



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**La actitud pedagógica del profesor y la imagen  
corporativa en las instituciones educativas de la Red 15  
UGEL 04, 2014**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
DOCTOR EN EDUCACIÓN**

**AUTOR**

Mgtr. Mirtha Marlene Grández Vásquez

**ASESOR:**

Dr. Roger Iván Soto Quiroz

**SECCIÓN:**

Educación e Idiomas

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión y calidad educativa

**PERÚ - 2015**

---

**Dra. Isabel Menacho Vargas**  
**PRESIDENTA**

---

**Dr. Rodolfo Talledo Reyes**  
**SECRETARIO**

---

**Dr. Roger Iván Soto Quiroz**  
**VOCAL**

## **Dedicatoria**

A Dios Todopoderoso, por darme la fuerza necesaria para concluir esta meta.

A mí familia, a mis padres Félix y Natalia que descansan en la paz de Dios, a mis queridos hermanos, y a todos los eternos aprendices.

Mirtha

## **Agradecimiento**

A mis estimados colegas, profesores, y autoridades de la Universidad César Vallejo; de manera especial a su Rector Fundador César Acuña Peralta.

## Declaratoria de autenticidad

### Declaración Jurada

Yo, Mirtha Marlene Grández Vásquez estudiante del Programa Doctorado en Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI: 10414037 con la tesis titulada *La actitud pedagógica del profesor y la imagen corporativa en las instituciones educativas de la Red 15 UGEL 04, 2014.*

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, Junio del 2015

-----  
Magtr. Mirtha Grández Vásquez  
DNI 10414037

## **Presentación.**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento con los dispositivos vigentes que establece el proceso de graduación de la Universidad César Vallejo, con el fin de optar el grado de Doctor en Educación, presento la tesis titulada La actitud pedagógica del profesor y la imagen corporativa en las instituciones educativas de la Red 15 UGEL 04, 2014.

En base a una ardua investigación y a la aplicación de los procesos del análisis y construcción de los datos obtenidos, presento esta tesis, esperando que sirva de soporte para investigaciones futuras y nuevas propuestas que contribuyan en el mejoramiento de la educación.

La presente investigación consta de siete capítulos:

Capítulo I : Introducción.

Capítulo II : Marco teórico.

Capítulo III : Marco metodológico

Capítulo IV : Resultados y discusión.

Capítulo V : Conclusiones.

Capítulo VI : Recomendaciones.

Capítulo VII : Referencias bibliográficas

Finalmente doy a conocer los anexos.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora

## Índice

	Página
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Resumo	xiv
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	15
Antecedentes	18
Marco teórico	23
Actitud pedagógica	23
Dimensiones de actitud pedagógica	32
Imagen corporativa	36
Dimensiones de imagen corporativa	43
Marco conceptual	50
Justificación	53
Problema	56
Formulación del problema	60
Hipótesis	61
Objetivos	62
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO	63
2.1. Variables	63
2.1.1. Definición conceptual	63
2.2. Operacionalización de variables	65

2.3. Metodología	67
2.4. Tipo de estudio	67
2.5. Diseño	67
2.6. Población, muestra y muestreo	69
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	71
2.7.1. Validez de instrumento	72
2.7.2. Confiabilidad del instrumento	74
2.8. Método de Análisis de Datos	77
2.9. Aspectos éticos	78
CAPÍTULO III. RESULTADOS	79
3.1. Resultados descriptivos	80
3.2. Resultados inferenciales	90
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN	96
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	100
CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES	103
CAPITULO VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
ANEXO	114
Anexo 1 Matriz de consistencia	115
Anexo 2 Matriz de operacionalización de variables actitud pedagógica	117
Anexo 3 Matriz de operacionalización de variables imagen corporativa	119
Anexo 4 Base de datos de la confiabilidad de instrumentos	121
Anexo 5 Instrumentos	123
Anexo 6 Instrumento de medición de la imagen corporativa	125
Anexo 7 Prueba de confiabilidad	126
Anexo 8 Certificado de validez de la imagen corporativa	127
Anexo 9 Certificado de validez de la actitud pedagógica	129
Anexo 10 Base de datos	131



## Lista de tablas

	<b>Página</b>
Tabla 1. Operacionalización de variable Actitud pedagógica	66
Tabla 2. Operacionalización de variable Imagen corporativa	66
Tabla 3. Distribución de la población de estudio	59
Tabla 4. Determinación del tamaño de muestra	69
Tabla 5. Evaluación criterio de jueces para validación del instrumento Imagen corporativa	73
Tabla 6. Estadística de fiabilidad de la variable Actitud pedagógica del docente	75
Tabla 7. Confiabilidad de la dimensiones Imagen corporativa	76
Tabla 8. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la actitud pedagógica del docente	80
Tabla 9. Distribución de frecuencias según nivel asignado a las dimensiones de la actitud pedagógica del docente por IE de la UGEL 04	81
Tabla 10. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la actitud pedagógica del docente por IE de la UGEL 04	82
Tabla 11. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la Imagen Corporativa.	83
Tabla 12. Distribución de frecuencias de las Dimensiones de la variable Imagen Corporativa	84
Tabla 13. Distribución de frecuencias del nivel de Imagen Corporativa por IE de la UGEL 4	85
Tabla 14. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Actitud pedagógica e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	86
Tabla 15. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Cognoscitivo e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	87
Tabla 16. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Afectivo e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	88

