

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

POSICIONAMIENTO Y MARCA UNTRM EN
ESTUDIANTES DE QUINTO DE SECUNDARIA EN LA
CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2020.**

Autor: Bach. Ronal Franklin Santos Torres

Asesor: Dr. River Chávez Santos

Registro: ...

CHACHAPOYAS – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios, por su inmenso amor, a mis padres, por darme la vida, por su motivación, a mi esposa por creer en mí, por darme la confianza y apoyo que siempre necesite en los momentos buenos y malos de mi vida, así mismo a cada uno de mis profesores de la Escuela de Administración de Empresas y Administración en Turismo por el asesoramiento.

Bach. Ronal Franklin Santos Torres

AGRADECIMIENTO

A mis padres por apoyarme incondicionalmente, a mi esposa por motivarme cada día a cumplir mis sueños, a mi hija por ser mi motivación para salir adelante, a mis hermanos por estar ahí cuando lo necesité, a mis profesores por sus enseñanzas y a mi asesor por el apoyo brindado durante este proceso.

Bach. Ronal Franklin Santos Torres

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

DR. POLICARPIO CHAUCA VALQUI.

RECTOR

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLON

VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. FLOR GARCÍA HUAMÁN

VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

VISTO BUENO DEL ASESOR

El que suscribe en cumplimiento del artículo 23 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (RCG. N° 022-2006-UNAT-A-CG.), da el visto bueno al informe final de la tesis “Posicionamiento y marca UNTRM en estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020.”, del Bachiller en Administración de Empresas: Ronal Franklin Santos Torres, otorgándole la autorización respectiva para que sea sometida a la revisión por el jurado evaluador, con la finalidad de poder sustentar una vez aprobado, el mismo que fue elaborado teniendo en cuenta la Metodología Científica y en concordancia con el esquema de la UNTRM.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.



Dr. River Chávez Santos

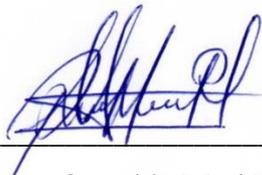
ASESOR

JURADO EVALUADOR



Mg. Erik Martos Collazos Silva

PRESIDENTE



MSc. Pepe Oswaldo Mori Ramírez

SECRETARIO



Mg. Dennis Brayan Baique Timaná

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD



REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-0

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

POSICIONAMIENTO Y MARCA UNTRM EN ESTUDIANTES DE GRADUACIÓN DE SECUNDARIA EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2020.

presentada por el estudiante ()/egresado (x) Ronal Franklin Santos Torres

de la Escuela Profesional de Turismo y Administración

con correo electrónico institucional rofrsato07@gmail.com

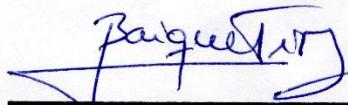
después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

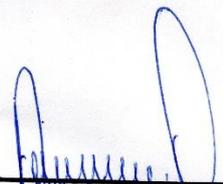
- La citada Tesis tiene 23 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 03 de febrero del 2021


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ACTA DE SUSTENTACIÓN



REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAÉSTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 06 de 11 del año 2020, siendo las 11:00 horas, el aspirante: Ronal Franklin Santos Torres, defiende en sesión pública presencial () / a distancia (x) la Tesis titulada: POSICIONAMIENTO Y MARCA UNTRM EN ESTUDIZANTES DE QUINTO DE SECUNDARIA EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2020, teniendo como asesor a Dr. River Chavez Santos, para obtener el Título Profesional de Turismo y Administración, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Erik Martos Collazos Silva

Secretario: Msc. Pepe Osvaldo Mori Ramirez

Vocal: Mg. Dennis Bryan Baigue Jimenci

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (x)

Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:30 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....	iii
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	iv
JURADO EVALUADOR.....	v
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD.....	vi
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	vii
INDICE DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	19
2.1. Objetivo General.....	19
2.2. Objetivos específicos	19
2.3. Variable de estudio	19
2.3. Tipo de estudio	21
2.4. Diseño de la investigación.....	21
2.5. Población	21
2.6. Muestra y muestreo.....	22
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
2.8. Análisis de datos	24
III. RESULTADOS	26
3.1. Resultado de la encuesta realizada a los estudiantes del quinto grado de secundaria de los distintos colegios de la ciudad de Chachapoyas.	26

IV.	DISCUSIÓN.....	39
V.	CONCLUSIONES.....	41
VI.	RECOMENDACIONES	43
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	45
VIII.	ANEXO	48

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	20
Tabla 2. Colegios en la ciudad de Chachapoyas.	22
Tabla 3. Muestra de estudio.....	23

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Género	26
Figura 2: Edad.....	26
Figura 3: Institución Educativa	27
Figura 4: Pregunta 1.- ¿Consideras que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar estudios de la carrera que tú tienes como perspectiva?	27
Figura 5: Pregunta 2.- ¿Te parece que la infraestructura de la UNTRM te ofrece la seguridad para realizar los estudios que deseas?.....	28
Figura 6: Pregunta 3.- ¿Crees que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que tú anhelas?	28
Figura 7: Pregunta 4.- ¿Crees que los docentes de la UNTRM cumplen tus expectativas?	29
Figura 8: Pregunta 5.- ¿Te han comentado que existe servicio de enfermería en la UNTRM?...29	
Figura 9: Pregunta 6.- ¿Crees que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes?.....	30
Figura 10: Pregunta 7.- ¿Has escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología?.....	30
Figura 11: Pregunta 8.- ¿Te atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando?.....	31
Figura 12: Pregunta 9.- ¿Te agradaría más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM?.....	31
Figura 13: Pregunta 10.- ¿Los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos?...32	
Figura 14: Pregunta 11.- ¿Crees que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad?	32
Figura 15: Pregunta 12.- ¿Es para ti importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje?	33
Figura 16: Pregunta 13.- ¿Has escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias?	33
Figura 17: Pregunta 14.- ¿Consideras que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que los estudiantes decidan optar por estudiar en la UNTRM?	34
Figura 18: Pregunta 15.- ¿Para ti es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes?	34
Figura 19: Pregunta 16.- ¿Tú elección de la universidad se basa en la formación de valores? ...35	
Figura 20: Pregunta 17.- ¿Tú crees que estudiar en la UNTRM te traerá grandes beneficios? ...35	
Figura 21: Pregunta 18.- ¿Tú crees que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral?.....	36
Figura 22: Pregunta 19.- ¿Tú crees que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional?	36
Figura 23: Pregunta 20.- ¿Cuándo oyes la palabra UNTRM sientes cercanía?.....	37
Figura 24: Pregunta 21.- ¿Cuándo mencionas la palabra UNTRM te identificas con ella?	37

RESUMEN

La presente tesis titulada posicionamiento y marca UNTRM en estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020, aborda el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020? Teniendo como objetivo principal determinar la relación entre el posicionamiento y la marca de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza en los estudiantes de quinto de secundaria y, a partir de esa información establecer la correlación entre los atributos de marca y los factores que determinan el posicionamiento en los estudiantes. Como hipótesis se planteó que existe una relación significativa entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas. Esta investigación tiene un diseño no experimental con enfoque cuantitativo. Se empleó un muestreo aleatorio simple, teniendo una muestra de 55 estudiantes que cursan el quinto grado de secundaria, la técnica empleada fue la encuesta de campo y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario. Entre los principales resultados se obtuvo que el 93% ha escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias, el 80% de los encuestados les atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando, un 96% se identifican con la palabra UNTRM cuándo la mencionan. Se concluyó que la marca UNTRM si está posicionada en los estudiantes del quinto grado de secundaria ya que lo reconocen inmediatamente y tienen algunos conocimientos sobre ella.

Palabras claves: Posicionamiento, marca, estudiantes.

ABSTRACT

This thesis entitled UNTRM positioning and brand in fifth-year high school students in the city of Chachapoyas, 2020, addresses the following research problem: What is the relationship between positioning and the UNTRM brand in fifth-year high school students in the city of Chachapoyas, 2020? With the general objective of determining the relationship between the positioning and the brand of the Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza in fifth year high school students and, based on that information, establish the correlation between the brand attributes and the factors that determine the positioning in students. As a hypothesis, it was proposed that there is a significant relationship between positioning and the UNTRM brand in fifth-year high school students in the city of Chachapoyas. The research is of a non-experimental design with a quantitative approach. We worked with a simple random sampling, the sample obtained was 55 students who are in the fifth grade of secondary school, the technique used was the field survey and the instrument used was a questionnaire. Among the main results, it was obtained that 93% have heard that UNTRM teachers have efficient methodologies for the development of competencies, 80% of those surveyed are attracted to UNTRM because of the discoveries it has been making, and 96% identify themselves with the word UNTRM when they mention it. It was concluded that the UNTRM brand is positioned in fifth grade high school students as they immediately recognize it and have some knowledge about it.

