



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2024,
Volumen 8, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3

**CALIDAD EDUCATIVA E IDENTIDAD
CORPORATIVA EN ESTUDIANTES DE UNA
UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA
METROPOLITANA, 2022**

**EDUCATIONAL QUALITY AND CORPORATE
IDENTITY IN STUDENTS OF A PUBLIC
UNIVERSITY OF METROPOLITAN LIMA, 2022**

Robert Michell Quispe Guizado

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Tito Doroteo Acosta Castro

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

Lorena Amparo Medrano Rivera

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

Katya Nora López Gálvez

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

Liliana Verde Vargas

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

Julissa Lissette Gonzales Quispe

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.12079

Calidad Educativa e Identidad Corporativa en Estudiantes de una Universidad Pública de Lima Metropolitana, 2022

Robert Michell Quispe Guizado¹

Rquispeg@unmsm.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-1608-497X>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Perú

Tito Doroteo Acosta Castro

Tacosta@une.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-0862-5366>

Universidad Nacional de Educación
Enrique Guzmán y Valle
Perú

Lorena Amparo Medrano Rivera

Lmedrano@une.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-0290-7947>

Universidad Nacional de Educación
Enrique Guzmán y Valle
Perú

Katya Nora López Gálvez

Klopez@une.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3525-8680>

Universidad Nacional de Educación
Enrique Guzmán y Valle
Perú

Liliana Verde Vargas

Lverde@une.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-6248-8855>

Universidad Nacional de Educación
Enrique Guzmán y Valle
Perú

Julissa Lissette Gonzales Quispe

Jgonzales@une.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3487-1632>

Universidad Nacional de Educación Enrique
Guzmán y Valle
Perú

RESUMEN

El presente artículo tuvo como objetivo comparar la relación entre la calidad educativa y la identidad corporativa de los estudiantes que emplean modalidades de estudio semipresencial y a distancia de una Universidad Pública de Lima. De enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional, correlacional y comparativo. La muestra estuvo conformada por 102 estudiantes. Se aplicaron dos guías de encuesta como instrumentos. Los resultados demuestran que existe una relación positiva entre las variables analizadas en ambas modalidades de estudio. En síntesis, los resultados son similares en los estudiantes de la modalidad semipresencial y a distancia; por lo que, emplear alguna de estas modalidades de estudio no implica un cambio en la relación de las variables analizadas.

Palabras clave: calidad educativa, identidad corporativa, labor docente, infraestructura educativa

¹ Autor principal

Correspondencia: Rquispeg@unmsm.edu.pe

Educational Quality and Corporate Identity in Students of a Public University of Metropolitan Lima, 2022

ABSTRACT

The objective of this article was to compare the relationship between educational quality and the corporate identity of students who use blended and distance study modalities of a Public University of Lima. Quantitative, non-experimental, transactional, correlational and comparative approach. The sample consisted of 102 students. Two survey guides were applied as instruments. The results show that there is a positive relationship between the variables analyzed in both study modalities. In summary, the results are similar in the students of the blended and distance modality; therefore, using any of these study modalities does not imply a change in the relationship of the variables analyzed.

Keywords: educational quality, corporate identity, teaching work, educational infrastructure

Artículo recibido 15 mayo 2024

Aceptado para publicación: 20 junio 2024



INTRODUCCIÓN

La calidad educativa tiene como propósito la articulación de gestiones entorno a los todos factores involucrados en el proceso de enseñanza aprendizaje (Vásquez, 2013). Desde esa óptica estandarizar procesos, implementar objetivos, diseñar sistemas de control y regulación se convierten en la clave de la calidad (Bodero, 2014). Existen muchos modelos de sistemas de calidad: Las normas de calidad ISO, son las más conocidas; el sistema de calidad total, el sistema de calidad enfocado en la mejora continua, entre otros.

