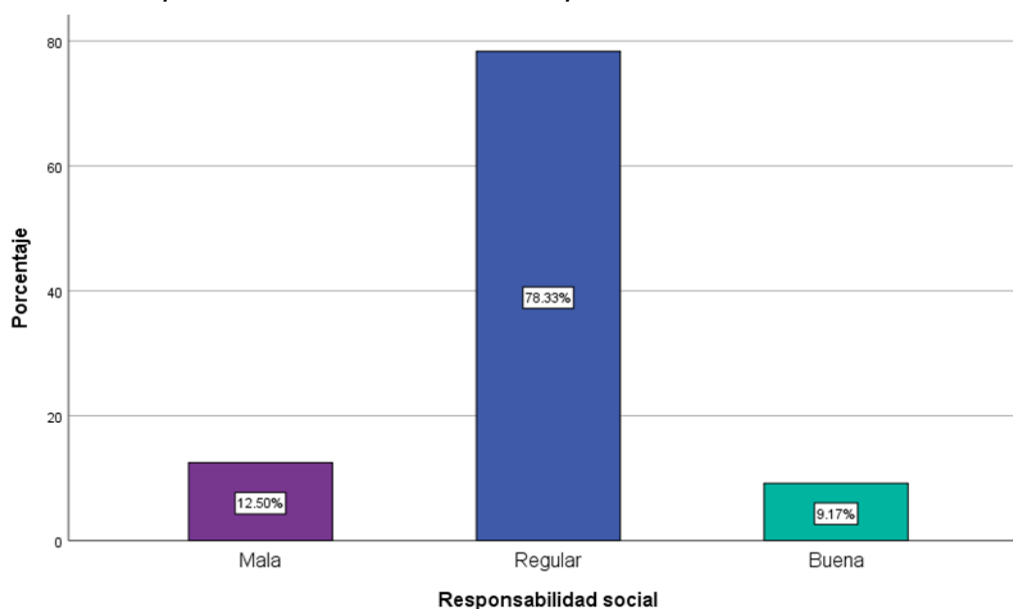
*Distribución porcentual de la variable responsabilidad social*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	15	12.5	12.5	12.5
	Regular	94	78.3	78.3	90.8
	Buena	11	9.2	9.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Fuente: Base de datos a partir de los datos de la encuesta

**Figura 1**

*Distribución porcentual de la variable responsabilidad social*



De la tabla 6 y figura 1, se observa que el 12.5% de los estudiantes encuestados refieren que la responsabilidad social es mala; sin embargo, el 78.3% señala que es de nivel regular. Mientras que, el 9.2% restante manifiesta que la responsabilidad social es buena. Por tanto, ante la prevalencia de los datos

según se observa en la tabla y figura, se concluye que la responsabilidad social de una institución de educación superior en Lima Este, es de nivel regular, según la percepción de los estudiantes encuestados en el presente año 2020.

### 3.1.2. Imagen institucional

La segunda variable imagen institucional también se ha medido utilizando los niveles buena, regular y mala, tal como se muestra en la tabla y figura.

**Tabla 7**

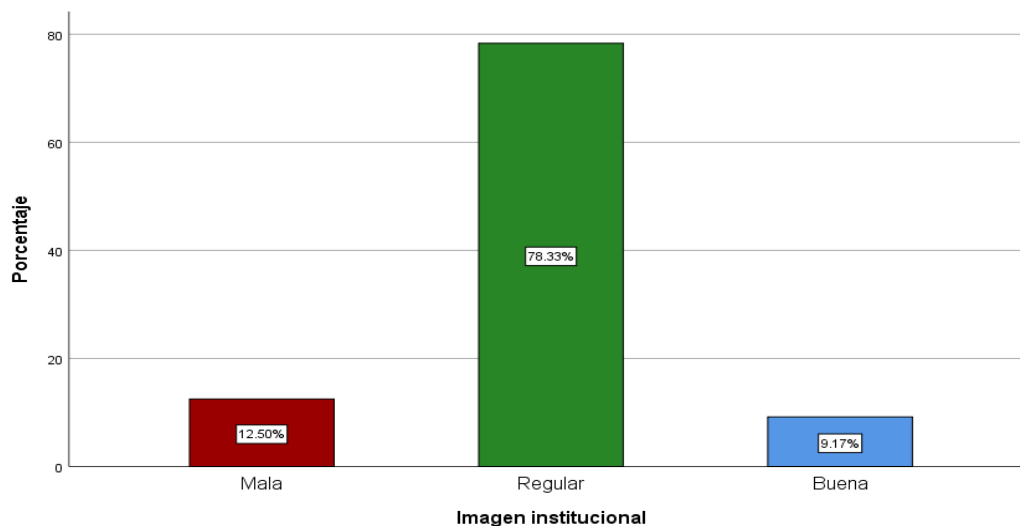
*Distribución porcentual de la variable imagen institucional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	15	12.5	12.5	12.5
	Regular	94	78.3	78.3	90.8
	Buena	11	9.2	9.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Fuente: Base de datos a partir de los datos de la encuesta

**Figura 2**

*Distribución porcentual de la variable imagen institucional*



De la tabla 7 y figura 2, se observa que el 12.5% de los estudiantes encuestados refieren que la imagen institucional de una institución educativa de educación superior de Lima Este es mala; sin embargo, el 78.3% señala que es de nivel

regular. Mientras que, el 9.2% restante manifiesta que la imagen institucional es buena. Por tanto, ante la prevalencia de los datos según se observa en la tabla y figura, se concluye que la imagen institucional de una institución de educación superior en Lima Este, es de nivel regular, según la percepción de los estudiantes encuestados en el presente año 2020.

### 3.1.3. Elección del servicio educativo

La tercera variable elección del servicio educativo la medición se utilizó usando los niveles muy adecuada, adecuada e inadecuada, los que se muestran a través de la tabla y la figura.

**Tabla 8**

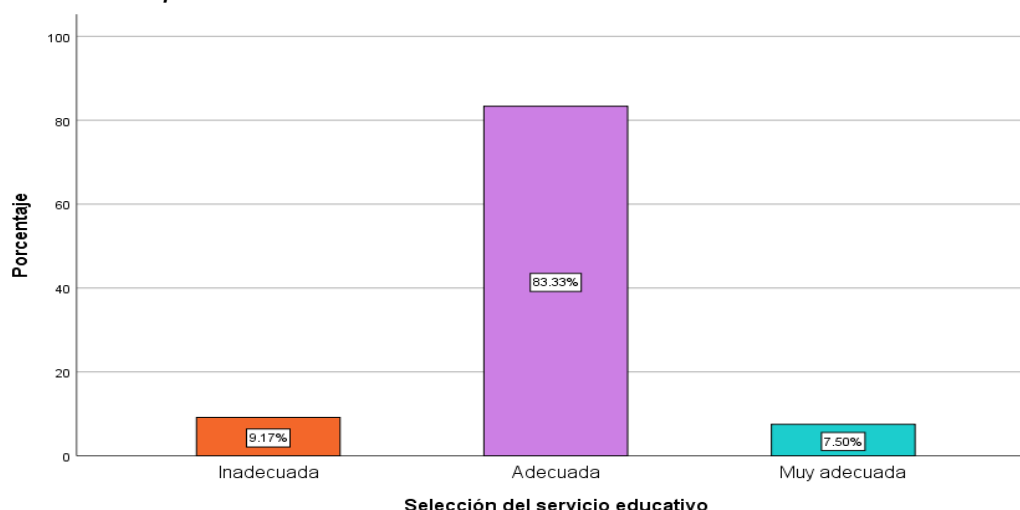
*Distribución porcentual de la variable elección del servicio educativo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Inadecuada	11	9.2	9.2
	Adecuada	100	83.3	92.5
	Muy adecuada	9	7.5	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Base de datos a partir de los datos de la encuesta

**Figura 3**

*Distribución porcentual de la variable elección del servicio educativo*



De la tabla 8 y figura 3, se observa que el 9.2% de los estudiantes encuestados refieren que la elección del servicio educativo de una institución educativa de educación superior de Lima Este es inadecuada; sin embargo, el

83.3% señala que es de nivel adecuada. Mientras que, el 7.5% restante manifiesta que la selección del servicio educativo es muy adecuada. Por tanto, ante la prevalencia de los datos según se observa en la tabla y figura, se concluye que la elección del servicio educativo de una institución de educación superior en Lima Este, es de nivel adecuada, según la percepción de los estudiantes encuestados en el presente año 2020.

### **Dimensiones de la elección del servicio educativo**

En la siguiente tabla y figura se muestran las dimensiones de la variable elección del servicio educativo

**Tabla 9**

*Distribución porcentual según las dimensiones de la variable elección del servicio educativo*

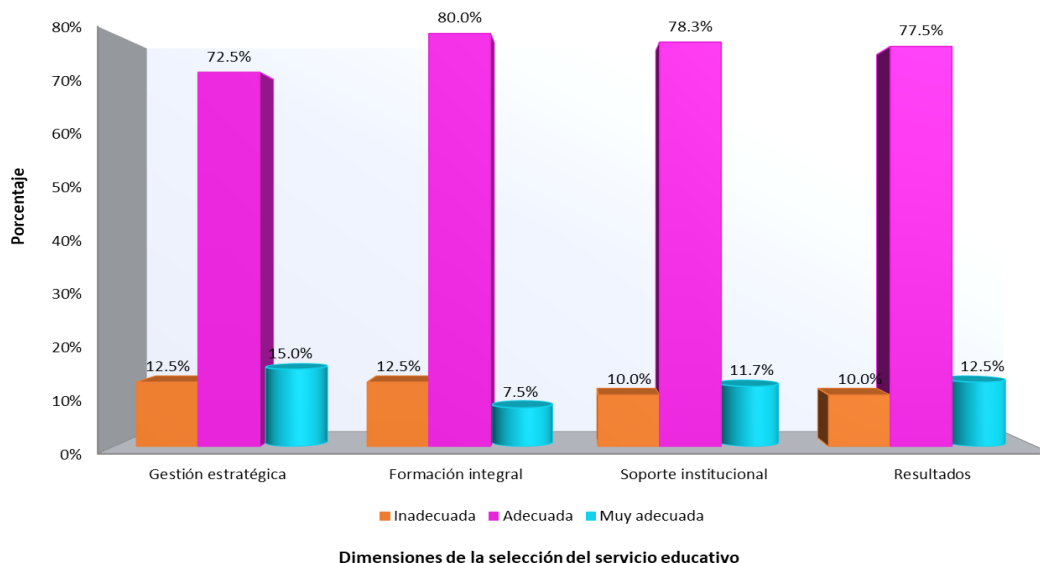
Dimensiones	Niveles	Frecuencia (fi)	Porcentaje valido (%)
Gestión estratégica	Inadecuada	15	12,5
	Adecuada	87	72,5
	Muy adecuada	18	15,0
Formación integral	Inadecuada	15	12,5
	Adecuada	96	80,0
	Muy adecuada	9	7,5
Soporte institucional	Inadecuada	12	10,0
	Adecuada	94	78,3
	Muy adecuada	14	11,7
Resultados	Inadecuada	12	10,0
	Adecuada	93	77,5
	Muy adecuada	15	12,5

Fuente: Base de datos a partir de los datos de la encuesta



**Figura 4**

*Distribución porcentual según las dimensiones de la variable elección del servicio educativo*



De la tabla 9 y figura 4, se observa que entre el 10.0% y el 12.5% de los encuestados refieren que las dimensiones de la elección del servicio educativo son de nivel inadecuado. Mientras que, la prevalencia de los datos se concentra en el nivel adecuado, respecto a cada una de las dimensiones de la elección del servicio educativo, con porcentajes que van desde el 72.5% (gestión estratégica) y el 80.0% (formación integral). Así mismo, el nivel alto en cuanto a las dimensiones de la variable en estudio se encuentra entre el 7.5% (formación integral) y el 15.0% (gestión estratégica)), según la percepción de los estudiantes encuestados en el presente año 2020.

### **3.2. Resultados correlacionales**

#### **Prueba de hipótesis general**

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional no influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, en el año 2020.

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, en el año 2020.

**Tabla 10***Determinación del ajuste de los datos para el modelo*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	834.725			
Final	699.735	134.989	81	.000

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 10, se tiene que el valor de Chi-cuadrado es de 134.989 y el valor de la significación es igual a 0.000 ( $\rho < \alpha$ ), nos permite concluir que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Según los resultados obtenidos en la tabla 5, el nivel de significancia calculado es .000 menor a .05; por lo tanto, se acepta el modelo de las variables en análisis.