Keywords: Positioning, brand, students.

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las diversas empresas, instituciones e entidades hacen uso y recurren a diferentes estrategias para poder posicionarse en el mercado actual, una de ellas es tener una marca y promocionarla.

En esta investigación se ha realizado una correlación entre los estudiantes del quinto grado de secundaria y la marca UNTRM, planteándose como problemática ¿Cuál es la relación entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020?; para ello es necesario conocer para que una marca pueda posicionarse en el mercado que desea es de suma importancia que logre fidelizar a su público objetivo, siendo necesario aplicar ciertas estrategias para lograrlo. En materia de estudio se **encontró antecedentes** de estudios que le hacen reseña como:

Valencia (2017), en su tesis de maestría titulada “Posicionamiento de la Marca y su influencia en la decisión de compra”, tuvo como objetivo principal identificar cómo el posicionamiento de la marca influye en la decisión de compra del consumidor de ropa de marca de lujo en la ciudad de Pereira. Emplearon una investigación cuantitativa tipo descriptiva, con una muestra de 625 personas. El autor obtuvo como resultado que tanto varones y mujeres perciben a la ropa de lujo como de alta calidad por ende están dispuestos a pagar un poco más a pesar de que los clientes desconozcan el proceso de fabricación o el país de origen de la ropa.

Ianni y Romero (2014), en su tesis de pregrado titulada “Análisis del posicionamiento de la marca de vinos Pomar en el mercado caraqueño”. Tienen como objetivo principal analizar el posicionamiento de la marca de vinos Pomar en el mercado caraqueño. Emplearon una investigación exploratoria, con revisión documental, utilizaron la encuesta y entrevista para la recolección de datos los cuales estuvieron validados por expertos del tema, asimismo realizaron una prueba piloto para que los instrumentos sean confiables. Tuvieron una muestra de 130 consumidores y aplicaron la encuesta a 3 expertos del tema. Llegaron a la conclusión que las bodegas Pomar se posiciona sólidamente ya que vale lo que se paga debido a la calidad y buen sabor de los vinos.

Del mismo modo Chang (2017), en su tesis de maestría titulada “El marketing y el posicionamiento de la marca de útiles escolares David en Los Olivos en el primer trimestre de 2017”, estableció como objetivo establecer la relación que existe entre el marketing y el posicionamiento de la marca de útiles escolares David en el distrito de Los Olivos, utilizando una metodología descriptiva-correlacional, con una muestra de 383 padres de familia cuyos hijos estudian en colegios del distrito de Los Olivos, para el cual se empleó una encuesta. Para comprobar la hipótesis el autor utilizó el análisis de Spearman. Obtuvo como conclusión que el Marketing y el posicionamiento de marca tienen una relación significativa.

Por otro lado Guevara (2016), en su tesis de maestría titulada “Posicionamiento de marca de las instituciones educativas adventistas de Trujillo y estrategia de marketing para convertirlas en lovemarks”, se planteó como objetivo principal poder determinar el nivel de posicionamiento de estas instituciones entre los padres de familia y realizar una propuesta estratégica para mejorar su posicionamiento y se conviertan en Lovemarks. Fue una investigación cuantitativa de diseño descriptivo –propositivo, con una muestra de 128 padres de familia de las instituciones mencionadas, aplicándoles una encuesta con escala de Likert. Obtuvo como resultados que un 86% considera que la educación adventista debe ser de calidad y un 84,4 % de padres de familia sienten pertenencia hacia este tipo de educación. Llegando a la conclusión que los padres de familia consideran que los colegios adventistas de la ciudad de Trujillo inculcan principalmente valores cristianos.

La presente investigación presenta una justificación de manera práctica, ya que mediante una encuesta se puede conocer el nivel de posicionamiento de la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas. Por otro lado se logra poner a prueba en una realidad concreta el posicionamiento de marca y así poder compararlo con estudios que se realicen posteriormente pero con características similares pero para la búsqueda de un resultado común.

El presente trabajo se ha estructurado en ocho capítulos, teniendo en cuenta el esquema establecido por la universidad. En el capítulo I presenta la introducción de la investigación. En el capítulo II, se menciona los materiales y métodos. En el capítulo III, se explica los resultados obtenidos. En el capítulo IV se presenta la discusión de los resultados con otras investigaciones. En el capítulo V, se presenta las conclusiones. En el capítulo VI, se presenta las recomendaciones. En el capítulo VII, se registró las

referencias bibliográficas. Y por último, en el capítulo VIII, se presenta los anexos de la investigación.

CAPITULO II
MATERIAL Y MÉTODOS

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1.Objetivo General

- Determinar la relación que existe entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020

2.2.Objetivos específicos

- Establecer los atributos de la marca UNTRM percibidos por los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas.
- Identificar los factores que favorecen el posicionamiento de la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas.
- Establecer la correlación entre los atributos de marca y los factores que determinan el posicionamiento en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas.

2.3.Variable de estudio

Variable 01:

- Posicionamiento

Variable 02:

- Marca UNTRM

2.2.1. Operacionalización de Variables

Tabla 1. Operacionalización de Variables.

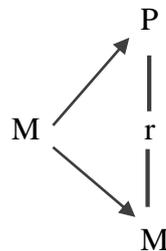
Variables	Definición teórica	Dimensión	Indicador	Instrumento
Variable 01 Posicionamiento	Es una estrategia de marketing, que hace referencia al lugar que ocupa el nombre del producto o servicio en la mente de los consumidores o usuarios.	- Factores que favorecen el posicionamiento de la marca UNTRM	- Investigaciones realizadas por la UNTRM. - Licenciamiento. - Calidad educativa. - Atributos Intangibles	Encuesta
Variable 02 Marca UNTRM	La marca es un distintivo del servicio o producto que facilita que los consumidores lo reconozcan con mayor facilidad entre otros productos.	- Atributos de la marca UNTRM	- Color. - Diseño. - Fácil de recordar. - Conecta con las emociones. - Fácil de pronunciar. - Logotipo.	Encuesta

2.3. Tipo de estudio

Cuantitativa.

2.4. Diseño de la investigación

Esta investigación tiene un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, con un nivel correlacional como se muestra a continuación:



Donde:

M = Muestra

P = Posicionamiento

M = Marca UNTRM

r = correlación

2.5. Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la población es un pequeño conjunto o también llamado universo de discurso, que tienen una serie de especificaciones. Sin embargo, Levin y Rubin (2016) explican que la población es aquel conjunto de elementos que se está estudiando del cual se sacaran las conclusiones de la investigación.

Por ello en esta investigación se ha determinado que la población está conformada por todos los alumnos que están cursando el quinto de secundaria, de ambos géneros y se encuentren estudiando en la provincia de Chachapoyas.

Tabla 2. Colegios en la ciudad de Chachapoyas.

Colegios Públicos – Chachapoyas
Colegio Emblemático Virgen Asunta. Colegio Emblemático San Juan de la Libertad. Colegio Seminario Jesús María. Colegio 180002 María Auxiliadora. Colegio Miguel Rubio
Colegios Privados – Chachapoyas
Colegio Alfred Nobel. I.E.P. Divino Salvador

Fuente: Elaboración propia.

MINEDU (2019), afirma que la cantidad de alumnos que cursan el quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, tanto en instituciones públicas y privadas, de ambos géneros es de 705.

2.6. Muestra y muestreo

En este trabajo se aplicará el muestreo aleatorio simple para calcular el tamaño de la muestra., para ello se utilizar la siguiente fórmula.

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + z^2 pq}$$

Donde:

N: Tamaño de la población = 705

e: Error de muestra = 5%

Z: Coeficiente de confianza = 1.96

p: Evento favorable = 0.96

q: Evento desfavorable = 0.04

Luego reemplazamos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.96) (0.04) (705)}{(0.05)^2 (705 - 1) + (1.96)^2 (0.96) (0.04)}$$

n = 55 estudiantes

La muestra obtenida es de 55 estudiantes, a los cuales se les estudiara como representación de nuestra población.

Tabla 3. Muestra de estudio.

Instituciones Educativas	N° de estudiantes	%
Colegio Emblemático Virgen Asunta.	10	18%
Colegio Emblemático San Juan de la Libertad.	9	16%
Colegio Seminario Jesús María.	8	15%
Colegio 180002 María Auxiliadora.	7	13%
Colegio Miguel Rubio.	5	9%
Colegio Alfred Nobel.	7	13%
I.E.P. Divino Salvador.	9	16%
TOTAL	55	100%

Fuente: Elaboración propia.

El procedimiento para el muestreo a aplicar, consistirá en:

- 1) Identificar y definir la población de estudio.
- 2) Establecer la muestra.
- 3) Establecer los subgrupos, según la variable.
- 4) Asegurar tener las listas de los componentes de cada subgrupo.
- 5) Calcular el porcentaje de la muestra representativa de la población.
- 6) Calcular proporcionalmente el mismo porcentaje en números de cada subgrupo identificado.
- 7) Repetir el tratamiento con los demás subgrupos.