Según Orosco, Olaya y Villate (2009) estos conceptos teóricos se han trasladado al sistema educativo desde la década de 1980 entorno al establecimiento de políticas públicas en el sector educativo para establecer reformas educativas que respondan a los nuevos contextos internacionales y locales. Esto ha llevado a profundos análisis sobre las reformas educativas emprendidas y sus resultados; que para el caso peruano no ha significado un impacto relevante. La calidad educativa en el sector universitario peruano viene atravesando una etapa de profunda reforma. Para Cuenca (2015) desde que la educación superior universitaria se incorporó como un modelo lucrativo disfrazado de apertura y democratización en 1966, se priorizó el incremento de la oferta educativa para satisfacer la demanda social, pero desligada de las verdaderas necesidades del mercado laboral y de la esencia universitaria, la investigación científica. Lo que provocó la creación de nuevas universidades privadas y carreras profesionales sin mercado laboral. Asimismo, para facilitar gestiones, se flexibilizaron los requisitos y los sistemas de control de calidad.

Como respuesta ante esta problemática y luego de un largo debate en el Congreso de la República, se aprobó la nueva Ley Universitaria N° 30220 que tiene como principales características: la participación del Estado como ente regulador entre las casas superiores de estudio y las políticas públicas del sistema educativo; la creación de una entidad encargada de supervisar y garantizar la calidad educativa en su primera etapa a través del licenciamiento institucional, es decir, la aprobación de programas de estudio y la autorización de funcionamiento de las escuelas y facultades que garanticen condiciones básicas de calidad (El Peruano, 2015). La segunda etapa está a cargo del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (Sineace) que busca garantizar la ejecución de las condiciones de calidad declaradas; y el diseño de la oferta académica a través de programas educativos

integrales y dedicados a la creación de conocimientos a través de la investigación científica (Sineace, 2022).

El presente artículo científico tuvo como objetivo comparar la relación entre la calidad educativa y la identidad corporativa de los estudiantes que emplean modalidades de estudio semipresencial y a distancia de una Universidad Pública de Lima; las cuales fueron implementadas como respuesta a la crisis sanitaria por la Covid 19 y como parte de las acciones para alcanzar la acreditación universitaria. El estudio permitió identificar si los procesos emprendidos como parte del sistema de gestión de calidad a través de una propuesta académica semipresencial y distancia son efectivos desde la percepción de los estudiantes y si estos modelos repercuten en el fortalecimiento de la identidad corporativa. De esta manera, las autoridades universitarias tendrán información relevante para la toma de decisiones e incluirlas como parte del sistema de mejora continua emprendido.

Calidad educativa

Desde el enfoque educativo la calidad se presenta como el resultado de la aplicación de un conjunto de procesos que garantizan el cumplimiento de los propósitos institucionales, la adecuación de la infraestructura, el uso de metodologías de enseñanza aprendizaje acorde con la realidad de los estudiantes, y la asignación de recursos económicos (Vásquez, 2013). En esa misma línea Boderó (2014) establece algunos indicadores de gestión para medir la calidad educativa: currículo que responda a las capacidades y perspectivas de los estudiantes; capacitación docente, y la sistematización institucional de los procesos académicos y administrativos. Asimismo, Demicheli (2009) añade al sistema de calidad la implementación de infraestructura técnica y recreativa. Estos elementos muestran un panorama amplio sobre la instalación de un sistema de calidad en una institución educativa, que para el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación de México (INEE, 2018), debe orientarse en alcanzar la excelencia académica, la eficiencia interna y externa de todos sus procesos. Esto se logra a través del establecimiento de propósitos, el uso eficiente de los recursos y la evaluación de los resultados. Esta mirada sobre la calidad responde a una perspectiva técnica y se basa en los resultados obtenidos. No obstante, estos procesos no pueden ser estandarizados en todas las casas superiores de estudio ni en el mismo nivel. Los sistemas de calidad deben adaptarse a los contextos de cada centro de formación y deben aplicarse de forma progresiva. En ese sentido el INEE (2018) sostiene que, la calidad

educativa puede entenderse desde diversos enfoques. Desde la plataforma filosófica, la calidad parte desde la identificación y delimitación de los valores y fines educativos propios de cada institución. Desde un enfoque administrativo, busca diseñar procesos para controlar los recursos y materiales destinados al cumplimiento de los objetivos institucionales y desde el enfoque del derecho, busca la apertura de la educación a todas las personas y el cumplimiento de las políticas nacionales y tratados internacionales entorno al acceso de la educación.