**Tabla 11***Prueba de R cuadrado para explicar el modelo*

Estadístico	Valor
Cox y Snell	.675
Nagelkerke	.676
McFadden	.160

Función de enlace: Logit.

De acuerdo a los resultados de la tabla 11 el valor de Cox Snell de .675 y Nagelkerke igual a .676, lo que permite afirmar que la responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente entre 67.5% y 67.6% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este. Así mismo, el valor de McFadden resultó .160 el cual demuestra que existe un ajuste alto del modelo.

**Prueba de hipótesis específica 1**

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional no influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión gestión estratégica, en el año 2020.

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión gestión estratégica, en el año 2020.

**Tabla 12***Determinación del ajuste de los datos para el modelo*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	638.590			
Final	418.376	220.214	81	.000

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 12, se tiene que el valor de Chi-cuadrado es de 220.214 y el valor de la significación es igual a 0.000 ( $p < \alpha$ ), nos permite concluir que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Según los resultados obtenidos en la tabla 7, el nivel de significancia calculado es .000 menor a .05; por lo tanto, se acepta el modelo de las variables en análisis

**Tabla 13***Prueba de R cuadrado para explicar el modelo*

Estadístico	Valor
Cox y Snell	.840
Nagelkerke	.844
McFadden	.339

Función de enlace: Logit.

Según los resultados de la tabla 13 el valor de Cox Snell de .840 y Nagelkerke igual a .844, lo que permite afirmar que la responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente entre 84.0% y 84.4% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión gestión estratégica. Así mismo, el valor de McFadden resultó .339 el cual demuestra que existe un ajuste alto del modelo.

## Prueba de hipótesis específica 2

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional no influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión formación integral, en el año 2020.

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión formación integral, en el año 2020.

**Tabla 14**

*Determinación del ajuste de los datos para el modelo*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	660.014			
Final	476.684	183.330	81	.000

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 14, se tiene que el valor de Chi-cuadrado es de 183.330 y el valor de la significación es igual a 0.000 ( $p < \alpha$ ), nos permite concluir que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Según los resultados obtenidos en la tabla 9, el nivel de significancia calculado es .000 menor a .05; por lo tanto, se acepta el modelo de las variables en análisis

**Tabla 15**

*Prueba de R cuadrado para explicar el modelo*

Estadístico	Valor
Cox y Snell	.783
Nagelkerke	.786
McFadden	.274

Función de enlace: Logit.

Según los resultados de la tabla 15 el valor de Cox Snell de .783 y Nagelkerke igual a .786, lo que permite afirmar que la responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente entre 78.3% y 78.6% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión

formación integral. Así mismo, el valor de McFadden resultó .274 el cual demuestra que existe un ajuste alto del modelo.

### Prueba de hipótesis específica 3

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional no influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión soporte institucional, en el año 2020.

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión soporte institucional, en el año 2020.

Tabla 16

Determinación del ajuste de los datos para el modelo

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	602.722			
Final	473.809	128.913	81	.001

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 16, se tiene que el valor de Chi-cuadrado es de 128.913 y el valor de la significación es igual a 0.000 ( $p < \alpha$ ), nos permite concluir que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Según los resultados obtenidos en la tabla 11, el nivel de significancia calculado es .000 menor a .05; por lo tanto, se acepta el modelo de las variables en análisis

Tabla 17

Prueba de R cuadrado para explicar el modelo

Estadístico	Valor
Cox y Snell	.658
Nagelkerke	.663
McFadden	.211

Función de enlace: Logit.

Según los resultados de la tabla 17 el valor de Cox Snell de .658 y Nagelkerke igual a .663, lo que permite afirmar que la responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente entre 65.8% y 66.3% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una

institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión soporte institucional. Así mismo, el valor de McFadden resultó .211 el cual demuestra que existe un ajuste alto del modelo.

#### Prueba de hipótesis específica 4

**H<sub>0</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional no influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión resultados, en el año 2020.

**H<sub>1</sub>:** La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este en su dimensión resultados, en el año 2020.

**Tabla 18**

*Determinación del ajuste de los datos para el modelo*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	-2	537.500		
Final	.000	537.500	81	.000

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 18, se tiene que el valor de Chi-cuadrado es de 537.500 y el valor de la significación es igual a 0.000 ( $\rho < \alpha$ ), nos permite concluir que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Según los resultados obtenidos en la tabla 13, el nivel de significancia calculado es .000 menor a .05; por lo tanto, se acepta el modelo de las variables en análisis

**Tabla 19**

*Prueba de R cuadrado para explicar el modelo*

Estadístico	Valor
Cox y Snell	.989
Nagelkerke	.999
McFadden	.985

Función de enlace: Logit.

Según los resultados de la tabla 19 el valor de Cox Snell de .989 y Nagalkerke igual a .999, lo que permite afirmar que la responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente entre 98.9% y 99.9% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión resultados. Así mismo, el valor de McFadden resultó .985 el cual demuestra que existe un ajuste alto del modelo.

## V. DISCUSIÓN

En el presente estudio se corroborará datos y se encontrará las diferencias con los estudios previos de acuerdo con los resultados que encontramos al trabajar con tres variables, teniendo en cuenta que se buscaron la influencia de las dos primeras variables responsabilidad social e imagen institucional en la elección del servicio educativo en una Institución de enseñanza superior.

En la primera variable responsabilidad social el estudio estuvo en un nivel regular con un 78,3% coincide con el trabajo de Guerra y Gómez (2018) que se encuentra en un nivel regular del 58%, esto se relaciona con la imagen institucional. Así mismo en el caso de Cano (2017) la responsabilidad social se encuentra en un 45% en un nivel medio que está en función de la visión que tiene la institución de acuerdo con el escenario de la educación superior universitaria. Para la investigación de Vargas (2017) la responsabilidad es baja en un 35%, porque los estudiantes no reconocen la responsabilidad de la institución tanto en la dimensión extensiva como en la gestión organizativa, al mismo tiempo difiere con Rojas (2018) que mantuvo un nivel alto del 47% asociado a la equidad humana y se ven influenciados por los distintos estratos que tiene la institución. En cambio, para Cárdenas, Kammerer y Ríos (2016) la responsabilidad social tiene valoraciones satisfactorias que son aceptables en el 57,7%. Así mismo para Ahumada, Ravina y López (2018) consideran que la responsabilidad social es adecuada en el 43%.

La responsabilidad social tiene que ver con el compromiso que tiene una institución con la sociedad con la comunidad (Lozano, 1999). Si en el estudio el nivel fue regular nos indica que algo está faltando puede ser en el ambiente interno que no está funcionando adecuadamente la gestión de los recursos humanos o no se está teniendo en cuenta el preservar la salud de los trabajadores en su ambiente laboral y en el ambiente externo las personas no se adaptan a los cambios que se están dando hoy en día en las empresas sobre todo en el aspecto tecnológico y en las actualizaciones y capacitaciones que se tienen que dar con cierta continuidad y no todos aceptan de forma positiva. De



acuerdo a lo que menciona Mombert (2005) la responsabilidad social se orienta a satisfacer necesidades totalmente variadas que a veces son opuestas a lo que quieren los grupos de interés que apuestan a la innovación ya que generan beneficios competitivos a las organizaciones.

En relación con la segunda variable imagen institucional el nivel es regular en el 78,3%, coincide con Guerra y Gómez (2018) que también está en nivel regular en 44%, la misma que difiere con Patlán y Martínez (2016) que está en un nivel bueno del 39,7%, ya que las personas que forman parte de la institución toman en cuenta circunstancias variadas para evaluar y retroalimentar para tener una buena imagen institucional en la comunidad. Es importante que hoy en día las instituciones se preocupen por mantener una imagen positiva en el mercado, ya que al existir mucha competencia es necesario tener características diferenciadas para ser elegidas y contrastando entre lo que es la imagen institucional y la imagen que tiene como corporación. No basta con que los demás vean una buena imagen como institución, sino como los trabajadores ven a la institución, la organización la hacen también los trabajadores, de acuerdo a la identidad que tengan con la institución. De allí que Bobadilla y Sandoval (2015) hablaban de la imagen institucional interna y la externa, la imagen interna lo hacen los trabajadores de una organización y la imagen externa se puede hacer por la publicidad, los medios masivos, el marketing.

En relación con la tercera variable elección del servicio educativo el nivel es adecuado en un 83,3% en 100 personas encuestadas lo que lleva a manifestar que está en un nivel bueno tanto la responsabilidad social como la imagen institucional están ayudando a que las personas escojan el servicio educativo porque en la medida que la responsabilidad social y la imagen institucional van de la mano influirán para la elección del servicio.

En cuanto a las dimensiones de la elección del servicio educativo en la primera dimensión gestión estratégica es adecuada en un 72,5% en 87 personas que fueron parte del estudio, en la segunda dimensión formación integral es adecuada en 96 personas (80%), en la tercer dimensión soporte institucional es adecuada en 94 personas (78,3%) y en la cuarta dimensión es adecuada en 93 (77,5%). Las personas para elegir los servicios educativos tienen en cuenta muchos aspectos como lo afirma Atencio (2018) que en la gestión estratégica

debe tener en cuenta en la importancia de planificar, y realizar un plan de estudio que dirijan el propósito del estudio, en la formación integral una preparación completa no solamente en la que se considere los conocimientos, sino los valores que como persona se necesita en la sociedad, en el soporte institucional es esencial la infraestructura, los servicios que tienen el estudiante con relación a la renovación, la permanencia e inclusive los recursos humanos que son parte de la institución y finalmente los resultados, es necesario hacer el seguimiento a todos los egresados para ver su desempeño lo que puede servir para una retroalimentación del perfil del egresado.

Según se planteó en la hipótesis general buscamos corroborar si existe influencia de la responsabilidad social y la imagen institucional en la elección del servicio educativo, se logró encontrar tal influencia de acuerdo a la prueba de regresión logística en la que se puede evidenciar que es significativa al realizar la prueba Chi cuadrado cuyo valor es 134.989 al realizar paralelo a ello el modelo de las variables utilizando Cox y Snell cuyo valor es .675, Nagelkerke .676 y McFadden .160 lo que nos lleva a afirmar la influencia de las dos primeras variables en la tercera y estas influyen entre el 67,5% y 67,6% en la elección del servicio educativo, con lo cual rechazamos la hipótesis nula y nos quedamos con la hipótesis alterna.

Las instituciones deben tener en cuenta que en la medida que exista responsabilidad social y exista una buena imagen institucional esto influirá en la decisión de las personas en la elección del servicio educativo. La preocupación de las instituciones debe ser mantener la buena imagen en el mercado, porque de acuerdo a ello tendrán más personas que elijan su servicio, es fundamental el posicionamiento en el mercado y la permanencia de la imagen, aspectos esenciales que ayudan a la elección. Hay muchas instituciones que no saben mantener la imagen institucional o no se preocupan cuando ya ganaron un espacio en el mercado. La política debe ser captar, mantener y mejorar constantemente de acuerdo con los requerimientos del mercado.

En la hipótesis específica 1 buscamos ver la influencia de la responsabilidad social y la imagen institucional en la gestión estratégica, después de realizar el estudio corroboramos la influencia a través de la regresión logística con la prueba de Chi cuadrado cuyo valor fue 220,214 y usando los

modelos de la prueba Cox y Snell fue .840, en Nagelkerke ,844 y en MCFadden .339 lo que nos permite corroborar la hipótesis y encontrando que la responsabilidad social y la imagen institucional influyen de forma probabilística entre el 84,% y 84,4% en la gestión estratégica lo que nos lleva a confirmar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula.

Para lograr que la responsabilidad social y la imagen institucional influyan en la gestión estratégica es necesario un trabajo coordinado, un trabajo en equipo que permite que se planifique adecuadamente, que se haga el seguimiento buscando siempre una educación de calidad, evaluando y retroalimentando constantemente no pensando solamente en la educación del momento actual sino en la educación a futuro, que lo que aprenden les sirva para su desarrollo en la vida diaria. La mejor educación radica no solo tener claro los modelos teóricos, sino como aplicarlos en la práctica.

En la hipótesis específica 2 indagamos en ver la influencia que ejerce tanto la responsabilidad social como la imagen institucional en la dimensión formación integral, la cual para ver la influencia se utilizó la regresión logística a través de la prueba Chi cuadrado cuyo valor fue 183.330, para lo cual se usaron los modelos de Cox y Snell ,783, Nagelkerke ,786 , McFadden ,274 que nos permitió encontrar la influencia de la responsabilidad social y la imagen institucional las mismas que influyen 78,3% y 78,6% de forma probabilística en la formación integral, con esto estamos corroborando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula.