2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La investigación es de carácter científico con un enfoque cuantitativo.

Se hizo uso del siguiente método, técnica e instrumento:

- ✓ El método analítico que nos permitió organizar y dar a conocer los resultados mediante una interpretación objetiva y real.

- ✓ La técnica que se utilizó fue la encuesta de campo que nos asintió recopilar información referente a la marca UNTRM y su posicionamiento en los 55 estudiantes de quinto de secundaria de los distintos colegios en la ciudad de Chachapoyas.
- ✓ El instrumento utilizado fue un cuestionario que ayudó a recoger y almacenar información, mediante preguntas cerradas de respuestas múltiples.

2.8. Análisis de datos

Después de la recolección de datos a través de fichas de encuestas realizadas a los estudiantes de quinto de secundaria de los distintos colegios de la ciudad de Chachapoyas se desarrolló el análisis de datos respectivos para medir cada uno de los objetivos propuestos y verificar de manera directa y concreta el rechazo y/o aceptación de la hipótesis; para lo cual se aplicó el SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) el que nos permitió desarrollar un análisis e interpretación de la base de datos generados por la recolección de información.

CAPITULO III
RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Resultado de la encuesta realizada a los estudiantes del quinto grado de secundaria de los distintos colegios de la ciudad de Chachapoyas.

La encuesta fue aplicada a 55 estudiantes que están cursando el quinto grado de secundaria, para conocer el conocimiento que tienen con respecto a la marca UNTRM.

DATOS GENERALES

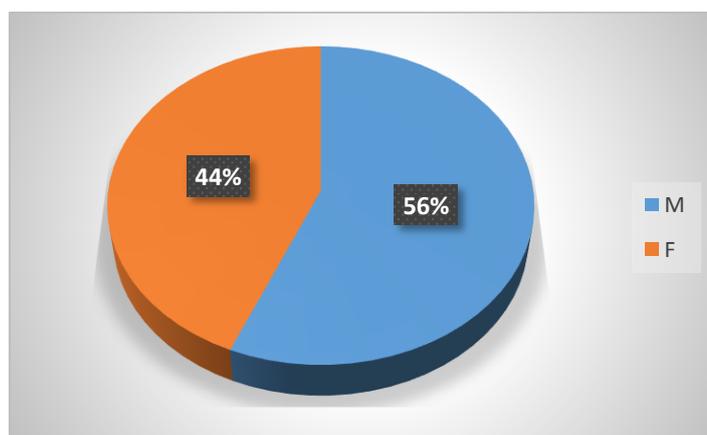


Figura 1: Género

Respecto al género de los encuestados, el 44% son mujeres y el 56% son varones.

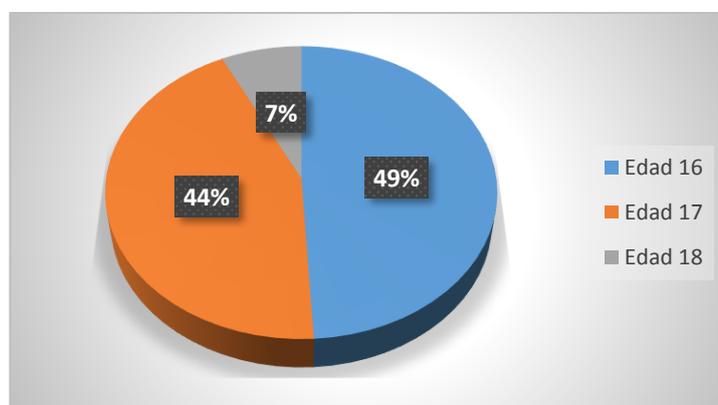


Figura 2: Edad

Respecto a la edad de los encuestados, el 49% tiene una edad de 16 años, el 44% tiene 17 años y por último el 7% tiene 18 años.

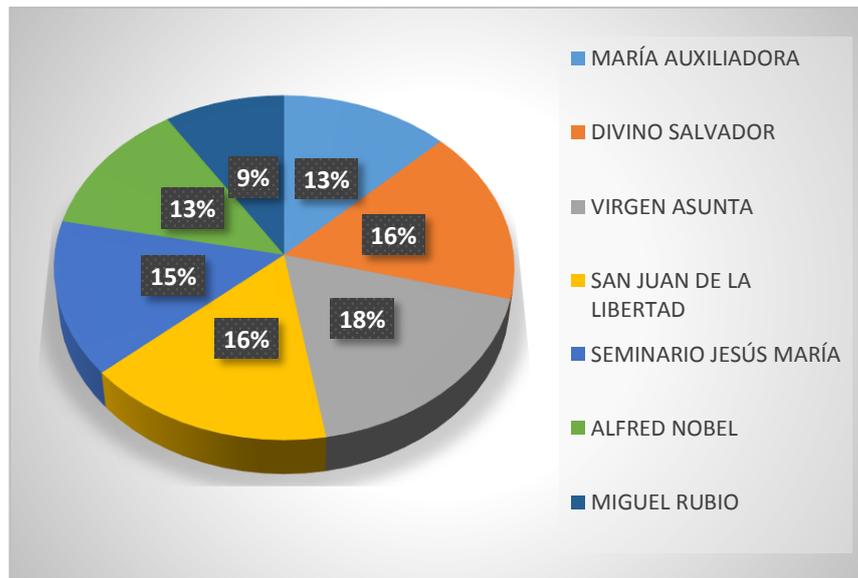


Figura 3: Institución Educativa

Con referencia a la Institución Educativa al que pertenecen los encuestados presentamos que el 18% pertenecen a I.E. Virgen Asunta, el 16% corresponde al Divino Salvador, de igual manera a la I.E. San Juan de la Libertad, el 15% a la Institución Seminario Jesús María, el 13% María Auxiliadora y Alfred Nobel cada una y por último un 9% a la I.E. Miguel Rubio.

DIMENSIÓN: LICENCIAMIENTO

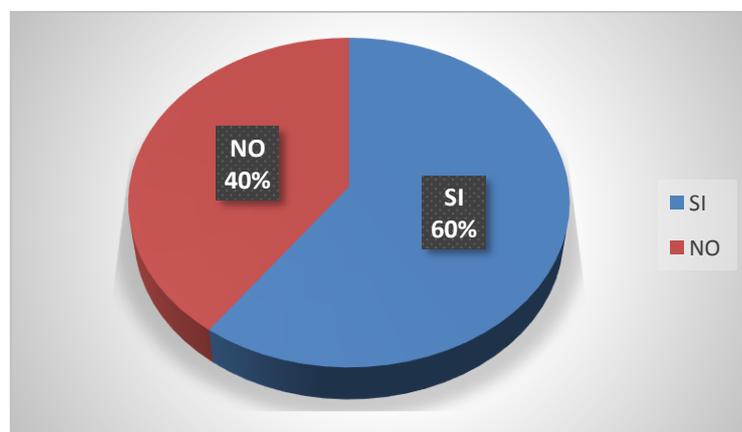


Figura 4: Pregunta 1.- ¿Consideras que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar estudios de la carrera que tú tienes como perspectiva?

Con relación a la pregunta 1, obtuvimos que el 60% considera que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar sus estudios en la carrera deseada, en cambio el 40% considera que no presenta las condiciones apropiadas para empezar con sus estudios superiores.

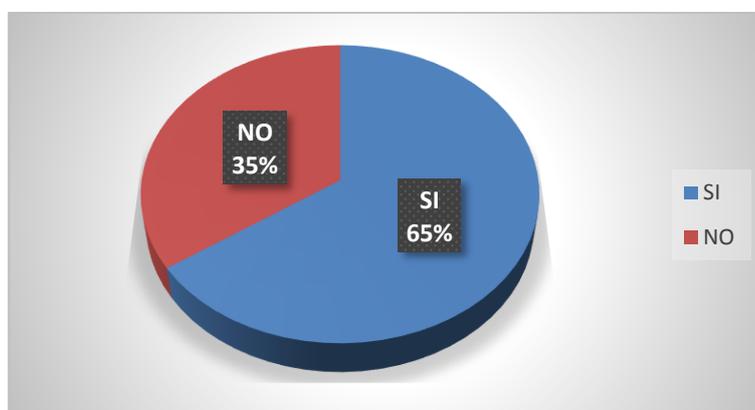


Figura 5: Pregunta 2.- ¿Te parece que la infraestructura de la UNTRM te ofrece la seguridad para realizar los estudios que deseas?

Con referencia a la pregunta 2, el 65% de los encuestados les parece que la infraestructura de la UNTRM, ofrece la seguridad para realizar sus estudios, en cambio un 35% no están de acuerdo.