La educación no es estática, en ese sentido, la oferta educativa debe adaptarse a los nuevos requerimientos y problemática social. La educación superior universitaria está plenamente ligada a los mercados internos e internacionales que buscan profesionales con capacidades y competencias que respondan a contextos específicos (Cuenca, 2015). En ese sentido, el uso de tecnologías contribuye en la adquisición de competencias relacionadas a diversos campos laborales; sin embargo, para Vaillant y Rodríguez (2017) los resultados no son positivos en todos los campos y niveles educativos. Como parte de la sistematización de la calidad educativa que deben garantizar las universidades peruanas, la Ley N° 30220, establece las condiciones básicas con sus respectivos indicadores.

Tabla 1 Condiciones e indicadores para el licenciamiento institucional de universidades peruanas

Condiciones	N° de indicadores
Condición I: Existencia de objetivos académicos, grados y títulos a otorgar, y planes de estudios correspondientes	8
Condición I: Existencia de objetivos académicos, grados y títulos a otorgar, y planes de estudios correspondientes	7
Condición III: Infraestructura y equipamiento adecuado al cumplimiento de sus funciones (aulas, bibliotecas, laboratorios, entre otros)	15
Condición IV: Líneas de investigación a ser desarrolladas	8
Condición V: Verificación de la disponibilidad de personal docente calificado con no menos de 25% de docentes a tiempo completo	4
Condición VI: Verificación de los servicios educacionales complementarios básicos (servicio médico, social, psicopedagógico, deportivo, entre otros)	8
Condición VII: Existencia de mecanismos de mediación e inserción laboral (Bolsa de Trabajo u otros)	4
Condición VIII: CBC Complementaria: transparencia de universidades	1
Total	55

Nota: Estipuladas en la Ley N° 30220. Fuente: El Peruano, 2014.

Calidad educativa desde la perspectiva de los estudiantes

Establecer un sistema de calidad en el campo educativo es proceso transversal; es decir, abarca todos los componentes que conforman la oferta educativa (Vaillant y Rodríguez (2018). En ese sentido, medir todos los indicadores requiere del uso de métodos cuantitativos y cualitativos. Sin embargo, desde la perspectiva de los estudiantes, la calidad tiene repercusiones directas en algunos factores. Según Lago de Vergara, Gamboa y Montes (2014) los estudiantes perciben la calidad educativa a través de la labor docente, la gestión universitaria y la adecuación de infraestructura educativa. Entre los indicadores de la labor docente destacan: actitudes docentes (empatía, comprensión, puntualidad y respeto) métodos de enseñanza y evaluación, y conocimiento de las materias impartidas. Entorno a la gestión universitaria se consideran a los servicios educativos cómo: alimentación, transporte, biblioteca, servicios de salud, oferta laboral, sistema de matrícula, plataformas virtuales y actividades de responsabilidad social. Por el lado de la infraestructura se encuentran: talleres, laboratorios, espacios recreativos y de esparcimiento (Lago et al. 2014).

En efecto, acceder a programas de estudio que garanticen una educación de calidad, repercute en la formación profesional y humana de los estudiantes; lo que significa, que podrán incorporarse al sistema laboral de forma rápida y adecuada. No obstante, existen otros beneficios relacionados a la calidad educativa. Uno de ellos, se vincula al fortalecimiento de identidad corporativa. Esta significa la posibilidad de crear vínculos sociales que favorecen a los estudiantes y las instituciones de educación superior.

Identidad corporativa

Para Arguello (2011), la identidad corporativa es una disciplina que se viene aplicando con mayor fuerza desde inicios del siglo XX. En ese sentido, Rodríguez y Jiménez (2007) sostienen que la identidad corporativa se compone políticas, valores, actividades y elementos que se sostienen de forma prolongada en una organización y que delimitan su presencia y modo de actuar en un determinado contexto que puede incluso traspasar fronteras gracias a la tecnología. Por ello, Sánchez (2012) señala que la identidad corporativa se basa en: los elementos gráficos, los valores y las actitudes de los miembros de la organización. Las universidades son instituciones educativas que se preocupan en crear espacios y actividad que favorezcan la identidad corporativa. En ese sentido, Takari, Bravo y Martínez

