



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**

Marketing educativo y satisfacción de los padres de familia de la
Unidad Educativa Cotopaxi, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de la Educación

AUTOR:

Morocho Angamarca, Luisa Alexandra (ORCID: 0000-0003-2824-4472)

ASESOR:

Dr. Gamonal Torres, Carlos Ernesto (ORCID: 0000-0002-3233-3921)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión y Calidad Educativa

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo a la Virgen María por su compañía e intercesión ante Dios y a los niños por nacer que han muerto a causa del aborto, que han impregnado en mí una fuerza para luchar por los que no tienen voz.

Luisa Alexandra Morocho Angamarca

Agradecimiento

Agradezco a Dios por su amor y misericordia hacia mi persona y permitirme lograr esta meta.

A la Santísima Virgen María por su amor maternal y constante intercesión.

A mis padres, Ángel Morocho y Esperanza Angamarca, y a mis hermanos Darwin y Daniel por su apoyo, su paciencia y confianza en mí.

A mi compañero de camino por su cariño, confianza apoyo y motivación para seguir este estudio superior.

A los docentes de UCV por su enseñanza.

A todos mis amigos especialmente a los del equipo de evangelización Palabra Viva por su comprensión y oración.

Luisa Alexandra Morocho Angamarca

Índice de contenidos

| | |
|--|-----|
| Carátula | i |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Índice de contenidos..... | iv |
| Índice de tablas..... | iv |
| Resumen..... | vi |
| Abstract..... | vii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGÍA..... | 16 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 16 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 17 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 19 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 20 |
| 3.5. Procedimientos | 23 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 24 |
| 3.7. Aspectos éticos..... | 25 |
| IV. RESULTADOS | 26 |
| V. DISCUSIÓN | 38 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 45 |
| VII. RECOMENDACIONES | 46 |
| REFERENCIAS | 47 |
| ANEXOS | 52 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Matriz de operacionalización variable 1: Marketing educativo</i> | 18 |
| Tabla 2 Matriz de operacionalización variable 2: Satisfacción de padres de familia. | 19 |
| Tabla 3 <i>Escala de Likert</i> | 20 |
| Tabla 4 Validez de expertos de instrumento de investigación..... | 22 |
| Tabla 5 Niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach. | 22 |
| Tabla 6 Confiabilidad de instrumento..... | 23 |
| Tabla 7 Recurso estadístico | 24 |
| Tabla 8 Marketing educativo y satisfacción de los padres de familia | 26 |
| Tabla 9 Relación que existe entre marketing educativo y los elementos tangibles | 27 |
| Tabla 10 Relación que existe entre marketing educativo y la fiabilidad del servicio..... | 28 |
| Tabla 11 Relación entre marketing educativo y la capacidad de respuesta del personal. | 29 |
| Tabla 12 Relación entre marketing educativo y la seguridad del cliente | 30 |
| Tabla 13 Relación entre marketing educativo y la empatía con el padre de familia | 31 |
| Tabla 14 Correlación de Spearman entre marketing educativo y satisfacción de padres de familia..... | 32 |
| Tabla 15 Correlación de Spearman entre marketing educativo y elementos tangibles | 33 |
| Tabla 16 Correlación de Spearman entre marketing educativo y fiabilidad del servicio..... | 34 |
| Tabla 17 Correlación de Spearman entre Marketing educativo y capacidad de respuesta | 35 |
| Tabla 18 Correlación de Spearman entre marketing educativo y seguridad del cliente. | 36 |
| Tabla 19 Correlación de Spearman entre marketing educativo y empatía con el padre de familia | 37 |

Resumen

La investigación titulada marketing educativo y satisfacción de los padres de familia de la Unidad Educativa Cotopaxi, 2021, tuvo como objetivo determinar la relación entre marketing educativo y satisfacción de los padres de familia. El trabajo se fundamentó en las teorías de Kotler y Keller (2012) sobre el marketing educativo, además la teoría de Booms y Bitner (1981) que plantearon el incremento a 7Ps en marketing. Además, para la satisfacción del padre de familia se basó en la teoría según Zeithaml et al. (1992) que la dimensionaron en cinco aspectos. La metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo, tipo básica de alcance correlacional y diseño no experimental. La muestra fue no probabilística compuesta por 30 padres de familia, donde se empleó como instrumento el cuestionario, el cual obtuvo una confiabilidad de Alpha de Cronbach de 0.948 que es un resultado de fuerte confiabilidad. En los resultados se evidenció un coeficiente de correlación de Spearman $Rho=0.850$, que significa que cuanto mejor sea el marketing educativo en la institución mejor será la satisfacción del padre de familia, lo cual concluye que el marketing educativo mantiene una relación significativa positiva alta con la satisfacción de los padres de familia de la Unidad educativa Cotopaxi.

Palabras clave: Marketing educativo, Satisfacción, Calidad.

Abstract

The research entitled the educational marketing and satisfaction of parents of the Educational Unit Cotopaxi, 2021, it had as objective to determine the relationship between educational marketing and satisfaction of parents. The work is based on the theories of Kotler and Keller (2012) on educational marketing, in addition to the theory of Booms and Bitner (1981) that raised the increase to 7Ps in marketing. Also, the satisfaction of parents was based on the theory according to Zeithaml et al. (1992) that dimensioned this in five aspects. The methodology had a quantitative approach, basic type of correlational scope and no experimental design. The sample was no probabilistic composed of 30 parents, where the questionnaire was used as instrument, which obtained a Cronbach Alpha of 0.948 that is a strong variable reliability. The results showed a correlation coefficient of Spearman $Rho=0.850$, which means that if the educational marketing is better in the institution, the satisfaction of the parent will be better, which concludes that educational marketing maintains a high positive significant relationship with the satisfaction of parents of the Educational Unit Cotopaxi.

Keywords: Educational marketing, Satisfaction, Quality.