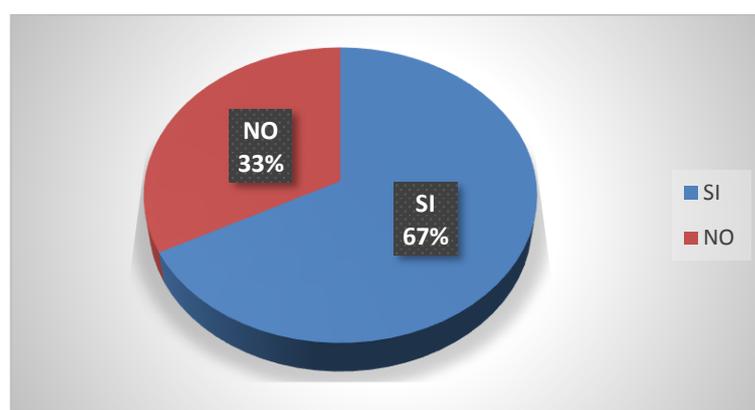


Figura 6: Pregunta 3.- ¿Crees que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que tú anhelas?

Respecto a la pregunta 3, tenemos que el 67% de los estudiantes de quinto grado que han sido encuestados creen que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que anhelan, por otro lado el 33% no piensan lo mismo.

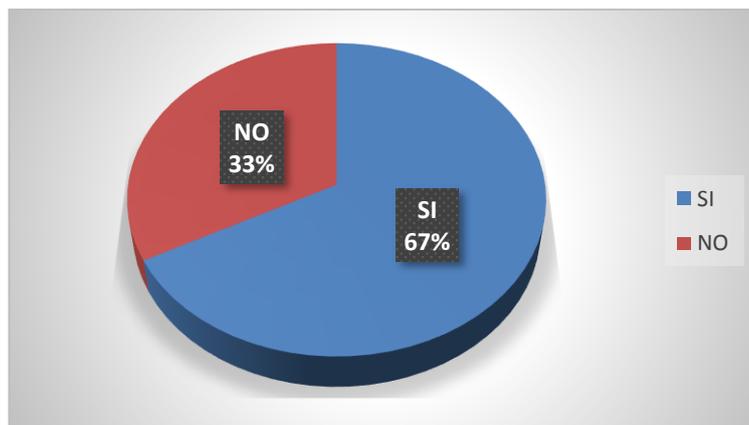


Figura 7: Pregunta 4.- ¿Crees que los docentes de la UNTRM cumplen tus expectativas?

En la pregunta 4, observamos que el 67% de los encuestados creen que los docentes de la UNTRM cumplen con sus expectativas, en cambio el 33% no piensan de la misma manera.

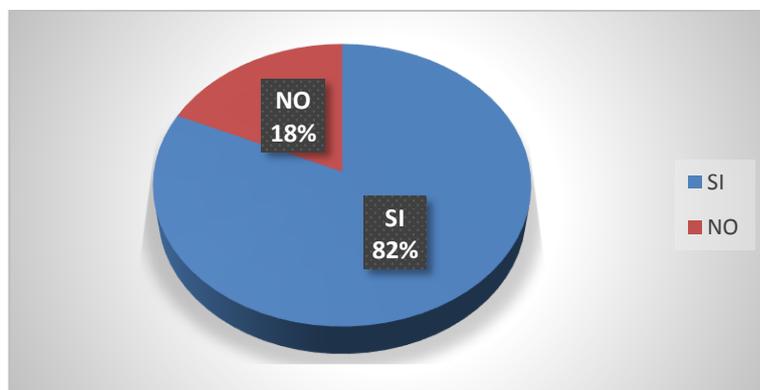


Figura 8: Pregunta 5.- ¿Te han comentado que existe servicio de enfermería en la UNTRM?

Con referencia a la pregunta 5, el 82% tiene conocimiento que existe el servicio de enfermería en la UNTRM, por otro lado teniendo un 18% no sabía que existe este servicio en la UNTRM.

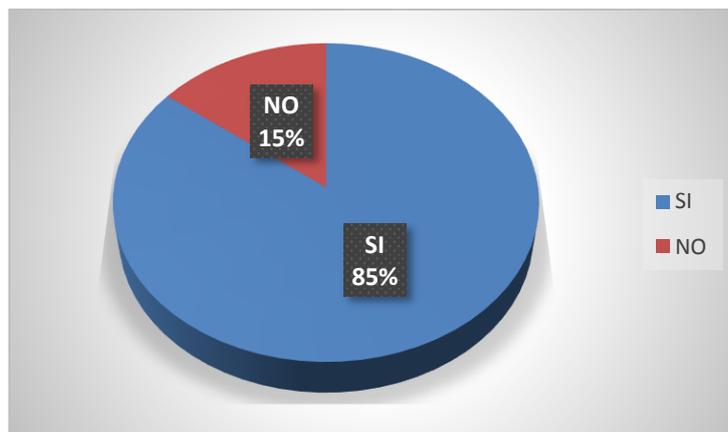


Figura 9: Pregunta 6.- ¿Crees que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes?

Respecto a la pregunta 6, el 85% de los estudiantes del quinto grado de secundaria que fueron encuestados creen que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes, por otro lado el 15% no considera que este servicio garantice el bienestar de los alumnos.

DIMENSIÓN: INVESTIGACIONES

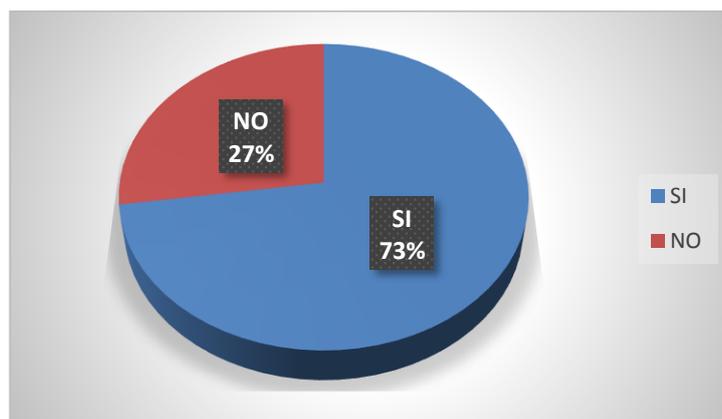


Figura 10: Pregunta 7.- ¿Has escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología?

En la pregunta 7 observamos que el 73% ha escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología, en cambio el 27% de los encuestados no tenía conocimiento de ningún descubrimiento.

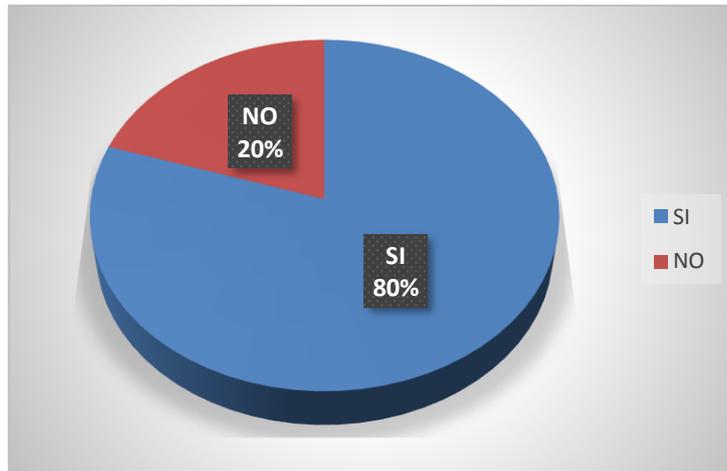


Figura 11: Pregunta 8.- ¿Te atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando?

Con respecto a la pregunta 8, el 80% de los encuestados les atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando, en cambio un 20% no les atrae.

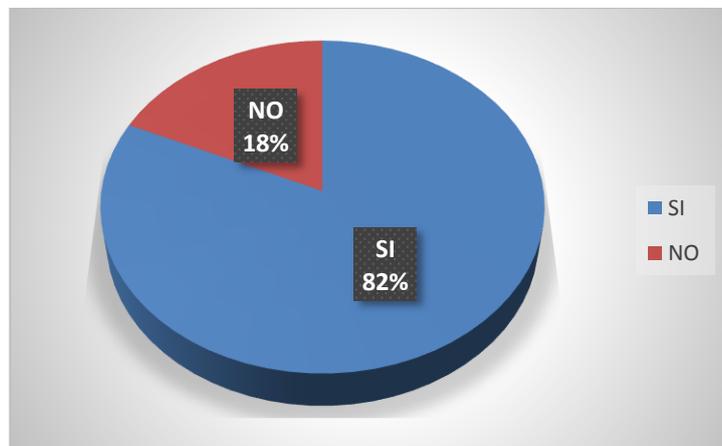


Figura 12: Pregunta 9.- ¿Te agradaría más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM?

En la pregunta 9, observamos que un 82% de los estudiantes encuestados le agradaría más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM, por otro lado un 18% no está interesado en conocer estos descubrimientos.