(2014), Rivera y Cabra (2016), Pazos (2020), refieren que entre los elementos que contribuyen con este fin se encuentran: los valores institucionales, personajes históricos, eventos, logros institucionales, símbolos institucionales, sistemas de comunicación y la cultura organizacional. Para Robbins y Judge (2017), la comunicación se basa en el uso de diversas plataformas y medios para informar, persuadir e intercambiar contenidos que favorezcan el proceso comunicativo entre los miembros de una organización. De esta manera; se transmiten mensajes sobre las actividades, procedimientos y anuncios respecto de los servicios ofertados (López, 2018). La cultura organizacional propicia el reconocimiento y el prestigio social; debido a que propicia espacios y actividades que permiten a los miembros internos y externos reconocer la presencia de la organización y valorar las acciones emprendidas (López, 2018). En ese sentido, Rivera, Carrillo, Forgiony, Nuván y Rozo (2018) señalan que la cultura organizacional puede aplicarse para alcanzar diversos objetivos: promover el desarrollo de competencias en sus miembros como elemento diferenciador, el cumplimiento de normas para transmitir seguridad y estabilidad, la consecución de resultados empleando de forma adecuada los recursos, y para propiciar satisfacción en los miembros de la organización promoviendo su crecimiento profesional, y personal.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se empleó el enfoque cuantitativo, de tipo básica y diseño no experimental correlacional y comparativo. La muestra estuvo conformada por 102 estudiantes de los programas de estudio de Turismo y Hotelería (36), Gastronomía (28), Administración de Empresas (13) y Administración de Negocios internacionales (25) que cursan el II y III ciclo de estudios. La casa superior de estudios emplea dos modalidades de estudio: Semipresencial para los programas de Turismo y Hotelería y Gastronomía; y a distancia para los programas de: Administración de Empresas y Administración de Negocios Internacionales. En ambas modalidades se aplicaron dos cuestionarios para medir la calidad educativa y la identidad corporativa. De esta manera, se buscó determinar si existen diferencias significativas sobre la calidad educativa y la identidad corporativa entorno al modelo semipresencial y a distancia. Es decir, se buscó establecer si ambos modelos educativos generan la misma percepción de calidad e identidad corporativa en los estudiantes.

El instrumento para medir la calidad educativa consta de 17 ítems y se evaluaron tres dimensiones: Labor docente, gestión universitaria, e infraestructura educativa. El instrumento para medir la identidad

corporativa consta de 18 ítems y se consideraron dos dimensiones: Comunicaciones y cultura organizacional.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo de la investigación y según la metodología, se empleó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, para establecer si las variables: calidad educativa e identidad corporativa están relacionadas en las modalidades de estudio semipresencial y a distancia. Los resultados se muestran en las tablas 2, 3 y 4.

Tabla 2 Tabla cruzada entre las variables analizadas y las modalidades de estudio

Variables		Modalidades de estudio		
		A distancia	Semipresencial	Total
Calidad educativa	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10,5%	1,6%	4,9%
	De acuerdo	73,7%	84,4%	80,4%
	Totalmente de acuerdo	15,8%	14,1%	14,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
Identidad corporativa	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	21,1%	1,6%	8,8%
	De acuerdo	65,8%	87,5%	79,4%
	Totalmente de acuerdo	13,2%	10,9%	11,8%
	Total	100%	100%	100%

De acuerdo a la tabla 2, se observa que para el caso de la variable calidad educativa, del total de los estudiantes de la modalidad semipresencial, el 1,6% se encuentra ni en desacuerdo ni de acuerdo; el 84,4% de encuentra de acuerdo y el 14,1% totalmente de acuerdo. Para el caso de la modalidad a distancia del total de los estudiantes el 10,5% se encuentra ni en desacuerdo ni de acuerdo; el 73,7% se encuentra de acuerdo y el 15,8% de encuentra totalmente de acuerdo. Estos resultados revelan que, los estudiantes de ambas modalidades en su mayoría perciben como positiva la calidad de educativa en la casa superior de estudios analizada. Salvo una diferencia significativa para el nivel intermedio.

Para el caso de la variable identidad corporativa, del total de los estudiantes de la modalidad semipresencial, el 1,6% se encentra ni en desacuerdo ni de acuerdo; el 87,5% de encuentra de acuerdo y el 10,9% totalmente de acuerdo. Para el caso de la modalidad a distancia del total de los estudiantes el 21,1% se encuentra ni en desacuerdo ni de acuerdo; el 65,8% se encuentra de acuerdo y el 13,2% de

encuentra totalmente de acuerdo. Estos resultados revelan que, los estudiantes de ambas modalidades en su mayoría presentan niveles positivos de identidad corporativa en la casa superior de estudios analizada. Salvo una diferencia significativa para el nivel intermedio.