Es parte de la responsabilidad social y de la imagen institucional la formación que se da al estudiante, en la medida de que esa formación sea completa, se extenderá a la población, porque no basta impartir conocimientos, llenar los cerebros de teorías y métodos, sino en el contexto general la educación no es integral y no se tienen en cuenta varios aspectos que son importantes para que los estudiantes se desenvuelvan en la sociedad, siendo personas integrales que tienen conocimientos y al mismo tiempo valores que puedan evidenciarse en su ambiente laboral y en su sociedad más adelante.

En la hipótesis específica 3 se buscó encontrar la influencia de la responsabilidad social y la imagen institucional en la dimensión soporte

institucional, para lo cual se usó la regresión logística y se realizó a través de la prueba Chi cuadrado, cuyo valor fue 128.913 lo que nos permite dar explicación a la variable dependiente, para ello se usó los modelos Cox y Snell cuyo valor fue ,658, el modelo Nagelkerke ,663 y el modelo McFadden ,211, la que nos permite mostrar la influencia que estuvo entre 65,8% y 66,8% la que influyen de forma probabilística entre 65,6% y 66,3% , lo que demuestra que existe influencia y que estamos rechazando la hipótesis nula y aceptamos la, hipótesis alterna.

Las instituciones deben preocuparse no solamente en tener una responsabilidad social adecuada, y contar con una buena imagen institucional sino evaluarse en su totalidad para brindar un buen servicio, es decir tener una infraestructura apropiada, contar con los medios tecnológicos, tener personal capacitado y actualizado de acuerdo con lo que exige el mundo globalizado. Todo va de la mano y es momento que las instituciones inviertan con el fin de que mayor cantidad de estudiantes elijan las instituciones, no solo porque cuentan con una gran infraestructura, sino por los conocimientos y valores que en ellas se imparten. El soporte que tenga como institución es positivo, no solo para los docentes, sino para las personas que eligen el servicio.

En la hipótesis 4 se indagó por la influencia que tiene la responsabilidad social y la imagen institucional en la dimensión resultados, en la que se utilizó la regresión logística y de acuerdo a la prueba chi cuadrado cuyo valor fue 537.500 se buscó explicar la variable dependiente en este caso en función de la cuarta dimensión y para ello se utilizó los modelos Cox y Snell cuyo valor fue ,989 y en el modelo Nagelkerke ,999 y en McFadden ,985, lo que nos lleva a afirmar que existe influencia entre 98,9% y 99,9% de manera probabilística , con lo cual corroboramos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Es importante que la responsabilidad social y la imagen institucional vayan de la mano y en la última dimensión de qué manera todo el proceso desde que se realiza la gestión estratégica, se hace una planeación, se da una formación integral, con un soporte de la institución para finalmente ver los resultados en el campo de acción de los estudiantes, el seguimiento no debe acabar en el proceso de formación sino ver más allá y analizar en el ámbito laboral el desempeño de los egresados, que puede servir para reprogramar en los puntos débiles e ir analizando constantemente la elección del servicio educativo.

De acuerdo al estudio se busca aportar en la responsabilidad social el compromiso que tienen las instituciones superiores en dar una buena formación ya que respondan a las necesidades que tiene la sociedad de transformación a través de la educación, en la que se tomen en cuenta valores importantes como la justicia, el respeto, la solidaridad promoviendo el desarrollo del ser humano de manera integral, en la imagen institucional no solamente mostrar una imagen externa como corporación, sino una imagen interna en que los trabajadores vean a los que dirigen las instituciones como personas que garanticen la confianza, que fomenten la buena relación entre sus miembros y al mantener una buena imagen hagan que mayor cantidad de estudiantes escojan su servicio.

El hecho de hablar de la elección de un servicio educativo es analizar el motivo por el que escogieron y las personas eligen porque se sienten bien, porque algo los atrae de un determinado servicio y en un segundo motivo porque va a dar solución a los problemas que encontraron en otros lugares, por lo tanto aquí entra en juego brindar calidad y sobre todo en las instituciones educativas deben buscar captar a los estudiantes, y mantenerlos y evaluar constantemente la satisfacción, porque en la medida que midamos la satisfacción del cliente vamos a encontrar los puntos débiles para mejorarlos. Es importante la captación de los estudiantes, pero más importante es mantenerlos y eso se logra haciendo ajustes constantes, buscando nuevas estrategias y nuevos modelos, estando acorde a los cambios que se dan a nivel global, ya que las universidades y las entidades superiores deben impulsar la investigación desarrollando valores éticos, con una formación integral, con igualdad para todos dejando de lado todo tipo de discriminación y desarrollando competencias que puedan ser utilizadas en la práctica y en la que las instituciones superiores tengan en cuenta el perfil del egresado, los planes de estudio y todos los factores que ayuden a una formación académica con eficiencia y eficacia.

Finalmente esperamos que el presente trabajo sirva de aporte para posteriores investigaciones y sea la base para realizar estudios de este tipo con el fin de que los estudiantes al escoger una institución Superior para su formación tengan en cuenta aspectos importantes que lo harán competente en el mercado laboral.

## **V. CONCLUSIONES**

### **Primera**

La responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente de modo significativo entre 67.5% y 67.6% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este; con lo cual la primera hipótesis específica ha quedado demostrada.

### **Segunda**

La responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente de modo significativo entre 84.0% y 84.4% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión gestión estratégica; con lo cual la primera hipótesis específica ha quedado demostrada.

### **Tercera**

La responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente de modo significativo entre 78.3% y 78.6% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión formación integral; con lo cual la segunda hipótesis específica ha quedado demostrada.

### **Cuarta**

La responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente de modo significativo entre 65.8% y 66.3% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión soporte institucional; con lo cual la tercera hipótesis específica ha quedado demostrada.

### **Quinta**

La responsabilidad social e imagen institucional influyen probabilísticamente de modo significativo entre 98.9% y 99.9% en la elección que realizan los estudiantes del servicio educativo que presta una institución de educación de nivel superior de Lima Este, en su dimensión resultados; con lo cual la cuarta hipótesis específica ha quedado demostrada.

## **VI. RECOMENDACIONES**

### **Primera**

Implementar políticas de mejora de la responsabilidad social e imagen institucional con el propósito de que los clientes cuando elijan un servicio educativo sea el más adecuado según las expectativas que tienen mayormente las personas que buscan un servicio educativo, es decir con buen servicio, buen costo y un aprendizaje de calidad

### **Segunda**

De acuerdo con el objetivo específico 1, revisar de manera constante la gestión estratégica que realizan en la captación de estudiantes, ya que las estrategias que utilicen deben ser importantes para mantener un público cautivo en la elección del servicio educativo que esté en función a la responsabilidad social y la imagen institucional.

### **Tercera**

De acuerdo con el objetivo específico 2 relacionado a la formación integral, hacer ajustes constantes a su currículo de tal manera que no solamente se capacite al estudiante en la parte académica, sino que la formación sea completa en la que se incluyan los valores, en el que no solamente se tenga la idea de que sean buenos profesionales, sino buenas personas.

### **Cuarta**

De acuerdo al objetivo específico 3 en relación al soporte institucional, que las instituciones no solamente se preocupen de formar personas y que éstas terminen sus estudios, sino de hacer el seguimiento a sus egresados, tratando de hacer sus convenios con instituciones para las prácticas y desarrollo profesional.



## **Quinta**

De acuerdo con el objetivo específico 5 en la dimensión resultados, realizar programas que haga el seguimiento del proceso educativo en base a resultados, realizando una constante reingeniería cuando hay aspectos que no están funcionando adecuadamente para que la elección del servicio educativo sea exitosa.

## **VII. PROPUESTA**

### **Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

#### **7.1. Objetivo**

Mejorar la responsabilidad social e imagen institucional en la elección de los servicios educativos de las Instituciones Superiores.

#### **7.2. Descripción**

De acuerdo a la Ley 30220 la ley universitaria y de la educación superior busca promover el mejoramiento continuo de la calidad educativa, tomándolas como entes esenciales del desarrollo nacional. La educación superior en el Perú no es obligatoria, es una opción para los que terminan la educación secundaria, en la que no todos tienen la facilidad de llegar a ello, por la falta de oportunidades que muchos no tienen.

La ley busca preservar, incrementar y transmitir de manera constante la producción científica, tecnológica, cultural y artística, al mismo tiempo formar profesionales que apunten a la calidad de forma integral con responsabilidad social en función a los requerimientos de la nación. Que las carreras que se impartan tengan campo laboral en el mercado.

Las instituciones educativas deben preocuparse por adquirir responsabilidad social en el mercado, buscando tener una imagen institucional en el mercado que ayude a los usuarios a la elección adecuada del servicio.

A nivel superior es fundamental la investigación científica que falta promover en nuestro país y que las instituciones de Educación Superior sean constantemente monitoreadas para ofrecer educación de calidad. Que el fin de las universidades o de las Instituciones de Educación Superior sea formar buenos profesionales que puedan llevar adelante al país, y teniendo en cuenta que las carreras profesionales que brindan este acorde a las necesidades del mercado laboral.

### 7.3. Ventajas y desventajas

La ventaja de tener responsabilidad social e imagen institucional radicaría en el respeto a todos los ciudadanos en la formación integral, buscando una educación de calidad que lleve adelante a nuestra nación. Que las autoridades tomen conciencia de la gran importancia de una educación de calidad en el desarrollo de las naciones.

La desventaja de no tener claro el tema de la educación es que los gobiernos cada vez más aprovecharán de la ignorancia de las personas y la corrupción vaya en avance, ya que las personas en la medida que no tengan mayor educación, los gobernantes será los menos indicados porque no hay la capacidad de análisis.

### 7.4. Justificación y explicación de la propuesta

De acuerdo a ello consideramos importante que las autoridades realicen un análisis a través de los resultados que se obtienen en las evaluaciones que hace el Ministerio y realizar los cambios necesarios para mejorar el sistema, ya que la base del desarrollo de las naciones está en la educación y mantener cierto estándar que apunte a la calidad.

### 7.5. Planteamiento de actividades y recursos necesarios

La propuesta consideramos que sea presentada al Ministerio de Educación para realizar el respectivo análisis y para ser revisado posteriormente ya que es fundamental que se tenga en cuenta que la educación es uno de los sectores que pueden cambiar al país, cuando más personas se preparen el país saldrá de la ignorancia y habrá más ciudadanos a tomar decisiones que ayuden al desarrollo.

### 7.6. Cronograma de actividades

Se realizará de la siguiente manera:

Año 2020				
Actividades	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre
Presentación de la propuesta	X			
Mesa de Trabajo, del Ministerio de Educación, Gobierno regional, gobierno local		X		

---

<b>Reuniones ordinarias de acuerdos</b>	X	
<b>Propuesta del plan</b>	X	
<b>Publicación</b>		X

---

**7.6. Evaluación y control**

Poner en vigencia para ser aplicado.

## REFERENCIAS

- Ahumada, E., Ravina, R. y López, M. (2018). *Responsabilidad Social Universitaria. Desarrollo de competitividad organizacional desde el proceso educativo*. Universidad de Costa Rica. Este número se publica el 1 de setiembre de 2018 DOI: <https://doi.org/10.15517/aie.v18i3.34213>. Revista indexada en REDALYC, SCIELO.
- Álvarez, J. Chaparro, E. y Reyes, D. (2014). *Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por Instituciones de Educación superior del Valle de Toluca*. Revista Iberoamericana sobre Calidad, eficacia y cambio en Educación, 13 (2), 5-26
- Atencio, M. (2018). *La calidad del servicio educativo y la satisfacción de los estudiantes del Programa de estudios de Mecánica automotriz del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Pedro P. Díaz de Arequipa, 2018*. (Tesis para optar el Grado de Maestro). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Barich, H. y Kotler, P. (1991). *A framework for marketing image management*. Sloan Management review, 34(4)
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Shalom.
- Benavides, M. y Caravedo, B. (2001). *Hacia una estrategia de responsabilidad social, empresa liderazgo y sociedad*. Perú 2021 y SASE.
- Bobadilla, V. y Sandoval, S. (2015). *La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional de la empresa de transporte Rodrigo Carranza S.A.C. Trujillo, 2014*. (Tesis para optar el título de Licenciado en Administración). Universidad Privada Antenor Orrego.
- Cano, E. (2017). *La incorporación del enfoque de responsabilidad social universitaria en el direccionamiento estratégico y su influencia en la percepción del comportamiento socialmente responsable de las funciones sustantivas de las universidades públicas de la provincia de Manabí – Ecuador*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima- Perú.