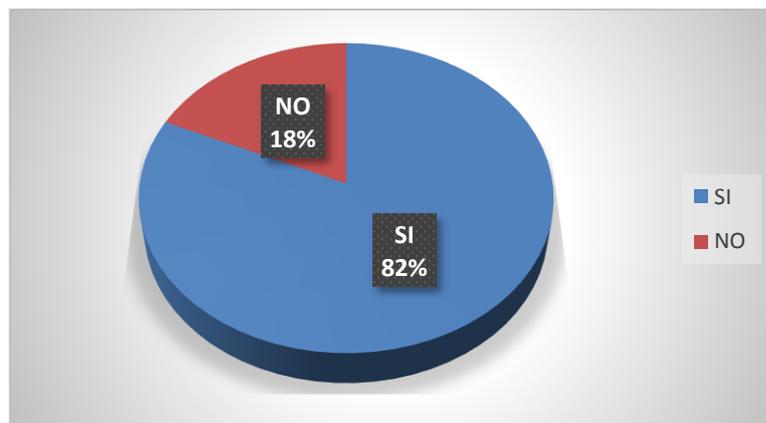


Figura 13: Pregunta 10.- ¿Los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos?

Con respecto a la pregunta 10, el 82% de los encuestados, siendo un porcentaje muy alto, creen que los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos y un 18% cree que no son atractivos.

DIMENSIÓN: CALIDAD EDUCATIVA

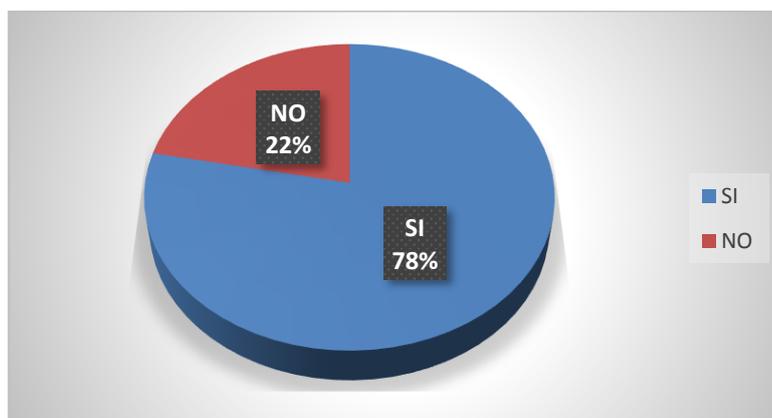


Figura 14: Pregunta 11.- ¿Crees que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad?

Con referencia a la pregunta 11, el 78% de los encuestados creen que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad, por otro lado un 22% no cree lo mismo.

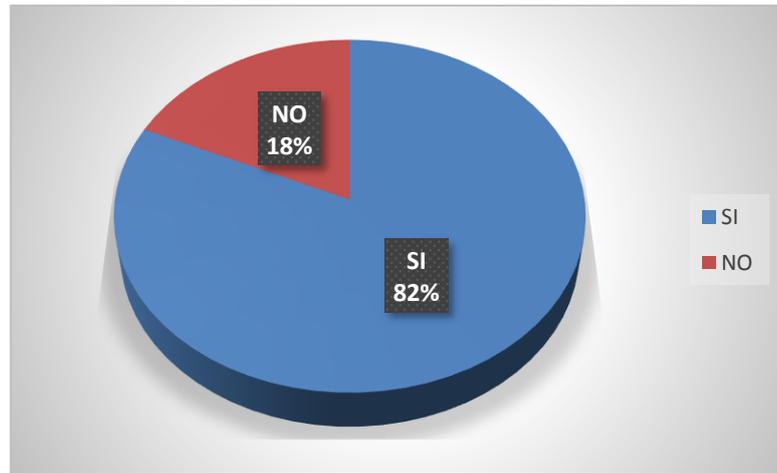


Figura 15: Pregunta 12.- ¿Es para ti importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje?

Con referencia a la pregunta 12, observamos que el 82%, un porcentaje muy alto, piensa que es importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje, en cambio un 18% no tiene esa perspectiva.

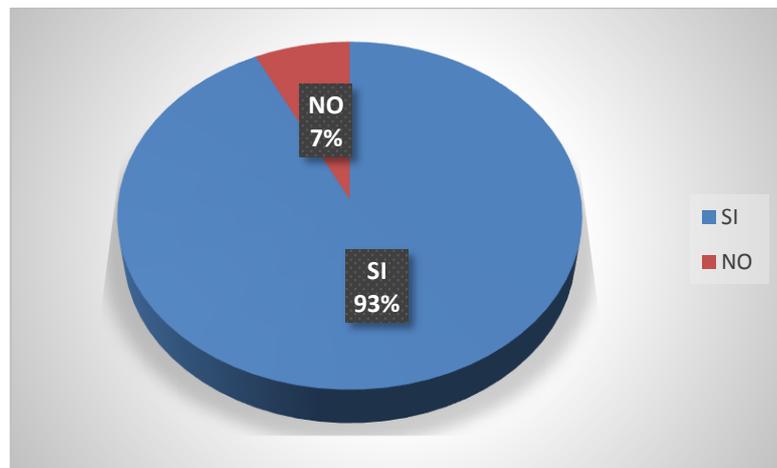


Figura 16: Pregunta 13.- ¿Has escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias?

En la pregunta 13 observamos que el 93% de los encuestados, siendo un porcentaje muy alto, ha escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias, y el 7% no tenía conocimiento de esto.

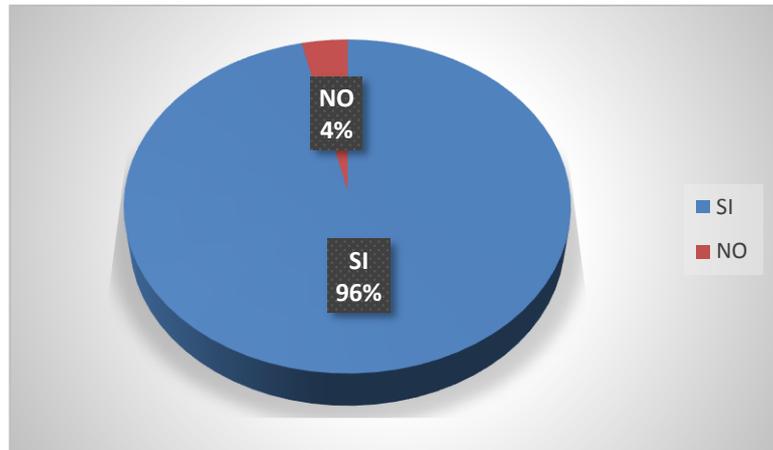


Figura 17: Pregunta 14.- ¿Consideras que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que los estudiantes decidan optar por estudiar en la UNTRM?

Respecto a la pregunta 14, el 96% de los encuestados considera que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que decidan optar por estudiar en la UNTRM, y un 4% siendo un porcentaje muy bajo que piensa lo contrario.

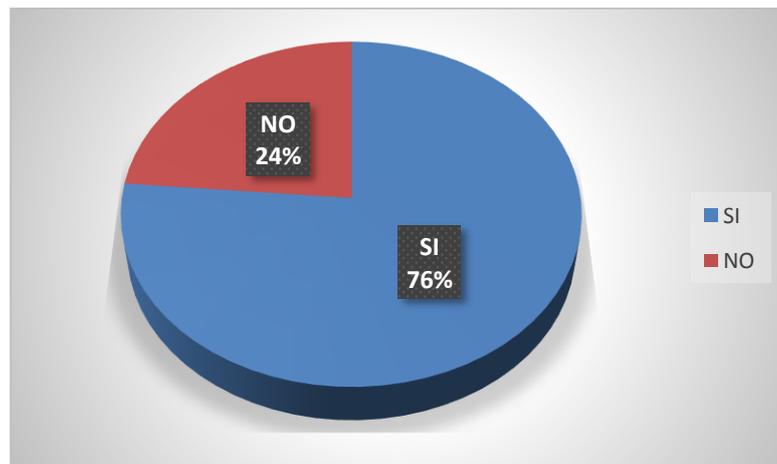


Figura 18: Pregunta 15.- ¿Para ti es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes?

En la pregunta 15 observamos que el 76% de los encuestados es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes, en cambio un 24% no cree que sea importante.