Tabla 3 Prueba de Rho de Spearman entre modalidades de estudio

Modalidad de estudio		Calidad educativa	Identidad corporativa
A distancia	Coefficiente de correlación	1,000	,539**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	38	38
Semipresencial	Coefficiente de correlación	1,000	,406**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	64	64

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a los resultados de la tabla 3, el nivel de significancia entre las variables calidad educativa e identidad corporativa en la modalidad de estudio *A distancia* es de 0,000; en el caso de la modalidad de estudio *semipresencial* el nivel de significancia es de 0,001. Para ambas modalidades los resultados son menores a 0,05, lo que significa que las variables están relacionadas en ambas modalidades de estudio; por lo que, se afirma que no existen diferencias significativas entre ellas en ambas modalidades de estudio.

Para ampliar el detalle de la investigación se presenta la tabla 4, en donde se muestran resultados por programa de estudio.

Tabla 4 Prueba de Rho de Spearman por programa de estudio

Programas de estudio		Calidad educativa	Identidad corporativa
Turismo	Coefficiente de correlación	1,000	,479**
	Sig. (bilateral)	.	,003
	N	36	36
Gastronomía	Coefficiente de correlación	1,000	,418*
	Sig. (bilateral)	.	,027
	N	28	28

Administración de Empresas	Coefficiente de correlación	1,000	,768**
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	13	13
Administración de Negocios Internacionales	Coefficiente de correlación	1,000	,315
	Sig. (bilateral)	.	,125
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 4, se determinó que el nivel de significancia entre las variables de estudio calidad educativa e identidad corporativa, en los programas de estudio de Turismo y Hotelería; Gastronomía; Administración de Empresas es menor del 0,05; lo que significa que en estos casos las variables están relacionadas; por lo tanto, no existen diferencias significativas entre las variables analizadas en estos tres programas de estudio; no obstante, en el caso del programa de Administración de Negocios Internacionales, el nivel de significancia es de 0,125; este es mayor del 0,05, en consecuencia, la relación entre las variables calidad educativa e identidad corporativa, no es significativa; en consecuencia, sí existen diferencias significativas entre ellas para el caso de este programa de estudios. El análisis de los resultados obtenidos revela que, las variables calidad educativa e identidad corporativa se vinculan estrechamente en las modalidades de estudio semipresencial y a distancia empleadas por una Universidad Pública de Lima Metropolitana. El hallazgo confirma lo establecido por Pérez (2019), Zapater y D' Armas (2019), Alvarado *et al* (2016), Rivera y Cabra (2016) quienes sostienen que la calidad educativa se relaciona con la identidad corporativa a través de sus dimensiones: labor docente, gestión universitaria, comunicaciones y cultura organizacional. En ese sentido, se concluye que; en el caso de la modalidad semipresencial que corresponde a los programas de Turismo y Hotelería; y Gastronomía, las variables calidad educativa e identidad corporativa están relacionadas; y en el caso de la modalidad a distancia, los resultados son los mismos; en consecuencia, estudiar bajo la modalidad semipresencial o a distancia, no produce alteraciones en la relación de las variables calidad educativa e identidad corporativa.

Para ambas modalidades los resultados sobre la percepción de la calidad educativa y la identidad corporativa no difieren mucho; es decir que, ambos grupos tienen la misma perspectiva sobre las variables analizadas.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados del estudio la identidad corporativa en estudiantes universitarios es producto de diversos factores vinculados a contenidos institucionales; los cuales, no se ven afectados por la modalidad de estudio ofertada. Con ello se demuestra que, los estudiantes reafirman su vinculación institucional a pesar de llevar su formación profesional a través de espacios virtuales; no obstante, es necesario precisar que la oferta educativa debe adecuarse a las modalidades de estudio con estándares de calidad; ya que esta condición incide de forma positiva en la creación de la identidad corporativa. A pesar de la objetividad académica planteada; es necesario diseñar estudios que permitan medir, las fluctuaciones de ambas variables a lo largo de todo el periodo formativo de los estudiantes; ello, permitiría un análisis más profundo para plantear soluciones específicas de acuerdo a etapas formativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, E; Morales, D; y Aguayo, E. (2016). Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. *Revista de educación superior* 45(180), pp. 55-74.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n180/0185-2760-resu-45-180-00055.pdf>
- Argüello, J. (2011). *Identidad e imagen corporativa*. Santa Fe, Argentina: El Cid Editor.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaune/35045?page=7>. Consultado en: 05 May 2022
- Bodero, H. (2014). El impacto de la calidad educativa. *Apunt.cien.soc* 04(01), pp. 112-117.
<http://journals.continental.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/226/222>
- Cuenca, R. (2015). *La educación universitaria en el Perú. Democracia, expansión y desigualdades*. Instituto de Estudios Peruanos.
<https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/603/estudiosobredesigualdad10.pdf;jsessionid=4BCCECE04CEECE996BEF7CA52F25B004?sequence=2>