- Cárdenas, L., Kammerer, Y., y Ríos, L. (2016). *Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia*. Universidad de Antioquia.
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación Científica*. Editorial San Marcos.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Consultado el 04/06/2016 <http://ceomediacomunication.com/Libros/Planificaciondelaimagencorporativa.pdf>
- Córdova, J. (2019). *Proyectos de responsabilidad social de las empresas agroindustriales y su contribución al desarrollo social de San José de Virú-La Libertad*. Universidad Nacional de Trujillo. Para optar al grado de Doctor en Ciencias del Desarrollo Social. Trujillo- Perú.
- Castillo, A. (2009). *Relaciones Públicas. Teoría e Historia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Christensen, L. y Askergaard, S. (2001). *Corporate identity and Corporate and Image*. Revisited: A Semiotic Perspective. *European Journal of Marketing*. 27 (1).
- Corredera, J. y González, M. (2011). *Diccionario LID Responsabilidad y sostenibilidad*. Madrid: LID
- Costa, J. (2003). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión*. Descargado el 21/06/2016 <http://www.economiapersonal.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/imagen-corporativa.p01.pdf>
- Donaldson, T. y Preston, L. (1995). *The stakeholder theory of the corporation concepts*. Evidence and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1).
- Fernández, M. (2016). *Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador*. (Tesis para optar al grado de Doctor). Universidad Complutense de Madrid). Madrid: España.

- Guerra, D., y Gómez, G. (2018). *La responsabilidad social y su incidencia en la imagen institucional de la dirección regional de transportes y comunicaciones de San Martín de la ciudad de Tarapoto 2014*. (Tesis para optar la licenciatura). Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (IV ed.) México: McGraw Hill.
- Ibañez, P. (2001). *La imagen corporativa y las organizaciones del siglo XXI*. Mc Graw Hill ediciones.
- Imagen corporativa. Definición de Imagen Corporativa” en Definición ABC. [En línea]. México, disponible en: “Definición de Imagen Corporativa” en Definición ABC. [En línea]. México, disponible en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>. Definición de [Consultado el día 17 de mayo de 2013].
- Johnson, M. y Zinkhan, G. (2015). Defining and measuring company image. In proceedings of the 1990 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Springer International Publishing.
- Keller, L. (1993). *Conceptualizing, measuring and managing customer-based Brand equity*. The Journal of Marketing
- Kuo, C y Tang, M. (2013). *Relationships among service quality, corporate image, customer satisfaction and behavioral intention for the elderly in high-speed rail services*. Journal of Advanced Transportation, 47 (5).
- Ley General de Educación N° 28044 (2003) Ley General de Educación. El Peruano.doc Diario oficial. Recuperado de [http://www.minedu.gob.pe/normatividad/leyes/ley\\_general\\_de\\_educación\\_2003](http://www.minedu.gob.pe/normatividad/leyes/ley_general_de_educación_2003)
- Ley N° 30512 (2007). Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y la carrera Pública de Docentes.
- López, L. (2012). *La calidad del servicio, clave de atención al usuario en la gerencia de recursos humanos*. (Tesis para optar el grado de Magíster).

Universidad de Carabobo. Bárbula. Recuperado de <http://mirue.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5617/1lopez.pdf?sequence=1>

Lozano, J. (1999). *La empresa ciudadana como empresa de responsabilidad sostenida*. Madrid. Trotta.

Melé, M. (2007). La responsabilidad social en el sector público. *Revista Vasca de economía*. N° 65

Ministerio de Educación del Perú (2018). MINEDU. Recuperado 25 de Junio de 2018, de <http://www.minedu.gob.co/cvn/1665/fo-article-82752.pdf>

Moreno, M., y Gutiérrez, D. (2018). *Responsabilidad social universitaria en una escuela de negocios*. Universidad Juárez del Estado de Durango. México

Palacios, B. y García, J. (2013). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: Gestión diagnóstico de responsabilidad social*. Ediciones Pirámide.

Patlán, J., y Martínez, E. (2016). *Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución de educación superior*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Pearce II, J. y Doh, J. (2005). *The high impacto f collaborative social initiatives*. Sloan Managment Review, 46 (3).

Pérez, A. (2011). Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros. Universidad de Cantabria: Recuperado de [https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1177/3de5.AP\\_Rcap3\\_cap4.pdf?sequence=5](https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1177/3de5.AP_Rcap3_cap4.pdf?sequence=5)

Prahalad, C. (2003). La responsabilidad social de la Universidad frente a la problemática del país. *Orientaciones Universitarias*, 94.

Ramírez, E. y Valeriano, M. (2014). *Calidad de Servicios e Imagen corporativa del Mercado San Camilo de Arequipa*. Arequipa: Perú



- Rojas, S. (2019). Los Principios de la Responsabilidad Social en la Gestión Administrativa del RENIEC. Escuela de Posgrado. (Tesis para optar al grado de Doctora en Administración). Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima Perú.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2009). Metodología y diseño de la investigación científica. Perú: Visión Universitaria.
- Scheinsohn, D. (1997). *Más allá de la imagen corporativa: Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica*. Madrid, España: Macchi
- Smith, N. (2003). *Corporate social responsibility: Wether or how?* Centre of Marketing.
- Stoner, J. (1996). *Administración*. México D.F. Prentice Hall.
- Vargas, M. (2017) Responsabilidad social universitaria desde la percepción del estudiante de la escuela profesional de administración de la Universidad Nacional de San Agustín De Arequipa - 2016. (Tesis para optar al grado de Magister). Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa- Perú.
- Villafañe, J. (1992). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.
- Watson, M. y Mackay , J. (2003). *Auditing for the enviroment*. Managerial auditing Journal, 18(8)
- Windsor, D. (2001). The future of corporate social responsibility, International Journal of Organizational Analysis, 9(3).
- Wood, D. y Lodgson, J. (2002). La responsabilidad Social Universitaria. Artículo de Revisión. Venezuela.

## **ANEXOS**

## Anexo 1

### Matriz de consistencia

Título: **Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables				
<b>Problema General</b> ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020?  <b>Problemas específicos</b> ¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen	<b>Objetivo general:</b> Determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020  <b>Objetivos específicos</b> Determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la gestión estratégica	Hipótesis general La responsabilidad social e imagen institucional influyen en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este  <b>Objetivos específicos</b> La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en la gestión estratégica de los servicios educativos de una institución superior	<b>Variable 1.</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Nivel o Rango</b>
			<b>Dimensión interna</b>	Gestión de Recursos humanos -Salud según el lugar de trabajo	1, 2, 3, 4, 5, 6,	Escala de Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Buena (45-60) Regular (29-44) Mala (12-28)
			<b>Dimensión externa</b>	-Adaptación al cambio -Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	7,8,9, 10,11,12		
			<b>Variable 2</b>				

<p>institucional en la gestión estratégica de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020?</p> <p>¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020?</p> <p>¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020?</p> <p>¿Cómo influye la responsabilidad social e imagen institucional en los</p>	<p>de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020</p> <p>Determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este, 2020.</p> <p>Determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020</p> <p>Determinar la influencia de la responsabilidad social e imagen institucional en los resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020</p>	<p>de Lima Este</p> <p>La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en la formación integral de los servicios educativos de una Institución superior de Lima Este.</p> <p>La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en el soporte institucional de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020</p> <p>La responsabilidad social e imagen institucional influyen significativamente en los resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020.</p>																							
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensión</th> <th>indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>escala</th> <th>niveles</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Imagen interna</td> <td>Imagen directiva -Imagen de los sistemas formales -Imagen de la filosofía y la cultura corporativa</td> <td>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,9, 10, 11, 12 y 13,14, 15, 16, 17, 18, 19 , 20, 21</td> <td>Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)</td> <td>Buena (112-150) Regular (71-111) Mala (30-70)</td> </tr> <tr> <td>Imagen externa</td> <td>-Imagen comercial -Imagen institucional</td> <td>22,23,24,25, 26, 27, 28, 29,30</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Dimensión	indicadores	Ítems	escala	niveles	Imagen interna	Imagen directiva -Imagen de los sistemas formales -Imagen de la filosofía y la cultura corporativa	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,9, 10, 11, 12 y 13,14, 15, 16, 17, 18, 19 , 20, 21	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Buena (112-150) Regular (71-111) Mala (30-70)	Imagen externa	-Imagen comercial -Imagen institucional	22,23,24,25, 26, 27, 28, 29,30									
Dimensión	indicadores	Ítems	escala	niveles																					
Imagen interna	Imagen directiva -Imagen de los sistemas formales -Imagen de la filosofía y la cultura corporativa	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,9, 10, 11, 12 y 13,14, 15, 16, 17, 18, 19 , 20, 21	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Buena (112-150) Regular (71-111) Mala (30-70)																					
Imagen externa	-Imagen comercial -Imagen institucional	22,23,24,25, 26, 27, 28, 29,30																							
<b>Variable3</b>																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala/valores</th> <th>Niveles/rang</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gestión estratégica</td> <td>Planificación del programa de estudio -Gestión del perfil del egresado -Aseguramiento de la calidad</td> <td>1,2, 3 4,5, 6,</td> <td>1=Nunca 2=Casi Nunca 3=Algunas Veces 4=Casi Siempre 5=Siempre</td> <td>Buena (73- 100) Regular (47-72) Malo (20-46)</td> </tr> <tr> <td>Formación integral</td> <td>-Proceso de enseñanza-aprendizaje -Gestión de los docentes -Seguimiento a los estudiantes -Desarrollo tecnológico e innovación Responsabilidad social</td> <td>7,8,9, 10,11 12,13, 14,</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Soporte Institucional</td> <td>-Servicios de bienestar -Infraestructura y soporte -Recursos humanos</td> <td>15,16,17 18,19,20</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores	Niveles/rang	Gestión estratégica	Planificación del programa de estudio -Gestión del perfil del egresado -Aseguramiento de la calidad	1,2, 3 4,5, 6,	1=Nunca 2=Casi Nunca 3=Algunas Veces 4=Casi Siempre 5=Siempre	Buena (73- 100) Regular (47-72) Malo (20-46)	Formación integral	-Proceso de enseñanza-aprendizaje -Gestión de los docentes -Seguimiento a los estudiantes -Desarrollo tecnológico e innovación Responsabilidad social	7,8,9, 10,11 12,13, 14,			Soporte Institucional	-Servicios de bienestar -Infraestructura y soporte -Recursos humanos	15,16,17 18,19,20		
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores	Niveles/rang																					
Gestión estratégica	Planificación del programa de estudio -Gestión del perfil del egresado -Aseguramiento de la calidad	1,2, 3 4,5, 6,	1=Nunca 2=Casi Nunca 3=Algunas Veces 4=Casi Siempre 5=Siempre	Buena (73- 100) Regular (47-72) Malo (20-46)																					
Formación integral	-Proceso de enseñanza-aprendizaje -Gestión de los docentes -Seguimiento a los estudiantes -Desarrollo tecnológico e innovación Responsabilidad social	7,8,9, 10,11 12,13, 14,																							
Soporte Institucional	-Servicios de bienestar -Infraestructura y soporte -Recursos humanos	15,16,17 18,19,20																							

resultados de los servicios educativos de una institución superior de Lima Este, 2020?	superior de Lima Este, 2020.		Resultados -Verificación del perfil del egresado -Evaluación del desempeño profesional	21,22, 23,24
Población y muestra	método	Técnica e instrumento	estadística	
Población 400 y la muestra 120 Muestreo no probabilístico intencional	Tipo explicativo Diseño: no experimental, de corte transversal, correlacional causal	Técnica: encuesta  Instrumento cuestionario	Análisis descriptivo: uso de las tablas de frecuencias y figuras.  Análisis inferencial: estadístico de acuerdo al tipo de diseño	

Carta P. 665 – 2020 EPG – UCV LE

**SEÑORA**

Dra. María Teresa Córdova Paoli

I.E. 046 Los Libertadores de Ayacucho

El Agustino

**Asunto:** Carta de Presentación de la estudiante **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**.

De nuestra consideración:


Es grato dirigirme a usted, para presentar a **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**

identificado(a) con DNI N.° **08519255** y código de matrícula N° **6000152515**; estudiante del Programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

**Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios  
educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

  
  
**Dr. Raul Delgado Arenas**  
JEFE DE UNIDAD DE POSGRADO  
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE

Carta P. 661 – 2020 EPG – UCV LE

**SEÑOR**

Dr. Alberto Ángeles

I.E." Gran Mariscal Andrés Bello Caceres"

San Juan de Lurigancho

**Asunto:** Carta de Presentación de la estudiante **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**.

De nuestra consideración:



Es grato dirigirme a usted, para presentar a **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**

identificado(a) con DNI N.º **08519255** y código de matrícula N° **6000152515**; estudiante del Programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

**Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

  
  
**Dr. Raúl Delgado Arenas**  
JEFE DE UNIDAD DE POSGRADO  
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE

Carta P. 662 – 2020 EPG – UCV LE

**SEÑOR**

Dr. Carlos Echevarría

I.E. Nicolas de Piérola

Lima Este

**Asunto:** Carta de Presentación de la estudiante **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**.

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**

identificado(a) con DNI N.º **08519255** y código de matrícula N° **6000152515**; estudiante del Programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

**Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

  
**Dr. Raúl Delgado Arenas**  
JEFE DE UNIDAD DE POSGRADO  
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



Carta P. 663 – 2020 EPG – UCV LE

**SEÑOR**

Dr. Luis Guerrero Caña

I.E. Los Libertadores

Agustino

**Asunto:** Carta de Presentación de la estudiante **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**.

De nuestra consideración:



Es grato dirigirme a usted, para presentar a **OLIVO VALENZUELA SILVIA ROSARIO**

identificado(a) con DNI N.° **08519255** y código de matrícula N° **6000152515**; estudiante del Programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

**Responsabilidad social e imagen institucional en la elección de servicios  
educativos de una institución superior en Lima Este, 2020**

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

  
  
**Dr. Raúl Delgado Arenas**  
JEFE DE UNIDAD DE POSGRADO  
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE

## Anexo 2. Instrumentos

### Instrumento de la variable 1: Responsabilidad social

El presente instrumento tiene como propósito investigar acerca de la responsabilidad social a través de este cuestionario

**Instrucciones:** Estimado estudiante sírvase marcar con una (X) una de las alternativas del presente cuestionario de acuerdo a su apreciación. Las respuestas serán confidenciales y de forma anónima lo único que lo pedimos es contestar con mucha responsabilidad y sinceridad. Agradezco por anticipado su apoyo y participación.

**Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)**

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Interna</b>						
1	La Institución fomenta prácticas de discriminación entre los docentes					
2	La Institución fomenta el aprendizaje de los estudiantes					
3	La Institución siempre tiene en cuenta el lado humano en todos los aspectos					
4	La Institución utiliza importantes medios de comunicación con los docentes, estudiantes y padres de familia					
5	La Institución promueve la seguridad					
6	La Institución fomenta la higiene y la salud					
7	La institución considera importante la prevención en cuanto a la salud de docentes y estudiantes					
<b>Dimensión 2: Externa</b>						
8	La Institución fomenta cursos para modernizar la tecnología de la información en los docentes					
9	La institución capacita a sus docentes para que estén actualizados con los últimos cambios					
10	La institución se compromete con el desarrollo de su comunidad					
11	La institución promueve el cuidado del medio ambiente					
12	La Institución realiza proyectos de cuidado de los recursos ambientales					
13	La institución promueve el cuidado del medio ambiente					
14	La Institución promueve un sistema comunitario de gestión medioambiental					
15	La institución involucra a la comunidad en sus proyectos ambientales					

## Instrumento de la variable 2: Imagen institucional

El presente instrumento tiene como propósito investigar acerca de la imagen institucional a través de este cuestionario

**Instrucciones:** Estimado docente sírvase marcar con una (X) una de las alternativas del presente cuestionario de acuerdo a su apreciación. Las respuestas serán confidenciales y de forma anónima lo único que lo pedimos es contestar con mucha responsabilidad y sinceridad. Agradezco por anticipado su apoyo y participación.

**Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)**

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>Dimensión 1: imagen interna</b>					
1	El jefe se dirige a sus colaboradores de buena manera					
2	Los jefes de la Institución son un modelo a seguir					
3	Los jefes de área son conscientes de que sus actos afectan el modo de actuar de los docentes					
4	Considera que en la institución existen canales de comunicación eficientes entre los directivos y docentes					
5	Por lo general los directivos no presentan problemas que afecten su imagen					
6	Las normas y políticas que rigen la institución son las adecuadas para ella					
7	El sistema de control de las labores es la adecuada para la libre realización de las funciones de los docentes					
8	Los sistemas de comunicación en la institución se encuentran debidamente implementados					
9	Son eficientes las políticas y procedimientos de control de calidad en la institución					
10	Tienen una política de contrataciones y despidos					
11	Los docentes tienen política de capacitación y entrenamiento					
12	Se preocupan porque los docentes tengan una líneas de carrera					
13	Existe una política de incentivos para los docentes					
14	Ponen los docentes empeño para realizar su trabajo					
15	El trabajo de los docentes es reconocido y valorado					
16	Entre los docentes existe una buena interrelación					
17	Los objetivos de la institución están bien organizados que todos estamos involucrados					
18	El trabajo que desempeña la institución se realiza con total transparencia					
19	Observa de que existe ética en la realización de los trabajos de los docentes					
20	Todos conocen la misión y la visión de la institución					
21	La institución se preocupa por el crecimiento conjunto con sus docentes y la sociedad					
	<b>Dimensión 2: Imagen externa</b>					
22	La institución cumple con lo que promete					
23	Realiza informes puntuales con respecto a pagos efectuados					
24	La imagen que tiene la Institución es buena					
25	El trato que brinda la institución es buena					
26	La Institución tiene problemas con la comunidad					

27	La Institución trata de mantener buenas relaciones con la comunidad					
28	La Institución trata de realizar actividades de proyección social					
29	La Institución está dispuesta a abrir sus puertas a la sociedad y dar a conocer su forma de trabajo					
30	Considera que la Institución se preocupa por el bienestar de la comunidad					

El presente instrumento tiene como propósito investigar acerca de la de la selección del servicio educativo a través de este cuestionario

**Instrucciones:** Estimado docente sírvase marcar con una (X) una de las alternativas del presente cuestionario de acuerdo a su apreciación. Las respuestas serán confidenciales y de forma anónima lo único que lo pedimos es contestar con mucha responsabilidad y sinceridad. Agradezco por anticipado su apoyo y participación.

**Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)**

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Gestión estratégica</b>						
1	Sabe si tiene elaborado un programa de estudio					
2	Considera que el programa de estudio es completo que satisface sus expectativas					
3	La institución se proyecta con un perfil de egresado					
4	Tiene información si el perfil de egresado que tiene la institución tiene acogida en el mercado de trabajo					
5	En cuanto a su formación académica considera que la institución lo asegura calidad					
6	La institución tiene un prestigio ganado que lo asegura la calidad de su servicio					
<b>Dimensión 2: Formación integral</b>						
7	Tiene información si la institución se preocupa por una enseñanza de sus estudiantes					
8	Tiene información si la institución se preocupa del aprendizaje de los estudiantes					
9	Sabe si los docentes dan una formación de manera integral					
10	Considera que la plana docente de la institución son especialistas en el curso que dictan					
11	La institución hace un seguimiento a sus estudiantes en el desarrollo de las clases					
12	La institución hace un seguimiento a sus egresados					
13	La institución se preocupa por el desarrollo tecnológico de sus estudiantes					
14	La institución se preocupa porque exista innovación en sus docentes y su infraestructura					
<b>Dimensión 3: Soporte institucional</b>						
15	La institución tiene servicios de salud para el bienestar de sus estudiantes					
16	La institución en todo momento se preocupa por el bienestar de sus estudiantes					
17	La institución tien una buena infraestructura para dar un buen servicio a sus estudiantes					
18	La institución se preocupa por dar un soporte psicológico y apoyo a sus estudiantes en todo momento					
19	Los recursos humanos con los que cuenta la institución son los adecuados					

20	Considera que el área de recursos humanos tiene una buena imagen a la comunidad					
<b>Dimensión 4: Resultados</b>						
21	La institución verifica el desempeño del egresado en el mercado laboral					
22	La institución se preocupa que sus egresados estén en el mercado laboral de acuerdo a su perfil de egresado					
23	La institución está atenta con los egresados para evaluar su desempeño profesional					
24	Considera que todos los egresados de la institución tienen un buen desempeño profesional en el mercado laboral					

## **Anexo 3. validaciones**

### Anexo 4: Confiabilidad de los instrumentos

Elementos muestrales	Variable independiente 1: Responsabilidad social															
	It 1	It 2	It 3	It 4	It 5	It 6	It 7	It 8	It 9	It 10	It 11	It 12	It 13	It 14	It 15	
Encuestado 1	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>65</b>
Encuestado 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>60</b>
Encuestado 3	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>56</b>
Encuestado 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	<b>58</b>
Encuestado 5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	<b>57</b>
Encuestado 6	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	2	3	5	5	5	<b>64</b>
Encuestado 7	4	4	4	2	4	5	3	2	4	5	4	3	4	4	4	<b>56</b>
Encuestado 8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>60</b>
Encuestado 9	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	<b>69</b>
Encuestado 10	5	1	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>63</b>
Encuestado 11	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>64</b>
Encuestado 12	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>67</b>
Encuestado 13	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	5	<b>63</b>
Encuestado 14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	<b>72</b>
Encuestado 15	4	4	4	2	4	5	3	2	4	5	4	3	4	4	4	<b>56</b>
Encuestado 16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	<b>58</b>
Encuestado 17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	<b>72</b>
Encuestado 18	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>62</b>
Encuestado 19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>59</b>
Encuestado 20	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>56</b>
Encuestado 21	4	2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	5	<b>63</b>
Encuestado 22	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>62</b>
Encuestado 23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	<b>73</b>
Encuestado 24	4	4	4	2	4	5	2	2	4	5	4	3	4	4	4	<b>55</b>
Encuestado 25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	<b>58</b>
	0,23	1,04	0,23	0,72	0,2	0,25	0,61	0,52	0,24	0,25	0,27	0,71	0,16	0,22	0,24	27,9136

Sumatoria de las varianzas de los items       $\Sigma S_i^2$  : 5,88

La varianza de la suma de los items       $S_T^2$  : 27,9

Número de items      **K**: 15

Coeficiente de Alfa de Cronbach       $\alpha$  : 0,846



Elementos muestrales	Variable independiente 2: Imagen institucional																															
	lt 1	lt 2	lt 3	lt 4	lt 5	lt 6	lt 7	lt 8	lt 9	lt 10	lt 11	lt 12	lt 13	lt 14	lt 15	lt 16	lt 17	lt 18	lt 19	lt 20	lt 21	lt 22	lt 23	lt 24	lt 25	lt 26	lt 27	lt 28	lt 29	lt 30		
Encuestado 1	3	3	4	3	4	2	2	2	5	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	90
Encuestado 2	5	5	5	3	3	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	131
Encuestado 3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	97	
Encuestado 4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	124	
Encuestado 5	3	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88	
Encuestado 6	1	1	4	3	3	3	4	2	3	5	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	5	3	4	3	4	5	5	3	4	4	110	
Encuestado 7	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
Encuestado 8	5	5	5	2	2	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	134	
Encuestado 9	5	3	5	2	2	3	3	1	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	126	
Encuestado 10	3	3	4	3	4	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	89	
Encuestado 11	5	5	5	2	2	2	5	1	2	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	128	
Encuestado 12	3	3	4	3	4	2	2	2	5	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	89	
Encuestado 13	5	5	3	1	1	5	5	1	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	119	
Encuestado 14	5	5	5	1	3	5	5	1	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	127	
Encuestado 15	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	114	
Encuestado 16	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	125	
Encuestado 17	5	5	5	1	3	5	3	1	3	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	122	
Encuestado 18	3	4	3	3	1	4	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	108		
Encuestado 19	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	122	
Encuestado 20	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	96	
Encuestado 21	4	4	4	3	3	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	
Encuestado 22	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	112	
Encuestado 23	5	5	5	1	1	5	5	1	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	3	4	121	
Encuestado 24	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	114	
Encuestado 25	5	3	5	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3	4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	3	120	
	1,17	1,02	0,95	0,57	0,68	1,34	1,16	1,45	0,58	0,71	0,72	0,71	1,01	0,95	0,72	0,48	0,83	0,72	0,74	0,79	0,66	0,61	0,56	0,47	0,47	0,6	0,76	0,8	0,64	0,6	210,906	