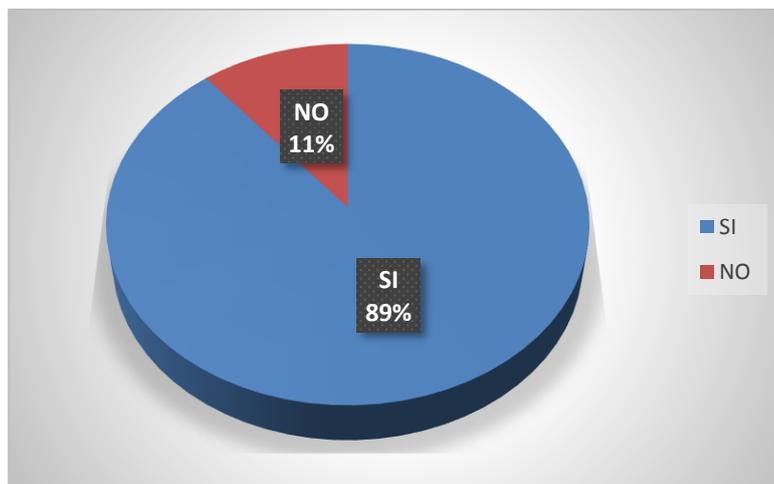


Figura 19: Pregunta 16.- ¿Tú elección de la universidad se basa en la formación de valores?

Con respecto a la pregunta 16, el 89% de los encuestados piensan que para que elijan estudiar en la universidad se basa en la formación de valores, por lo contrario el 11% no piensa de esa manera.

DIMENSIÓN: ATRIBUTOS INTANGIBLES

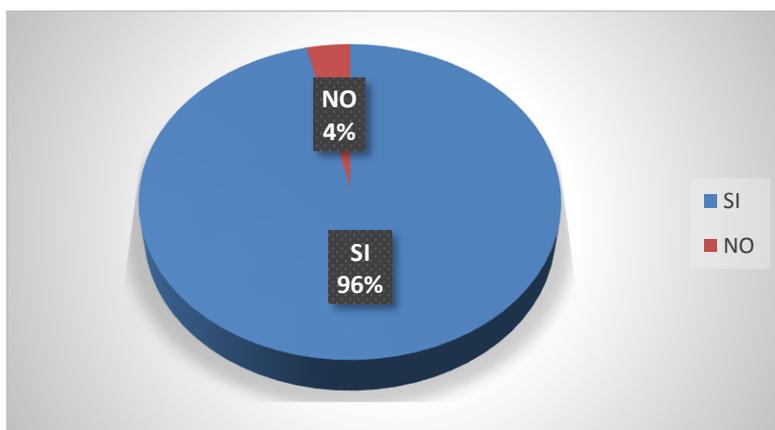


Figura 20: Pregunta 17.- ¿Tú crees que estudiar en la UNTRM te traerá grandes beneficios?

En la pregunta 17 observamos que el 96% de los encuestados cree que estudiar en la UNTRM le traerá grandes beneficios, siendo esto un gran porcentaje, por otro lado el 4% no cree que le traerá beneficios, siendo un número reducido.

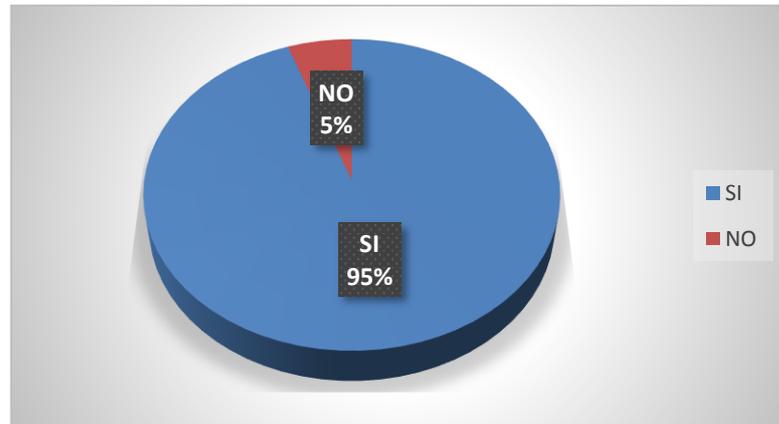


Figura 21: Pregunta 18.- ¿Tú crees que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral?

Con referencia a la pregunta 18, un 95% de los estudiantes encuestados cree que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral, por otro lado un 5% piensa que debería actualizarse.

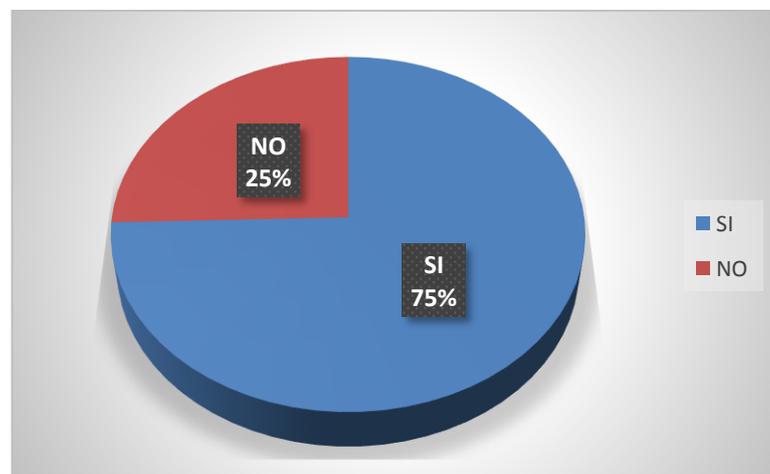


Figura 22: Pregunta 19.- ¿Tú crees que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional?

En la pregunta 19, observamos que el 75% de los encuestados cree que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional, en cambio un 25% no piensa lo mismo.

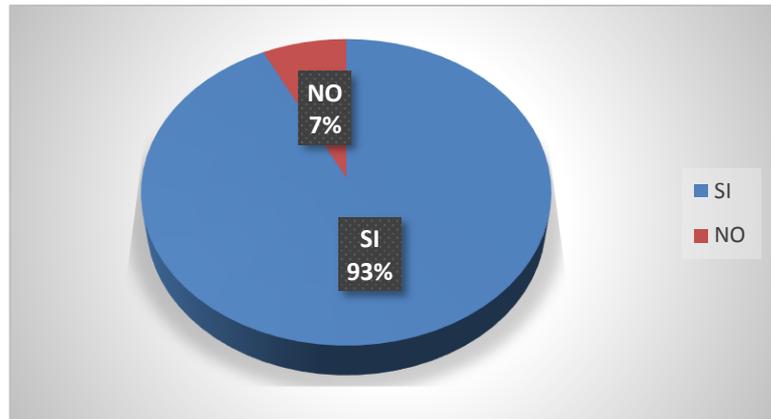


Figura 23: Pregunta 20.- ¿Cuándo oyes la palabra UNTRM sientes cercanía?

Con referencia a la pregunta 20, el 93% de los encuestados cuándo oye la palabra UNTRM siente cercanía y el 7% no siente lo mismo, siendo esto un número reducido.

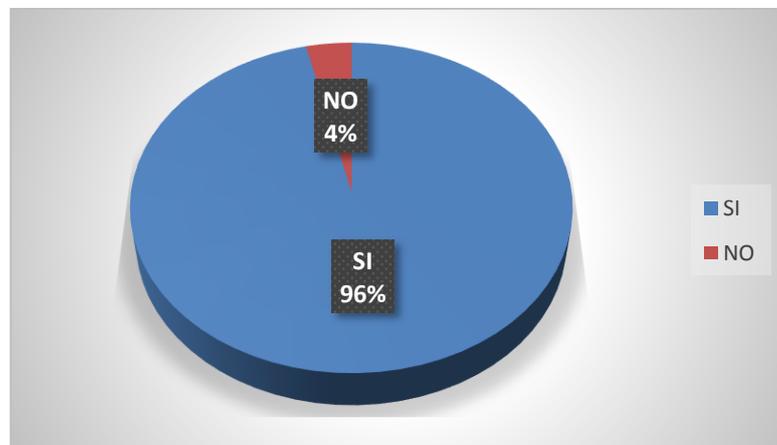


Figura 24: Pregunta 21.- ¿Cuándo mencionas la palabra UNTRM te identificas con ella?

Con respecto a la pregunta 21, un 96% de los encuestados, siendo un porcentaje muy alto, cuándo mencionan la palabra UNTRM se identifican con ella, en cambio un 4% no se identifica cuando la menciona.

CAPITULO IV
DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

Los diversos estudios evidencian acerca de la relación que existe entre la marca y el posicionamiento con las estrategias de marketing, del mismo modo con la perspectiva, la llegada de información al público objetivo y con aspectos fundamentales para fidelizar al cliente (Chang, 2017), (Guevara, 2016).

Conforme a los resultados que se obtuvo, se establece que existe una relación significativa entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020; ya que se ha encontrado un gran número de estudiantes que tienen conocimiento de la marca UNTRM, del mismo modo conocen sobre algunos descubrimiento y servicios que presentan.

Estos guardan relación con lo que sostiene Ianni y Romero (2014), quien en su tesis concluyó el cliente se va a inclinar por una marca por la calidad, intereses y expectativas, el cual a través de los hallazgos obtuvimos que los estudiantes se interesan y optarían por estudiar en la universidad por la calidad, por los profesionales y la metodología de enseñanza.