Tabla 17. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Conductual e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	89
Tabla 18. Grado de correlación Spearman entre Actitud Pedagógica Imagen Corporativa según docentes de las IE UGEL 04	90
Tabla 19. Grado de correlación Spearman entre la dimensión Componente cognoscitivo e Imagen Corporativa según docentes de las IE UGEL 04	91
Tabla 20. Grado de correlación Spearman entre la dimensión componente afectivo e Imagen Corporativa según docentes de las IE UGEL 04	92
Tabla 21. Grado de correlación Spearman entre la dimensión componente conductual e Imagen Corporativa según docentes de las IE UGEL 04	93
Tabla 22. Grado de correlación Spearman entre la Actitud pedagógica e Imagen Corporativa según docentes de las IE UGEL 04	94

## Lista de figuras

	<b>Página</b>
Figura 1. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la actitud pedagógica del docente	80
Figura 2. Distribución de frecuencias según nivel asignado a las dimensiones de la actitud pedagógica del docente por IE de la UGEL 04	81
Figura 3. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la actitud pedagógica del docente por IE de la UGEL 04	82
Figura 4. Distribución de frecuencias según nivel asignado a la Imagen Corporativa	83
Figura 5. Distribución de frecuencias de Dimensiones de Imagen Corporativa	84
Figura 6. Distribución de frecuencias del nivel de Imagen Corporativa por IE de la UGEL 4	85
Figura 7. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Actitud pedagógica e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	86
Figura 8: Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Cognoscitivo e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	87
Figura 9. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Afectivo e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	88
Figura 10. Distribución de frecuencias y porcentajes de encuestados según opinión de Componente Conductual e Imagen Corporativa en las IE de la UGEL 4	89

## Resumen

La investigación titulada La actitud pedagógica del profesor y su relación con la imagen corporativa en las instituciones educativas de la Red 15 UGEL 04, 2014 se desarrolló a fin de alcanzar el objetivo de determinar la relación entre la actitud pedagógica del profesor y su relación con la imagen corporativa en las instituciones educativas de la Red 15 UGEL 04, 2014, estudio realizado en el contexto de una sociedad con crecimiento poblacional en la misma que el proceso de mejoramiento de la calidad educativa es promovido por el Ministerio de Educación a través de la Dirección Regional de Lima Metropolitana.

Es un estudio sustantivo descriptivo de diseño no experimental transversal correlacional, se trabajó con una población conocida y una muestra aleatorizada estableciendo un conglomerado de docentes de tres niveles de educación básica regular correspondiente a las instituciones educativas, el análisis de los datos correspondieron en el enfoque cuantitativo y la metodología fue hipotético deductivo y el análisis estadístico se realizó con una prueba no paramétrica con el coeficiente Rho de Spearman.

Las conclusiones del estudio indican que existe una relación positiva estadísticamente significativa entre la actitud pedagógica del docente y la imagen corporativa a razón de un valor  $r = 0,876$  Spearman y una  $p = ,000$  ( $p < ,05$ ) probándose la hipótesis alterna rechazándose la hipótesis nula; por lo tanto se concluyó que existe relación directa entre las variables y esta relación es de una magnitud alta.

**Palabras clave:** *Actitud pedagógica – Imagen Corporativa*

## **Abstract**

The research entitled The educational role of the teacher and their relationship with the corporate image in the educational institutions of the Network 15 UGELs 04 2014 was developed to achieve the objective of determine the relationship between the educational role of the teacher and their relationship with corporate image in educational institutions UGELs Red 15 04 2014 study in the context of a society with the same population growth in the process of improving the quality of education promoted by the Ministry of Education through the Regional Directorate Metropolitan Lima.

It is a non descriptive correlational cross non-experimental design, we worked with a known population and a random sample establishing a conglomerate of teachers in three levels of regular basic education relevant to educational institutions, analysis of the data corresponded to the quantitative approach and was hypothetical deductive methodology and statistical analysis was performed using a nonparametric test with Spearman rho coefficient.

The findings indicate a statistically significant direct relationship between the educational role of teachers and corporate image at a rate of Spearman  $r = 0.876$  and  $p$  value = .000 ( $p < .05$ ) rejecting the alternative hypothesis being tested the hypothesis null therefore concluded that there is a direct relationship between the variables and this relationship is of a high magnitude.

Keywords: Pedagogical Attitude - Corporate Image

## Resumo

A pesquisa intitulada A atitude pedagógica do professor e sua relação com a imagem corporativa nas instituições educacionais da Rede 15 UGELs 04 2014 foi desenvolvido para alcançar o objetivo de determinar a relação entre a atitude educacional do professor e sua relação com o imagem corporativa nas instituições educacionais da Rede 15 UGELs 04, 2014, estudo no contexto de uma sociedade com o mesmo crescimento da população no processo de melhoria da qualidade da educação promovida pelo Ministério da Educação, através da Direcção Regional Metropolitan Lima.

É um estudo descritivo correlacional substantiva cruzar nenhum projeto experimental, nós trabalhamos com uma população conhecida e uma amostra aleatória, que estabelece um conglomerado de professores de três níveis do ensino básico regular, correspondentes a instituições educacionais, a análise dos dados correspondeu à abordagem quantitativa e foi metodologia hipotético dedutivo e análise estatística foi realizada utilizando um teste não paramétrico com ro de Spearman.

As conclusões do estudo indicam que há uma relação direta estatisticamente significativa entre a abordagem pedagógica do ensino e da imagem corporativa a uma taxa de valor Spearman  $r = 0,876$  e  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) rejeitando a hipótese alternativa que está sendo testada a hipótese não, por conseguinte, a Comissão concluiu que existe uma relação directa entre as variáveis e a relação é de uma alta magnitude.

Palavras-chave: atitude pedagógica - Imagem Corporativa