Sumatoria de las varianzas de los items  $\Sigma Si^2$  : 23,5

La varianza de la suma de los items  $S_T^2$  : 211

Número de items K: 30

Coficiente de Alfa de Cronbach  $\alpha$  : 0,919

Elementos muestrales	Variable dependiente: Elección de servicios educativos																							
	It 1	It 2	It 3	It 4	It 5	It 6	It 7	It 8	It 9	It 10	It 11	It 12	It 13	It 14	It 15	It 16	It 17	It 18	It 19	It 20	It 21	It 22	It 23	It 24
Encuestado 1	4	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	2	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4
Encuestado 2	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
Encuestado 3	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	3	5	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4
Encuestado 4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
Encuestado 5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
Encuestado 6	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
Encuestado 7	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	1	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4
Encuestado 8	5	5	5	5	5	4	1	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4
Encuestado 9	4	5	5	5	5	5	2	5	2	1	4	4	5	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4
Encuestado 10	4	4	5	5	5	3	1	3	4	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	5	3	4	4	5
Encuestado 11	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	1	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4
Encuestado 12	5	5	5	5	4	4	1	4	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	4	5
Encuestado 13	3	5	4	5	5	2	3	4	4	4	5	5	5	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4
Encuestado 14	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4	1	2	2	2	3	2	4	4	2	3	4	4	4
Encuestado 15	3	5	5	5	5	5	2	5	4	3	5	3	4	3	2	3	3	1	4	3	3	2	5	5
Encuestado 16	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	1	3	5	5	5	5	3	3	4	5
Encuestado 17	5	5	5	5	5	4	3	5	1	5	5	5	4	1	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4
Encuestado 18	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	2	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4
Encuestado 19	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	2	5	4
Encuestado 20	5	5	5	5	4	4	1	4	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	4	5
Encuestado 21	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4
Encuestado 22	4	4	5	5	5	3	1	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5
Encuestado 23	4	4	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	3	1	4	3	4	4	5	3	5	2	4	5
Encuestado 24	3	5	4	5	5	4	2	5	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5
Encuestado 25	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
	0,48	0,13	0,07	0	0,13	0,6	0,88	0,4	0,83	0,95	0,39	0,79	0,52	1,03	1,43	0,71	0,65	1,18	0,57	0,73	1,2	1,33	0,54	0,25

<b>97</b>
<b>108</b>
<b>95</b>
<b>112</b>
<b>111</b>
<b>113</b>
<b>106</b>
<b>105</b>
<b>81</b>
<b>92</b>
<b>105</b>
<b>101</b>
<b>89</b>
<b>83</b>
<b>88</b>
<b>101</b>
<b>102</b>
<b>99</b>
<b>105</b>
<b>101</b>
<b>105</b>
<b>94</b>
<b>95</b>
<b>100</b>
<b>112</b>
74,4

Sumatoria de las varianzas de los items       $\Sigma S_i^2$  : 15,8  
 La varianza de la suma de los items       $S_T^2$  : 74,4  
 Número de items      **K**: 24

Coeficiente de Alfa de Cronbach       $\alpha$  : 0,822

## Anexo 5: Base de datos

### Variable 1: Responsabilidad Social

N°	It1	It2	It3	It4	It5	It6	It7	It8	It9	It10	It11	It12	It13	It14	It15	Sumatoria
1	1	5	5	5	4	2	4	5	4	2	3	3	3	2	2	50
2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	21
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	49
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	39
6	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	66
7	3	2	4	4	2	3	2	3	2	4	3	2	4	3	4	45
8	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	38
9	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	54
10	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	50
11	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	2	3	47
12	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	25
13	5	3	5	1	3	1	2	3	4	3	5	3	2	3	3	46
14	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	44
15	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	40
16	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	40
17	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	45
18	4	2	4	4	5	5	5	3	2	2	4	2	4	5	2	53
19	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	64
20	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	41
21	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	51
22	5	5	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	5	4	2	46
23	2	3	3	4	3	3	5	4	5	2	4	2	4	4	3	51
24	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	3	2	42
25	4	4	2	3	4	3	2	3	4	5	3	2	3	3	4	49
26	2	3	2	4	2	4	4	5	4	2	3	2	3	1	4	45
27	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3	1	1	1	4	2	30
28	3	3	2	3	4	3	3	3	2	5	1	2	2	3	1	40
29	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	2	2	4	3	4	47
30	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	44
31	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	23
32	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	41
33	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	23
34	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	66
35	4	5	3	4	2	3	5	3	2	4	5	4	2	4	5	55
36	3	4	2	3	4	3	2	2	5	5	1	3	5	5	1	48
37	3	4	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2	40
38	2	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	1	3	49
39	3	4	2	1	3	3	3	2	3	4	2	2	2	4	2	40
40	3	3	4	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	4	3	41

D1	D2	V1
26	24	50
9	12	21
23	26	49
21	24	45
17	22	39
30	36	66
20	25	45
19	19	38
25	29	54
23	27	50
22	25	47
12	13	25
20	26	46
20	24	44
19	21	40
19	21	40
23	22	45
28	25	53
31	33	64
19	22	41
26	25	51
22	24	46
23	28	51
21	21	42
22	27	49
21	24	45
14	16	30
21	19	40
22	25	47
19	25	44
11	12	23
21	20	41
9	14	23
31	35	66
26	29	55
21	27	48
21	19	40
24	25	49
19	21	40
19	22	41

41	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	53
42	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	50
43	2	4	2	4	2	2	4	5	5	2	4	5	1	4	2	48
44	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	53
45	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	36
46	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	23
47	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	39
48	2	3	4	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	29
49	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	38
50	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	36
51	3	5	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2	42
52	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	37
53	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	48
54	3	2	3	2	2	2	1	3	4	1	2	2	1	3	2	33
55	3	4	2	5	3	2	5	2	3	3	4	2	4	4	3	49
56	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	35
57	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	2	2	2	2	1	49
58	2	2	3	3	4	4	2	2	4	4	3	4	1	2	2	42
59	3	4	4	3	4	2	4	3	5	4	3	4	2	4	5	54
60	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	37
61	3	4	2	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	43
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
63	1	3	5	1	3	3	2	1	2	4	4	4	2	3	1	39
64	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	37
65	3	5	3	3	4	3	3	2	4	5	2	2	2	4	2	47
66	3	4	5	2	4	3	3	2	3	5	3	1	2	2	2	44
67	2	3	3	4	2	4	2	4	5	2	4	4	2	4	4	49
68	3	5	2	3	3	1	2	3	3	1	2	3	2	2	3	38
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	63
70	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	23
71	4	4	1	2	4	3	2	2	3	5	2	2	3	3	1	41
72	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	2	3	4	3	46
73	3	2	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	5	52
74	3	2	4	2	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	45
75	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	23
76	3	5	5	2	3	2	1	1	4	3	3	3	1	3	2	41
77	3	5	3	1	1	1	1	1	5	4	3	4	1	3	1	37
78	1	3	3	2	1	3	1	2	1	2	3	1	1	5	1	30
79	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
80	2	3	4	1	2	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	34

26	27	53
24	26	50
20	28	48
25	28	53
17	19	36
10	13	23
19	20	39
17	12	29
18	20	38
17	19	36
21	21	42
19	18	37
23	25	48
15	18	33
24	25	49
18	17	35
29	20	49
20	22	42
24	30	54
17	20	37
20	23	43
28	32	60
18	21	39
17	20	37
24	23	47
24	20	44
20	29	49
19	19	38
29	34	63
10	13	23
20	21	41
20	26	46
24	28	52
21	24	45
13	10	23
21	20	41
15	22	37
14	16	30
23	24	47
16	18	34

81	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	46
82	4	2	1	3	3	4	1	5	3	2	4	1	4	2	3	42
83	3	4	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	43
84	5	3	3	4	1	3	3	2	3	4	2	2	3	3	1	42
85	3	3	5	2	3	3	1	2	2	2	5	2	1	4	2	40
86	3	4	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	38
87	4	2	4	4	3	5	5	2	5	2	3	4	3	4	2	52
88	3	5	1	2	4	3	3	2	2	5	1	3	2	2	1	39
89	3	2	3	3	1	2	1	1	2	2	3	4	3	3	3	36
90	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	66
91	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	52
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
93	4	4	1	1	4	4	3	2	3	3	2	2	1	4	2	40
94	3	4	2	1	4	3	3	2	3	4	2	2	1	4	2	40
95	5	5	4	3	2	2	2	5	5	4	4	3	2	2	5	53
96	2	1	2	3	3	3	1	5	3	2	3	3	2	4	3	40
97	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	46
98	3	4	3	4	4	2	4	4	4	5	3	4	2	2	3	51
99	3	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	44
100	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	40
101	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	1	4	2	37
102	2	3	4	3	4	2	2	2	4	2	4	2	2	4	3	43
103	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	40
104	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	36
105	2	1	5	2	1	1	2	1	1	1	4	1	2	1	1	26
106	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	25
107	2	4	4	3	4	2	2	4	4	5	3	4	5	5	4	55
108	3	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	2	55
109	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	5	5	58
110	3	5	4	3	4	3	4	1	3	4	4	2	2	3	2	47
111	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	4	41
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
113	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	64
114	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	2	1	3	3	4	44
115	2	3	4	1	4	1	3	2	4	3	2	4	3	3	4	43
116	4	4	2	3	3	3	3	2	1	5	1	5	2	4	2	44
117	2	2	2	4	4	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	39
118	4	3	2	4	2	2	4	2	5	5	1	2	4	2	4	46
119	2	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4	2	3	2	46
120	2	3	4	3	4	4	3	3	2	2	4	3	4	3	1	45

22	24	46
18	24	42
21	22	43
22	20	42
20	20	40
18	20	38
27	25	52
21	18	39
15	21	36
30	36	66
22	30	52
14	16	30
21	19	40
20	20	40
23	30	53
15	25	40
23	23	46
24	27	51
22	22	44
21	19	40
18	19	37
20	23	43
18	22	40
19	17	36
14	12	26
9	16	25
21	34	55
27	28	55
27	31	58
26	21	47
19	22	41
21	24	45
30	34	64
22	22	44
18	25	43
22	22	44
19	20	39
21	25	46
22	24	46
23	22	45

**Variable 2: Imagen institucional**

N°	It1	It2	It3	It4	It5	It6	It7	It8	It9	It10	It11	It12	It13	It14	It15	It16	It17	It18	It19	It20	It21	It22	It23	It24	It25	It26	It27	It28	It29	It30	Sumatoria
1	1	3	1	5	4	3	3	5	5	5	3	3	5	3	5	2	5	5	3	5	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	97
2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	5	4	4	4	5	5	5	65
3	1	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	2	2	1	1	5	96
4	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	88
5	2	1	1	4	3	4	5	2	1	1	4	2	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	75
6	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	3	5	5	3	5	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	125
7	4	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	1	3	4	5	2	3	3	1	80
8	1	1	1	5	5	3	3	1	1	1	3	2	3	3	3	4	5	5	3	5	1	1	1	4	5	3	3	2	1	2	81
9	3	3	4	5	5	3	3	4	3	3	3	2	4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	3	1	2	4	4	4	3	3	103
10	1	3	1	5	5	5	4	3	3	2	3	4	4	1	4	2	4	5	3	5	1	1	1	3	2	4	2	1	1	2	85
11	5	4	3	4	3	3	3	1	4	4	1	3	3	2	3	2	4	4	4	3	1	1	1	5	1	4	2	3	4	3	88
12	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3	1	2	53
13	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	4	3	4	2	5	5	3	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	107
14	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	4	2	4	1	3	3	2	2	2	4	4	3	2	83
15	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	74	
16	3	3	3	2	4	3	1	2	1	3	4	3	3	2	1	4	2	2	2	4	2	2	3	2	3	3	1	3	1	2	73
17	1	1	1	4	5	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	5	3	5	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	96
18	2	4	4	5	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	2	103
19	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	2	2	4	3	4	3	2	4	4	121
20	1	1	1	4	3	5	4	3	2	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	1	4	80
21	1	1	1	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4	5	1	5	1	1	1	5	5	4	4	4	4	4	106
22	4	3	4	3	2	3	4	2	5	4	3	3	5	1	1	2	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	2	4	4	96
23	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	94
24	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	2	2	4	2	4	2	3	3	3	4	4	4	5	4	5	2	1	3	2	3	90
25	1	1	1	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	88
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	4	2	4	89
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	67
28	1	1	1	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	5	4	2	5	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	82
29	3	1	2	3	4	4	3	3	4	2	3	1	2	5	3	2	4	4	2	3	1	2	1	2	2	1	3	2	1	1	74
30	2	3	5	3	2	4	3	1	2	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	2	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	103
31	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3	4	3	2	3	1	2	1	3	57
32	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	100
33	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	3	4	4	4	3	2	2	4	62
34	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	128
35	3	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	2	106
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	98
37	2	3	2	2	3	2	2	3	1	5	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	88
38	4	4	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	1	1	1	2	2	5	5	1	1	1	90
39	1	1	1	5	5	3	3	2	1	2	2	1	5	3	1	2	4	5	5	5	3	3	2	2	4	4	4	2	1	3	85
40	1	1	1	4	2	2	4	1	1	3	3	3	3	2	1	2	4	4	3	4	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	63