Una de las limitaciones de esta investigación fue por la situación de pandemia en la que estamos pasando, por lo cual las encuestas no se hicieron de manera presencial sino virtual. Con respecto a la técnica utilizada fue aplicada sólo a una muestra de la población total, por lo que los resultados no pueden ser utilizados para generalizar a la población en general.

CAPITULO V
CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

- Existe una relación significativa entre el posicionamiento y la marca UNTRM en los estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, 2020; ya que un 96% se identifican cuando escuchan la marca UNTRM, esto quiere decir que ya está posicionada la marca en la mente de los estudiantes, así mismo ya los fidelizó.
- Con respecto a los atributos de la marca, Tenemos que el 93% de los estudiantes del quinto de secundaria de los diferentes colegios de la ciudad de Chachapoyas siente cercanía al mencionar la palabra UNTRM, esto quiere decir que recuerdan las características de la marca UNTRM como el color, logotipo, diseño, etc.
- El 96% los estudiantes del quinto grado de secundaria considera que la metodología de enseñanza de la UNTRM reúne las condiciones de calidad y cubre sus expectativas para optar por estudiar en ella; por otro lado un 82% de los estudiantes encuestados les agradaría conocer más a fondo las investigaciones realizadas por la UNTRM.
- La relación entre los atributos de marca y los factores que determinan el posicionamiento es de manera directa, ya que si los estudiantes del quinto de secundaria tienen mayor conocimiento acerca de las investigaciones, la calidad educativa, el licenciamiento y los atributos intangibles; mas posicionada estará la marca UNTRM en dichos estudiantes.

CAPITULO VI
RECOMENDACIONES

VI.RECOMENDACIONES

- El resultado de la investigación puede aplicarse para desarrollar investigaciones en sectores donde la población tenga similares características, del mismo modo se recomienda elaborar estas investigaciones cada un cierto tiempo para que se pueda medir el nivel de posicionamiento de la marca UNTRM, con el paso de los años.
- Diseñar estrategias de marketing para lograr un mayor posicionamiento de la marca UNTRM en los estudiantes del quinto de secundaria, ya que se ha encontrado cierto número de alumnos que desconocen algunos aspectos.
- Promover visitas guiadas a las diferentes escuelas profesionales de la UNTRM, para que los estudiantes del quinto de secundaria de todos los colegios de la ciudad de Chachapoyas puedan conocer los edificios institucionales y la oferta académica que se brinda; así pueden tener una idea clara de la carrera profesional a elegir y que vaya acorde a sus intereses.
- Implementar y/o reformular un plan de marketing que debe estar sujeto a un análisis previo de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con el fin de que se posicione y fidelice a los estudiantes del quinto de secundaria de los lugares aledaños a la ciudad de Chachapoyas.

CAPITULO VII
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Campojo, M., & Muñoz, L. (2017). Estrategias para el posicionamiento del centro histórico de la ciudad de Chachapoyas como parte del destino turístico de la región Amazonas (tesis de pregrado). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas.
- Chang, L. (2017). El marketing y el posicionamiento de la marca de útiles escolares David en Los Olivos en el primer trimestre de 2017 (tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo.
- Guevara, R. (2016). Posicionamiento de marca de las instituciones educativas adventistas de Trujillo y estrategia de marketing para convertirlas en loemarks (tesis de maestría). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2015). Metodología de la investigación (5ta ed. ed.). México: Edit-. McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ianni, O. y Romero, M. (2014). Análisis del posicionamiento de la marca de vinos Pomar en el mercado caraqueño (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Recuperado de:
- <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9255.pdf#page=10&zoom=auto,-99,546>
- Levin, R. I., y Rubin, D. S. (2016). *Estadística para Administración y Economía*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- López, O. (2011). *Instrumentos de investigación*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacion-9217795>
- MINEDU (2019). 16. EBR-Secundaria: Matrícula en cada grado. Recuperado 11 de noviembre de 2019, de 2019 website: <http://escale.minedu.gob.pe/magnitudes->

portlet/reporte/cuadro?anio=27&cuadro=497&forma=U&dpto=01&prov=0101&dist=010101&dre=&tipo_ambito=ambito-ubigeo

Tamayo, M (2017). *Tipos de investigación científica*. Recuperado de https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf

Valencia, A. (2017). *Posicionamiento de Marca y su influencia en la desicion de compra* (Tesis de maestria). Universidad de Manizales, Colombia.

CAPITULO VIII
ANEXOS

VIII. ANEXO

8.1 ENCUESTA DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES QUE ESTÁN CURSANDO EL QUINTO GRADO DE SECUNDARIA DE LOS DIFERENTES COLEGIOS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2020, CON EL OBJETIVO DE DETERMINAR LA RELACIÓN DEL POSICIONAMIENTO Y MARCA UNTRM, CON RESPECTO A ESTOS ESTUDIANTES.

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

Estimado estudiante, el presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad determinar la relación que existe entre el posicionamiento y la marca UNTRM en estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas, por ello esperamos que llenes el documento con sinceridad y agradecemos tú colaboración.

I. DATOS GENERALES

Sexo: F () M ()	Edad:
Institución educativa:	

II. INSTRUCCIONES

A continuación, se presenta una serie de ítems, señale con una equis (x) la casilla que usted considere correcta.

N°	ÍTEMS	ESCALA	
		SÍ	NO
DIMENSIÓN: LICENCIAMIENTO			
1	¿Consideras que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar estudios de la carrera que tú tienes como perspectiva?		
2	¿Te parece que la infraestructura de la UNTRM te ofrece la seguridad para realizar los estudios que deseas?		
3	¿Crees que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que tú anhelas?		

4	¿Crees que los docentes de la UNTRM cumplen tus expectativas?		
5	¿Te han comentado que existe servicio de enfermería en la UNTRM?		
6	¿Crees que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes?		
DIMENSIÓN: INVESTIGACIONES			
7	¿Has escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología?		
8	¿Te atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando?		
9	¿Te agradaría más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM?		
10	¿Los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos?		
DIMENSIÓN: CALIDAD EDUCATIVA			
11	¿Crees que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad?		
12	¿Es para ti importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje?		
13	¿Has escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias?		
14	¿Consideras que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que los estudiantes decidan optar por estudiar en la UNTRM?		
15	¿Para ti es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes?		
16	¿Tú elección de la universidad se basa en la formación de valores?		
DIMENSIÓN: ATRIBUTOS INTANGIBLES			
17	¿Tú crees que estudiar en la UNTRM te traerá grandes beneficios?		
18	¿Tú crees que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral?		
19	¿Tú crees que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional?		
20	¿Cuándo oyes la palabra UNTRM sientes cercanía?		
21	¿Cuándo mencionas la palabra UNTRM te identificas con ella?		

“MUCHAS GRACIAS POR TÚ COLABORACIÓN”

8.2 Búsqueda de Información en MINEDU ESCALE para obtener Población y Muestra de la cantidad de alumnos de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapoyas.

Nombre

Código modular

Código de local

Centro poblado

Ubicación DRE / UGEL

Departamento
Amazonas ▼

Provincia
Chachapoyas ▼

Distrito
Chachapoyas ▼

Tipo de Gestión Pública de gestión directa Pública de gestión privada Privada

Nivel Inicial Básica Alternativa Superior Artística
 Primaria Educación Especial Superior Tecnológica
 Todos Secundaria Superior Pedagógica CETPRO

