



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Marketing educativo y gestión educativa en docentes del  
distrito de Breña Ugel 03, 2014**

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

**AUTORA:**

Mgtr. Yda Rosa Astohuayhua Flores

**ASESOR:**

Dr. Ricardo Guevara Fernández

**SECCIÓN:**

Educación

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión y calidad educativa

**PERÚ – 2014**

---

**Presidente**

---

**Secretario**

---

**Dr. Ricardo Guevara Fernández**

**Vocal**

### **Dedicatoria**

A mis padres por su amor y apoyo incondicional.

A mi hermana Maura, por su motivación para terminar la presente investigación

Yda.

### **Agradecimientos**

A la Universidad César Vallejo por la apertura del programa de doctorado que nos permitió seguir con nuestra profesionalización.

Al Dr. Ricardo Guevara por su paciencia y esmero, a los docentes de la UGEL 03 de Breña.

A nuestros revisores por permitir la continuación de la presente investigación.

## Declaración Jurada

Yo, Yda Rosa Astohuayhua Flores, estudiante del Programa de doctorado en Administración de la Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, Identificado con DNI: 07380789, la tesis titulada “Marketing educativo y gestión educativa en docentes del distrito de breña UGEL 03 2014”

Declaramos 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), auto plagio (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.

Lima, 20 de noviembre del 2014

Yda Rosa Astohuayhua Flores

DNI: 07380789

## **Presentación**

Señores miembros del jurado

A los señores miembros del jurado de la escuela de post grado de la universidad César Vallejo, filial Los Olivos la tesis titulada: marketing educativo y la gestión educativa en docentes del distrito de Breña UGEL 03 2014; en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el grado de doctor en Administración de la Educación

La presente investigación está estructurada en siete capítulos. En el primero se expone los antecedentes de investigación, la fundamentación científica de las dos variables y sus dimensiones, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos y las hipótesis. En el capítulo dos se presenta las variables en estudio, la operacionalización, la metodología utilizada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, el método de análisis utilizado y los aspectos éticos. En el tercer capítulo se presenta el resultado descriptivo y el tratamiento de hipótesis. El cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. El quinto capítulo está refrendado las conclusiones de la investigación. En el sexto capítulo se fundamenta las recomendaciones y el séptimo capítulo se presenta las referencias bibliográficas. Finalmente se presenta los anexos correspondientes.

## Indice

	Página
Caratula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria jurada	v
Presentación	vi
Índice	vii
índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
1.1 Antecedentes	14
1.2 Fundamentación científica de las variables	20
1.2.1 Variable 1: Marketing educativo	20
1.2.2 Variable 2: Gestión educativa	31
1.3 Justificación	39
1.4 Problema	41
1.5 hipótesis	44
1.6 Objetivos	45
<b>II MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>46</b>
2.1 Variables	47
2.2 Operacionalización de variables	47
2.3 Metodología	49
2.4 Tipo de estudio	49
2.5 Diseño	50
2.6 Población, muestra y muestreo	51
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
2.8 Métodos de análisis de datos	58

<b>III</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>61</b>
<b>IV</b>	<b>DISCUSIÓN</b>	<b>70</b>
<b>V</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>73</b>
<b>VI</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>75</b>
<b>VII</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>77</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>83</b>
	Anexo 1: Matriz de consistencia	84
	Anexo 2. Instrumentos de variables 1 y 2	86
	Anexo 3. Resultados de la validez y confiabilidad de los instrumentos	90
	Anexo 4. Base de datos	104
	Anexo 5: Tabla de coeficiente de correlación de Spearman	114



## Índice de tablas

	<b>Página</b>
Tabla 1. Operacionalización de la variable marketing educativo	48
Tabla 2. Operacionalización de la variable gestión educativa	49
Tabla 3. Población Muestra	51
Tabla 4. Validez del instrumento de la marketing educativo	56
Tabla 5. Validez del instrumento de la gestión educativa	56
Tabla 6. Coeficiente de alfa de combrach marketing educativo	57
Tabla 7. Coeficiente de alfa de combrach gestión educativa	58
Tabla 8. Marketing educativo y la gestión educativa	61
Tabla 9. Marketing educativo y el desarrollo institucional	62
Tabla 10. Marketing educativo y el proceso pedagógico	63
Tabla 11. Marketing educativo y los recursos financieros	64
Tabla 12. Correlación del marketing educativo y la gestión educativa	65
Tabla 13. Correlación desarrollo institucional y el marketing educativo	66
Tabla 14. Correlaciones proceso pedagógico y el marketing educativo	67
Tabla 15. Correlaciones recursos financieros y el marketing educativo	68

## Índice de figuras

	<b>Pág.</b>
Figuras 1. Esquema del diseño de investigación	50
Figuras 2. Marketing educativo y la gestión educativa	61
Figuras 3. Marketing educativo y el desarrollo institucional	62
Figuras 4. Marketing educativo y el proceso pedagógico	63
Figuras 5. Marketing educativo y los recursos financieros	64

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el marketing educativo y la gestión educativa en docentes del distrito de Breña UGEL 03 2014 Y problema general ¿Qué relación existe entre el marketing educativo y la gestión educativa en docentes del distrito de Breña UGEL 03 2014?

El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal. La muestra es probabilística aleatoria simple que asciende a 218 docentes. Se aplicaron los instrumentos: cuestionario para medir el marketing educativo (ME) de Mercedes Chuchón, que consta de 40 ítems dividido en las dimensiones plan de marketing, imagen institucional, personal profesional, planificación, organización, dirección y control con alternativas en escala Likert. El cuestionario de gestión educativa de MINEDU (2008), adaptado por la investigadora, consta de 28 ítems, para medir las dimensiones institucional, pedagógica y recursos financieros. Ambos instrumentos han sido adaptado por la investigadora.

Al realizar el procesamiento estadístico, se llegó a la siguiente conclusión que existe relación entre el marketing educativo y gestión educativa, hallándose una relación de .614 y un  $p = .000$   $p < .05$  por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación.

*Palabras Clave:* marketing educativo, gestión educativa

## **Abstract**

The present investigation took as a target to determine the relation that exists between the educational marketing and the educational management in teachers of the district of Scrub UGEL 03 2014

And general problem: What relation exists between the educational marketing and the educational management in teachers of the district of Scrub UGEL 03 2014? The method used in the investigation was the hypothetical - deductive one. This investigation used for its intention not experimental level design correlacional of cross section. The sample is probabilística random simple that it promotes 218 teachers. The instruments were applied: questionnaire to measure the educational marketing (ME) of Mercedes Chuchón, that there consists of 40 items divided in the dimensions marketing plan, institutional image, professional personnel, planning, organization, direction and control with alternatives in scale Likert. The questionnaire of educational management of MINEDU (2008), adapted by the researcher, consists of 28 items, to measure the institutional, pedagogic dimensions and financial resources. Both instruments have been adapted by the researcher.

On having realized the statistical prosecution, it went over to the following conclusion that relation exists between the educational marketing and educational management, being a relation of .614 and one  $p = .000$   $p < .05$  therefore pushes the void hypothesis back and the hypothesis of the investigation is accepted.

Key words: educational marketing, educational management