- Demicheli, G. (2009). Calidad universitaria: actitudes y creencias de alumnos de respecto de un subgrupo de universidades de la región. *Revista Calidad en la Educación* 31, pp. 93-121.
<https://www.calidadenlaeducacion.cl/index.php/rce/article/view/164>
- El Peruano. *Ley Universitaria N°30220*. Lima, tres de julio de 2014.
<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0021/ley-universitaria-30220.pdf>
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2018). Gaceta: *El concepto de calidad en la educación, construcción, dimensiones y evaluación*. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2018/12/G10ES.pdf>
- Lago de Vergara, D; Gamboa, A; y Montes, A. (2014). Calidad de la educación superior: un análisis de sus principales determinantes. *Saber y ciencia*, 8(2), pp. 157-170.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5104971>
- López, Y. (2018). Percepción de la identidad corporativa de una institución de educación superior. *Correspondencias y análisis* 8, pp. 255-275. DOI: <https://doi.org/10.24265/cian.2018.n8.13>
- Orozco, J; Olaya, A; y Villate, V. (2009). ¿Calidad de la educación o educación de calidad? Una preocupación más allá del mercado. *Revista iberoamericana de educación* 51, pp. 161-181.
<https://rieoei.org/historico/documentos/rie51a08.pdf>
- Pazos, W. (2020). *La identidad corporativa en las organizaciones*, Lima, 2020. (Trabajo de investigación, Universidad de San Martín de Porres).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p27.pdf>
- Pérez, M. (2019). *Percepción de la calidad de servicio y la imagen corporativa de una Universidad de Lurigancho – Chosica*. (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo).
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41103/Perez_FMP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera, A; Cabra, D. (2016). La importancia de la identidad corporativa en las instituciones de educación superior. *Revista espacios* 37(27), pp. 1-20.
<http://www.revistaespacios.com/a16v37n27/163727e1.html>
- Rivera, A., Carrillo, S; Forgiony, J; Nuván, I; y Roza, A. (2018). Cultura organizacional, retos y desafíos para las organizaciones saludables. *Revista Espacios* 39.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p27.pdf>

Robbins, S. & Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional*. Pearson educación.

Rodríguez A; y Jiménez, A. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona, Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaune/113774?>

Sánchez, R. (2012). *Imagen profesional y corporativa: cómo mejorarla, sostenerla o revertirla*. Buenos Aires, Argentina, Argentina: Editorial Nobuko.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaune/77885?>

Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. (2002). *Modelo de calidad para la acreditación institucional de universidades*.

<https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12982/7117/RESOLUC>

[I%c3%93N%20DEL%20CONSEJO%20DIRECTIVO-000017-2022-](https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12982/7117/RESOLUC)

[CDAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12982/7117/RESOLUC)

Vásquez, A (2013). Calidad y calidad educativa. *Investigación Educativa* 17(2), 49-71.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/8206>

Takari, M; Bravo, R; y Martínez, E. (2014). La gestión de la identidad corporativa en la Universidad: análisis y consecuencias desde la perspectiva del profesorado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 24, pp. 25-34. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2014.05.001>

Zapatier, S; y D´Armas, M. (2019). Percepción de los estudiantes sobre la calidad del proceso de enseñanza en la Universidad Estatal de Milagro. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias* 6(22), pp. 75-96.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5165/1/SONNIA%20ZAPATIER%20C>
[ASTRO-ARTICULO%20CIENTIFICO.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5165/1/SONNIA%20ZAPATIER%20C)