Forma de Atención Escolarizada No escolarizada Estado Activo Inactivo

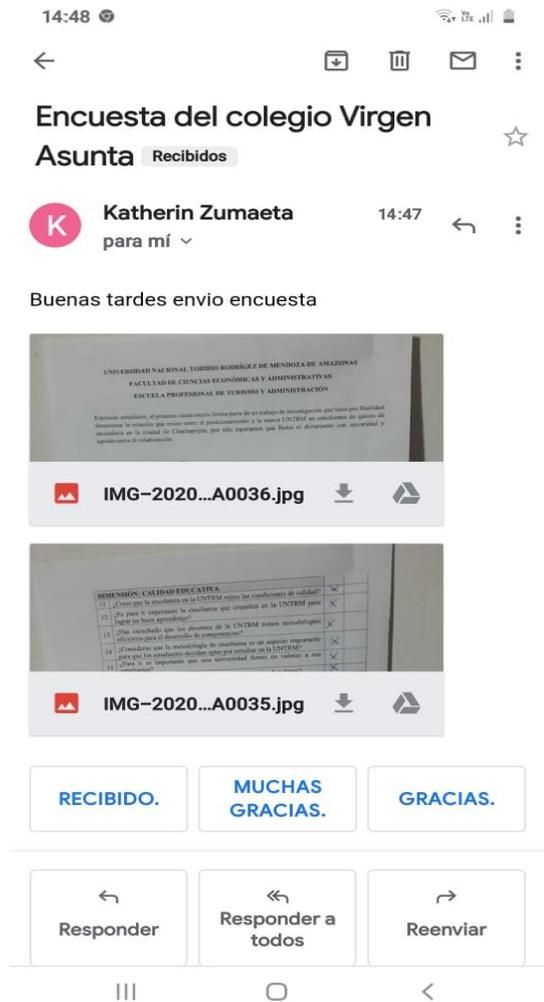
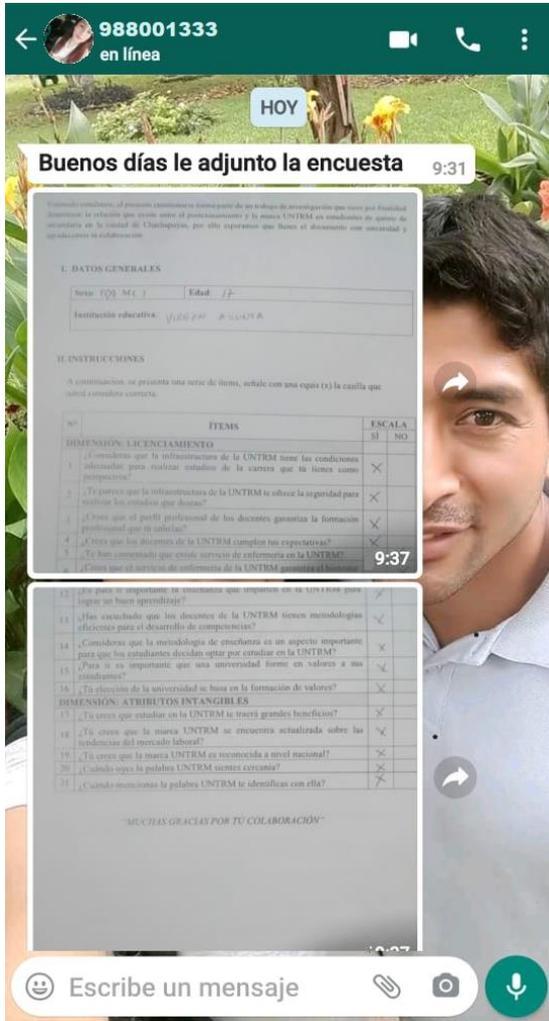
Total: 10

[Agregar / quitar columnas](#)

Haga clic sobre el código modular para obt

#	Código modular	Nombre	Nivel / Modalidad	Gestión / Dependencia	Dirección	Departamento / Provincia / Distrito	Alumnos (Censo educativo 2019)
1	0643668	18001 MIGUEL RUBIO	Secundaria	Pública - Sector Educación	JIRON LA MERCED 859	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	311
2	1302017	18002 MARIA AUXILIADORA	Secundaria	Pública - Sector Educación	JIRON PIURA S/N	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	312
3	1302132	ALFRED NOBEL	Secundaria	Privada - Particular	JIRON GRAU 621-623	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	107
4	0262196	VIRGEN ASUNTA	Secundaria	Pública - En convenio	JIRON LA MERCER 665	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	651
5	1582550	DIVINO SALVADOR	Secundaria	Privada - Particular	JIRON AYACUCHO 1130	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	76
6	0262188	SAN JUAN DE LA LIBERTAD	Secundaria	Pública - Sector Educación	JIRON AMAZONAS 216	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	975
7	0678581	SEMINARIO JESUS MARIA	Secundaria	Pública - En convenio	JIRON CHINCHA ALTA 492	Amazonas / Chachapoyas / Chachapoyas	369

8.3 Evidencia de la recepción de encuestas por diversas medias enviadas por los alumnos de las instituciones educativas de quinto de secundaria de la ciudad de Chachapoyas de la muestra obtenida.



UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

Estimado estudiante, el presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad determinar la relación que existe entre el posicionamiento y la marca UNTRM en estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapuyas, por ello esperamos que llenes el documento con sinceridad y agradezcamos tu colaboración.

I. DATOS GENERALES

Sexo: F () M (X) Edad: 16

Institución educativa: *San Juan de la Libertad*

II. INSTRUCCIONES

A continuación, se presenta una serie de ítems, señale con una equis (x) la casilla que usted considere correcta.

Nº	ÍTEM	ESCALA	
		SI	NO
DIMENSIÓN: LICENCIAMIENTO			
1	¿Consideras que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar estudios de la carrera que tú tienes como perspectiva?	X	
2	¿Te parece que la infraestructura de la UNTRM te ofrece la seguridad para realizar los estudios que desas?	X	
3	¿Crees que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que tú anhelas?	X	
4	¿Crees que los docentes de la UNTRM cumplen tus expectativas?	X	
5	¿Te han comentado que existe servicio de enfermería en la UNTRM?	X	
6	¿Crees que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes?	X	
DIMENSIÓN: INVESTIGACIONES			
7	¿Has escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología?	X	
8	¿Te atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando?	X	
9	¿Te agrada más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM?	X	
10	¿Los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos?	X	

DIMENSIÓN: CALIDAD EDUCATIVA			
11	¿Crees que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad?	X	
12	¿Es para ti importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje?	X	
13	¿Has escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias?	X	
14	¿Consideras que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que los estudiantes decidan optar por estudiar en la UNTRM?	X	
15	¿Para ti es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes?	X	
16	¿Tu elección de la universidad se basa en la formación de valores?	X	
DIMENSIÓN: ATRIBUTOS INTANGIBLES			
17	¿Tú crees que estudiar en la UNTRM te traerá grandes beneficios?	X	
18	¿Tú crees que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral?	X	
19	¿Tú crees que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional?	X	
20	¿Cuándo oyes la palabra UNTRM sientes cercanía?	X	
21	¿Cuándo mencionas la palabra UNTRM te identificas con ella?	X	

"MUCHAS GRACIAS POR TÚ COLABORACIÓN"

DIMENSIÓN: CALIDAD EDUCATIVA			
11	¿Crees que la enseñanza en la UNTRM reúne las condiciones de calidad?	X	
12	¿Es para ti importante la enseñanza que imparten en la UNTRM para lograr un buen aprendizaje?	X	
13	¿Has escuchado que los docentes de la UNTRM tienen metodologías eficientes para el desarrollo de competencias?	X	
14	¿Consideras que la metodología de enseñanza es un aspecto importante para que los estudiantes decidan optar por estudiar en la UNTRM?	X	
15	¿Para ti es importante que una universidad forme en valores a sus estudiantes?	X	
16	¿Tu elección de la universidad se basa en la formación de valores?	X	
DIMENSIÓN: ATRIBUTOS INTANGIBLES			
17	¿Tú crees que estudiar en la UNTRM te traerá grandes beneficios?	X	
18	¿Tú crees que la marca UNTRM se encuentra actualizada sobre las tendencias del mercado laboral?	X	
19	¿Tú crees que la marca UNTRM es reconocida a nivel nacional?	X	
20	¿Cuándo oyes la palabra UNTRM sientes cercanía?	X	
21	¿Cuándo mencionas la palabra UNTRM te identificas con ella?	X	

"MUCHAS GRACIAS POR TÚ COLABORACIÓN"

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

Estimado estudiante, el presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad determinar la relación que existe entre el posicionamiento y la marca UNTRM en estudiantes de quinto de secundaria en la ciudad de Chachapuyas, por ello esperamos que llenes el documento con sinceridad y agradezcamos tu colaboración.

I. DATOS GENERALES

Sexo: F (X) M () Edad: 17

Institución educativa: *VIRGEN ASUNTA*

II. INSTRUCCIONES

A continuación, se presenta una serie de ítems, señale con una equis (x) la casilla que usted considere correcta.

Nº	ÍTEM	ESCALA	
		SI	NO
DIMENSIÓN: LICENCIAMIENTO			
1	¿Consideras que la infraestructura de la UNTRM tiene las condiciones adecuadas para realizar estudios de la carrera que tú tienes como perspectiva?	X	
2	¿Te parece que la infraestructura de la UNTRM te ofrece la seguridad para realizar los estudios que desas?	X	
3	¿Crees que el perfil profesional de los docentes garantiza la formación profesional que tú anhelas?	X	
4	¿Crees que los docentes de la UNTRM cumplen tus expectativas?	X	
5	¿Te han comentado que existe servicio de enfermería en la UNTRM?		X
6	¿Crees que el servicio de enfermería de la UNTRM garantiza el bienestar de los estudiantes?		X
DIMENSIÓN: INVESTIGACIONES			
7	¿Has escuchado de algún descubrimiento que ha producido la UNTRM tanto en la ciencia y tecnología?	X	
8	¿Te atrae la UNTRM por los descubrimientos que ha ido logrando?	X	
9	¿Te agrada más conocer sobre los descubrimientos que se ha producido en la UNTRM?	X	
10	¿Los nuevos conocimientos que genera la UNTRM son atractivos?	X	