D1	D2	V1
76	21	97
30	35	65
69	27	96
63	25	88
53	22	75
91	34	125
57	23	80
59	22	81
75	28	103
68	17	85
64	24	88
32	21	53
86	21	107
58	25	83
59	15	74
54	19	73
70	26	96
75	28	103
93	28	121
55	25	80
74	32	106
66	30	96
69	25	94
61	29	90
64	24	88
62	27	89
43	24	67
61	21	82
59	15	74
63	40	103
35	22	57
61	39	100
34	28	62
92	36	128
79	27	106
64	34	98
62	26	88
71	19	90
60	25	85
51	12	63

41	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	5	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	109
42	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	5	3	2	2	3	4	4	2	2	4	2	98
43	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	5	2	3	94
44	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	3	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	87
45	1	1	1	3	3	2	4	4	2	2	1	3	2	3	2	2	2	4	4	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	74
46	5	2	3	3	2	1	2	3	1	1	3	1	2	1	3	3	3	2	1	1	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	78
47	2	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	5	5	1	2	1	3	2	87
48	1	1	1	4	2	3	3	2	1	1	3	2	4	2	2	2	3	3	2	5	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	59
49	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	4	3	4	4	3	2	2	3	2	4	80
50	1	1	1	5	4	4	2	3	1	3	3	1	1	1	4	1	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	88
51	2	2	2	1	5	5	4	4	2	2	1	4	5	5	2	1	1	2	2	1	5	3	4	1	4	5	3	3	3	4	89
52	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	3	3	4	2	2	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	90
53	3	5	2	4	5	1	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	2	92
54	2	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	1	3	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	54
55	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	111
56	2	1	1	4	1	4	3	2	2	2	3	3	4	2	4	2	4	5	3	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	88
57	1	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	2	3	3	2	3	2	3	113
58	2	2	2	4	4	2	2	5	4	4	2	2	2	1	1	4	4	5	2	2	1	1	1	3	4	4	4	3	1	1	77
59	3	4	3	4	5	5	4	3	1	4	4	4	4	3	3	4	2	5	4	2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	116
60	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	4	5	5	5	3	2	1	78
61	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2	4	4	3	3	3	89
62	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	4	2	4	3	4	4	3	2	2	3	2	2	5	4	5	3	3	3	1	3	86
63	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	1	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	99
64	1	1	2	5	3	5	4	2	1	1	4	3	3	2	4	2	3	4	2	3	2	4	4	5	4	4	4	2	3	2	89
65	1	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	1	5	5	4	3	5	5	104
66	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	2	2	3	5	2	4	2	99
67	2	4	4	3	4	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	5	5	3	3	4	3	4	95
68	2	2	4	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	85
69	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	129
70	1	1	1	2	1	2	2	2	5	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	5	4	4	2	2	3	2	61
71	1	1	1	4	4	4	3	2	1	3	3	3	3	5	3	1	3	3	4	2	5	3	4	1	3	3	4	4	2	2	85
72	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	2	4	5	3	5	3	2	3	3	4	5	4	3	2	2	110
73	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	1	1	1	4	2	5	1	2	1	1	88
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	86
75	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	4	4	2	2	4	5	2	62
76	1	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	4	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	101
77	1	1	3	5	1	3	4	1	1	1	2	2	1	2	3	1	3	1	5	1	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	68
78	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	77
79	3	5	4	2	3	4	2	5	5	3	3	1	5	3	1	2	4	3	5	3	4	3	3	2	4	3	2	4	2	4	97
80	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4	3	4	80

78	31	109
73	25	98
64	30	94
73	14	87
47	20	74
54	31	78
63	24	87
48	11	59
53	27	80
54	34	88
59	30	89
63	27	90
67	25	92
41	13	54
74	37	111
59	29	88
88	25	113
57	20	77
76	40	116
51	27	78
60	29	89
57	29	86
59	40	99
69	32	89
67	35	104
71	28	99
63	32	95
61	24	85
89	40	129
35	26	61
59	26	85
82	28	110
70	18	88
63	23	86
35	27	62
60	41	101
45	23	68
36	41	77
70	27	97
52	28	80

81	1	2	1	5	5	4	4	3	2	2	3	4	4	2	3	2	5	5	2	5	1	1	1	3	5	3	3	2	1	1	85
82	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	66
83	1	3	1	4	3	3	3	2	1	2	3	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	101
84	2	2	1	1	4	4	5	5	2	2	4	4	3	2	2	4	4	5	1	5	1	1	1	5	5	5	1	2	1	1	85
85	1	1	1	3	5	3	3	2	1	3	4	2	5	3	2	1	5	5	1	5	1	1	1	4	1	5	1	1	1	73	
86	1	1	1	4	3	3	4	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	83
87	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	5	5	4	5	4	2	2	111
88	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	4	4	3	2	4	2	2	86
89	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	4	3	3	79
90	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	2	4	1	4	4	3	2	3	2	1	114
91	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	107
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	69
93	3	3	2	4	2	4	2	3	4	2	4	3	2	4	2	3	3	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	68
94	1	1	1	5	5	3	2	1	1	2	3	3	3	3	2	3	3	5	2	4	3	3	3	5	4	3	5	5	1	1	86
95	4	3	4	3	5	5	3	4	3	4	2	2	3	2	2	3	4	3	5	3	1	1	1	3	1	4	4	2	1	1	86
96	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	81
97	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	5	1	2	1	5	5	3	3	4	4	4	98
98	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	4	5	4	4	1	1	1	92
99	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	3	3	4	3	3	3	4	5	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	98
100	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89
101	2	3	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	1	1	1	5	1	5	1	4	1	1	68
102	1	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	70
103	1	2	1	5	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	1	3	5	5	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	76
104	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	79
105	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	2	1	5	4	4	3	5	4	5	82
106	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	76
107	1	2	1	5	4	3	2	2	1	1	3	3	4	3	2	3	4	4	2	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	99
108	2	4	3	3	4	5	5	2	5	5	3	5	2	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	113
109	1	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	105
110	1	1	1	5	5	2	3	5	5	5	3	4	5	3	5	2	5	5	3	5	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	87
111	2	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	70
112	3	4	3	4	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	1	1	1	5	3	5	1	5	5	1	89
113	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	3	5	4	3	5	3	5	4	1	5	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	98
114	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	4	2	1	4	2	2	82
115	3	3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2	4	2	4	1	3	4	2	4	5	4	4	4	3	5	2	3	91	
116	1	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	5	3	3	5	2	1	4	2	3	86
117	1	1	1	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	5	2	2	2	5	5	4	3	2	3	3	87
118	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	3	3	3	4	95
119	4	3	2	3	4	4	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	95
120	4	5	5	5	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	2	4	3	5	96

65	20	85
52	14	66
62	39	101
63	22	85
57	16	73
56	27	83
79	32	111
59	27	86
53	26	79
90	24	114
68	39	107
43	26	69
59	9	68
56	30	86
68	18	86
54	27	81
67	31	98
70	22	92
64	34	98
62	27	89
48	20	68
57	13	70
54	22	76
57	22	79
49	33	82
36	40	76
58	41	99
80	33	113
80	25	105
74	13	87
58	12	70
62	27	89
83	15	98
62	20	82
57	34	91
58	28	86
58	29	87
65	30	95
65	30	95
68	28	96



### Variable 3: Elección del servicio educativo

N°	It 1	It 2	It 3	It 4	It 5	It 6	It 7	It 8	It 9	It 10	It 11	It 12	It 13	It 14	It 15	It 16	It 17	It 18	It 19	It 20	It 21	It 22	It 23	It 24	Sumatoria
1	3	4	4	3	3	3	2	2	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	71
2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	52
3	2	2	4	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	4	2	1	1	2	5	1	1	3	3	4	49
4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2	3	3	5	5	3	3	1	2	2	67
5	4	4	2	2	3	3	3	2	3	4	2	2	1	4	2	3	3	5	5	3	3	3	4	2	72
6	3	4	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	2	2	3	2	69
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	5	2	2	71
8	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	74
9	2	3	4	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	4	5	2	2	4	3	4	67
10	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	39
11	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	42
12	2	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	81
13	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	82
14	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	78
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	93
16	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	5	3	1	41
17	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	81
18	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	4	2	2	2	1	2	3	68
19	3	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	2	3	4	5	4	72
20	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	2	1	2	1	68
21	3	4	4	2	4	3	2	3	4	2	2	4	1	1	3	3	4	3	4	3	5	5	2	2	73
22	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	71
23	4	5	2	3	3	3	4	3	3	5	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	77
24	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	69
25	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	4	2	4	4	3	4	3	2	4	1	1	2	71
26	2	3	2	1	4	4	3	2	1	1	3	3	2	2	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	57
27	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	82
28	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2	3	4	3	2	2	1	2	3	2	3	1	51
29	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	99
30	3	3	4	4	2	5	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	1	2	4	3	2	3	1	66
31	5	4	4	2	2	4	2	5	3	5	4	3	4	3	3	3	5	2	3	3	5	3	4	2	83
32	3	4	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	2	3	3	1	5	4	3	2	4	1	64
33	4	3	4	3	5	5	4	4	3	4	2	4	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	82
34	3	4	4	4	3	4	4	2	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	5	4	2	2	84
35	3	3	5	3	3	4	2	3	3	4	5	4	3	3	3	2	3	2	5	3	3	2	5	2	78
36	2	3	4	4	3	4	3	3	2	4	2	3	2	2	3	4	2	3	4	3	4	2	2	3	71
37	3	2	1	1	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	57
38	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	2	2	4	3	3	4	3	5	5	5	1	3	81
39	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	60
40	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	1	1	3	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	5	67

D1	D2	D3	D4	V2
20	22	19	10	71
14	16	13	9	52
11	15	12	11	49
17	21	21	8	67
18	21	21	12	72
17	23	20	9	69
18	24	17	12	71
20	23	17	14	74
16	21	17	13	67
8	12	10	9	39
9	13	10	10	42
21	26	18	16	81
20	25	21	16	82
19	29	18	12	78
24	32	24	13	93
10	12	9	10	41
23	25	20	13	81
18	27	15	8	68
18	22	16	16	72
20	25	17	6	68
20	19	20	14	73
17	22	19	13	71
20	25	18	14	77
19	22	14	14	69
19	24	20	8	71
16	17	13	11	57
19	28	21	14	82
11	17	14	9	51
25	35	25	14	99
21	22	14	9	66
21	29	19	14	83
16	20	18	10	64
24	25	20	13	82
22	28	21	13	84
21	27	18	12	78
20	21	19	11	71
12	19	15	11	57
21	24	22	14	81
15	21	13	11	60
6	21	24	16	67

41	4	5	4	3	2	3	4	2	4	5	3	4	1	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	91
42	3	5	4	2	3	2	4	2	5	5	2	2	2	1	3	2	3	2	4	5	3	2	2	2	70
43	4	4	2	4	5	3	4	5	2	5	3	5	3	1	5	5	3	1	3	3	4	3	2	2	81
44	3	4	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	69
45	2	4	5	2	2	3	2	2	3	3	4	2	1	2	2	2	3	3	5	3	3	4	4	3	69
46	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	5	3	2	3	4	3	4	2	2	4	3	4	2	3	79
47	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	79
48	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	3	4	2	3	4	5	5	4	5	5	3	4	97
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	93
50	3	4	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	2	69
51	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	58
52	2	2	4	1	3	2	2	2	2	3	3	2	1	4	2	2	2	2	4	3	2	2	4	2	58
53	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	5	4	3	3	3	3	2	87
54	4	4	2	2	4	5	3	2	3	4	2	2	5	3	2	2	3	1	4	2	3	2	2	2	68
55	3	4	2	1	3	3	3	2	3	4	2	2	1	4	2	3	3	4	5	3	2	1	4	1	65
56	3	4	2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	2	2	2	2	64
57	3	4	1	3	3	3	2	2	3	4	3	2	1	2	2	3	2	3	4	3	3	5	3	4	68
58	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	3	5	4	4	77
59	3	4	3	2	4	2	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	75
60	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	4	2	66
61	3	4	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	1	4	2	3	2	4	5	3	3	2	3	2	67
62	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	69
63	1	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	77
64	3	4	3	2	4	4	3	2	4	4	2	3	2	4	3	3	2	4	5	3	2	4	2	1	73
65	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4	59
66	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	1	5	83
67	4	4	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	69
68	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	3	5	1	2	72
69	4	3	5	3	3	1	4	5	3	3	5	5	3	3	3	3	1	3	5	3	3	2	4	4	81
70	2	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	2	1	3	4	2	3	2	4	3	69
71	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	3	2	40
72	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	4	2	2	3	2	3	4	3	3	2	4	4	5	4	68
73	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	84
74	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	93
75	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2	2	64
76	1	3	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	4	2	3	40
77	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	59
78	3	2	4	2	4	2	4	2	4	3	2	4	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	1	1	67
79	2	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	3	3	2	2	71
80	2	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	1	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	65

21	27	27	16	91
19	23	19	9	70
22	28	20	11	81
19	22	18	10	69
18	19	18	14	69
23	26	18	12	79
22	26	19	12	79
24	33	23	17	97
24	32	24	13	93
17	23	19	10	69
14	20	14	10	58
14	19	15	10	58
23	29	24	11	87
21	24	14	9	68
16	21	20	8	65
16	20	20	8	64
17	19	17	15	68
19	22	20	16	77
18	26	17	14	75
15	21	18	12	66
17	21	19	10	67
17	23	17	12	69
15	27	18	17	77
20	24	20	9	73
13	20	15	11	59
20	28	21	14	83
17	27	17	8	69
19	22	20	11	72
19	31	18	13	81
17	25	15	12	69
10	12	10	8	40
13	21	17	17	68
21	27	22	14	84
22	28	26	17	93
15	24	15	10	64
10	12	8	10	40
17	17	15	10	59
17	24	18	8	67
17	23	21	10	71
14	17	20	14	65

81	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	3	3	2	2	69	
82	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	2	77	
83	4	3	4	2	4	3	2	4	3	4	4	3	5	2	4	1	5	3	2	5	3	1	1	4	76	
84	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	62	
85	1	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	1	4	4	2	2	3	2	3	2	1	2	60	
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	69
87	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	3	4	4	3	74	
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	1	2	50	
89	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	3	5	3	4	5	3	5	5	4	3	3	5	5	1	95	
90	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	75	
91	1	5	5	5	4	2	4	5	4	2	3	3	3	2	2	1	3	4	3	3	3	4	2	3	76	
92	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	3	4	41	
93	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	79	
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	73	
95	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	4	2	2	63	
96	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	2	3	4	100	
97	3	2	4	4	2	3	2	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	2	1	2	1	67	
98	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	60	
99	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	5	3	1	1	80	
100	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	5	82	
101	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	1	3	69	
102	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	5	5	4	47	
103	5	3	5	1	3	1	2	3	4	3	5	3	2	3	3	1	2	1	3	5	1	3	2	4	68	
104	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	2	5	3	3	5	5	4	78	
105	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	62	
106	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	4	4	4	5	5	4	73	
107	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	2	2	70	
108	4	2	4	5	5	5	3	2	2	4	2	4	5	2	4	2	4	2	1	5	4	2	3	3	79	
109	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	2	5	4	3	5	3	2	2	95	
110	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	4	5	3	3	2	2	2	68	
111	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	1	79	
112	5	5	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	5	4	2	2	5	2	3	5	3	4	3	2	75	
113	2	3	3	4	3	3	5	4	5	2	4	2	4	4	3	3	2	3	4	5	3	3	3	3	80	
114	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	5	2	3	2	2	2	66	
115	4	4	2	3	4	3	2	3	4	5	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	5	4	78	
116	2	3	2	4	2	4	4	5	4	2	3	2	3	1	4	2	4	3	2	5	2	3	5	3	74	
117	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	3	1	1	1	4	2	3	2	5	5	2	2	3	3	58	
118	3	3	2	3	4	3	3	3	2	5	1	2	2	3	1	3	2	4	5	2	4	3	3	3	69	
119	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	2	2	4	3	4	2	4	3	2	2	2	4	4	3	73	
120	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	71	

18	21	20	10	69
21	25	19	12	77
20	27	20	9	76
14	21	15	12	62
14	21	17	8	60
18	24	18	9	69
19	21	20	14	74
12	16	12	10	50
25	31	25	14	95
19	25	20	11	75
22	26	16	12	76
8	11	10	12	41
19	27	19	14	79
18	24	18	13	73
15	22	15	11	63
26	35	26	13	100
18	23	20	6	67
16	19	15	10	60
21	29	24	6	80
20	27	19	16	82
19	25	16	9	69
10	13	9	15	47
18	25	15	10	68
16	25	20	17	78
16	21	14	11	62
17	19	19	18	73
21	21	17	11	70
25	24	18	12	79
26	35	22	12	95
16	23	20	9	68
22	26	21	10	79
20	24	19	12	75
18	30	20	12	80
18	22	17	9	66
20	25	20	13	78
17	24	20	13	74
12	16	19	11	58
18	21	17	13	69
19	24	17	13	73
16	25	17	13	71

## Resumen de la base de datos

Imagen institucional	Gestión estratégica	Formación integral	Soporte institucional	Resultados	Selección del servicio educativo	Responsabilidad social	Imagen institucional	Gestión estratégica	Formación integral	Soporte institucional	Resultados	Selección del servicio educativo
97	20	22	19	10	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
65	14	16	13	9	52	Mala	Mala	Adecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
96	11	15	12	11	49	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
88	17	21	21	8	67	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
75	18	21	21	12	72	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
125	17	23	20	9	69	Buena	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
80	18	24	17	12	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
81	20	23	17	14	74	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
103	16	21	17	13	67	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
85	8	12	10	9	39	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
88	9	13	10	10	42	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
53	21	26	18	16	81	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
107	20	25	21	16	82	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
83	19	29	18	12	78	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
74	24	32	24	13	93	Regular	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
73	10	12	9	10	41	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
96	23	25	20	13	81	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
103	18	27	15	8	68	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
121	18	22	16	16	72	Buena	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
80	20	25	17	6	68	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
106	20	19	20	14	73	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
96	17	22	19	13	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
94	20	25	18	14	77	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
90	19	22	14	14	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
88	19	24	20	8	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
89	16	17	13	11	57	Regular	Regular	Adecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada
67	19	28	21	14	82	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
82	11	17	14	9	51	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada
74	25	35	25	14	99	Regular	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
103	21	22	14	9	66	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
57	21	29	19	14	83	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
100	16	20	18	10	64	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
62	24	25	20	13	82	Mala	Mala	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
128	22	28	21	13	84	Buena	Buena	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
106	21	27	18	12	78	Buena	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
98	20	21	19	11	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
88	12	19	15	11	57	Regular	Regular	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada

90	21	24	22	14	81	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada
85	15	21	13	11	60	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada
63	6	21	24	16	67	Regular	Mala	Inadecuada	Adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada
109	21	27	27	16	91	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada
98	19	23	19	9	70	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
94	22	28	20	11	81	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
87	19	22	18	10	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
74	18	19	18	14	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
78	23	26	18	12	79	Mala	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
87	22	26	19	12	79	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
59	24	33	23	17	97	Mala	Mala	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada
80	24	32	24	13	93	Regular	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
88	17	23	19	10	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
89	14	20	14	10	58	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
90	14	19	15	10	58	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
92	23	29	24	11	87	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada
54	21	24	14	9	68	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
111	16	21	20	8	65	Regular	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
88	16	20	20	8	64	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
113	17	19	17	15	68	Regular	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
77	19	22	20	16	77	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
116	18	26	17	14	75	Regular	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
78	15	21	18	12	66	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
89	17	21	19	10	67	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
86	17	23	17	12	69	Buena	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
99	15	27	18	17	77	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
89	20	24	20	9	73	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
104	13	20	15	11	59	Regular	Regular	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
99	20	28	21	14	83	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
95	17	27	17	8	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
85	19	22	20	11	72	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
129	19	31	18	13	81	Buena	Buena	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
61	17	25	15	12	69	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
85	10	12	10	8	40	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada
110	13	21	17	17	68	Regular	Buena	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
88	21	27	22	14	84	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada
86	22	28	26	17	93	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada
62	15	24	15	10	64	Mala	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
101	10	12	8	10	40	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
68	17	17	15	10	59	Regular	Mala	Adecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada

77	17	24	18	8	67	Mala	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
97	17	23	21	10	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
80	14	17	20	14	65	Mala	Regular	Adecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
85	18	21	20	10	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
66	21	25	19	12	77	Regular	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
101	20	27	20	9	76	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
85	14	21	15	12	62	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
73	14	21	17	8	60	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
83	18	24	18	9	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
111	19	21	20	14	74	Regular	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
86	12	16	12	10	50	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
79	25	31	25	14	95	Regular	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
114	19	25	20	11	75	Buena	Buena	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
107	22	26	16	12	76	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
69	8	11	10	12	41	Mala	Mala	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Inadecuada
68	19	27	19	14	79	Regular	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
86	18	24	18	13	73	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
86	15	22	15	11	63	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
81	26	35	26	13	100	Regular	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
98	18	23	20	6	67	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Inadecuada	Adecuada
92	16	19	15	10	60	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
98	21	29	24	6	80	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Inadecuada	Adecuada
89	20	27	19	16	82	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
68	19	25	16	9	69	Regular	Mala	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
70	10	13	9	15	47	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Inadecuada	Muy adecuada	Inadecuada
76	18	25	15	10	68	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
79	16	25	20	17	78	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
82	16	21	14	11	62	Mala	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
76	17	19	19	18	73	Mala	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada
99	21	21	17	11	70	Buena	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
113	25	24	18	12	79	Buena	Buena	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
105	26	35	22	12	95	Buena	Regular	Muy adecuada	Muy adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Muy adecuada
87	16	23	20	9	68	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
70	22	26	21	10	79	Regular	Regular	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
89	20	24	19	12	75	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
98	18	30	20	12	80	Buena	Regular	Adecuada	Muy adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
82	18	22	17	9	66	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
91	20	25	20	13	78	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
86	17	24	20	13	74	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
87	12	16	19	11	58	Regular	Regular	Inadecuada	Inadecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
95	18	21	17	13	69	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
95	19	24	17	13	73	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada
96	16	25	17	13	71	Regular	Regular	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada	Adecuada

## Niveles y rangos

VARIABLES	N° ítems	Escala y valores	Puntajes			Niveles	Rangos			
			Max	Min						
<b>Responsabilidad social (VI 1)</b>	15	5=Siempre 1=Nunca	75	15	60	Buena	55	75	-20	20
						Regular	35	54	-19	
						Mala	15	34	-19	
<b>Imagen institucional (VI 2)</b>	30	5=Siempre 1=Nunca	150	30	120	Buena	110	150	-40	40
						Regular	70	109	-39	
						Mala	30	69	-39	
<b>Selección del servicio educativo (VD)</b>	24	5=Siempre 1=Nunca	120	24	96	Inadecuada	88	120	-32	32
						Adecuada	56	87	-31	
						Muy adecuada	24	55	-31	
<b>DIMENSIONES (VD)</b>										
	N° ítems	Escala y valores	Puntajes			Niveles	Rangos			
<b>Gestión estratégica</b>	6	5=Siempre 1=Nunca	30	6	24	Inadecuada	22	30	-8	8
						Adecuada	14	21	-7	
						Muy adecuada	6	13	-7	
<b>Formación integral</b>	8	5=Siempre 1=Nunca	40	8	32	Inadecuada	30	40	-10	11
						Adecuada	19	29	-10	
						Muy adecuada	8	18	-10	
<b>Soporte institucional</b>	6	5=Siempre 1=Nunca	30	6	24	Inadecuada	22	30	-8	8
						Adecuada	14	21	-7	
						Muy adecuada	6	13	-7	
<b>Resultados</b>	4	5=Siempre 1=Nunca	20	4	16	Inadecuada	15	20	-5	5
						Adecuada	9	14	-5	
						Muy adecuada	4	8	-4	