



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Administración de recursos financieros y marketing
educativo en las instituciones educativas estatales de
la RED 02 UGEL 14 – Oyón, 2014**

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

AUTORES

Br.: Galiano Mori Richard
Br.: Vicente Rojas Iraida Irmila

ASESOR

Mg.: Santiago Aquiles Gallarday Morales

SECCIÓN:

Educación e Idiomas

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión y Calidad Educativa

PERÚ – 2014

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria

A nuestros padres por enseñarnos el valor del estudio, la responsabilidad y la dedicación; por su apoyo incondicional que nos sostiene siempre y porque lo dan todo por nosotros.

A nuestros hermanos por estar siempre en cada momento.

A la señora Asunciona Rojas a quien consideramos un gran ejemplo de lucha.

A nuestros abuelos que partieron a la eternidad. Sabemos que estarían felices compartiendo nuestra dicha.

A las grandes maestras que forjaron, incentivaron y fueron nuestros modelos a seguir, Dora Cherrez Juarez y Elena Rivera Simbrón que nos demostraron, que a pesar de la enfermedad un docente de vocación nunca se rinde ni abandona a sus estudiantes. También estarían felices por nuestros logros.

Los autores

Agradecimiento

Agradecemos en primer lugar a Dios, por habernos permitido llegar a cumplir uno de los objetivos que nos hemos trazado el cual es culminar este trabajo.

A los docentes de la Unidad de Postgrado de la Universidad César Vallejo.

A la Magíster Gliria Susana Méndez Ilizarbe, quien nos orientó en los inicios del trabajo de investigación.

Al Magister Santiago Gallarday Morales quien nos ayudó y orientó en la realización de este informe final.

A nuestras familias, por su apoyo y comprensión en todo el momento.

A nuestros colegas y compañeros de estudios en esta maestría.

Los Autores.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Richard Galiano Mori e Irida Irmila Vicente Rojas, estudiantes del Programa de Maestría en Administración de la Educación, de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificados con DNI 44133005 y DNI 44354142, con la tesis titulada “Administración de recursos financieros y marketing educativo en las Instituciones Educativas Estatales de la RED 02 UGEL 14 – Oyón, 2014”.

Declaramos bajo juramento que:

- 1) La tesis es de nuestra autoría
- 2) Hemos 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 autoplagiada, 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), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad César vallejo.

Huacho, 17 de enero del 2015.

Richard Galiano Mori
DNI N° 44133005

Irida Irmila Vicente Rojas
DNI N° 44354142

Presentación

Señores miembros del Jurado

Ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado “Administración de recursos financieros y marketing educativo en las Instituciones Educativas Estatales de la RED 02 UGEL 14 – Oyón, 2014”.

Con lo cual cumplimos con lo exigido por las normas y reglamentos de la Universidad y la Asamblea Nacional de Rectores para optar el grado de magister en Administración de la Educación.

La presente investigación es de tipo correlacional y tiene como objetivo determinar la relación entre la Administración de Recursos Financieros y El Marketing Educativo en las Instituciones Educativas Estatales de la Red 02 UGEL 14 – Oyón, 2014.

El documento consta de cuatro capítulos: El primer capítulo es la introducción, el segundo capítulo es el marco metodológico, el tercer capítulo refiere a los resultados y en el cuarto capítulo se tiene la discusión, seguido de las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Esperando señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por vuestra universidad y merezca su aprobación

Los Autores

Índice

	Pág.
Caratula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xi
Abstract	xii
I: INTRODUCCIÓN	13
1.1. Antecedentes	15
1.2. Marco Teórico	20
1.3. Justificación	39
1.4. Problema	41
1.4.1. Realidad Problémica	41
1.4.2. Formulación del problema	43
1.5. Hipótesis	44
1.6. Objetivos	45
1.6.1 General	45
1.6.2 Específicos	45
II: MARCO METODOLOGICO	47
2.1. Variables	48
2.2. Operacionalización de variables	49
2.3. Metodología	51
2.3.1. Tipo de estudio	51
2.3.2. Diseño	51
2.4. Población, muestra y muestreo	52
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
2.6. Métodos de análisis de datos	60

2.7.	Aspectos éticos	61
III	RESULTADOS	62
IV	DISCUSIÓN	75
V	CONCLUSIONES	81
VI	RECOMENDACIONES	83
VII	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	85
	ANEXOS	93
	Anexo 1: Matriz de consistencia	
	Anexo 2: Instrumentos	
	Anexo 3: Fiabilidad	
	Anexo 4: Base de datos	
	Anexo 5: Validación	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla1: Operacionalización de la variable Administración de Recursos Financieros	49
Tabla 2: Operacionalización de la variable Marketing Educativo	50
Tabla 3: Población	52
Tabla 4: Muestra	54
Tabla 5: Validación de instrumento	58
Tabla 6: Confiabilidad del instrumento que mide la variable administración de recursos financieros y marketing educativo	59
Tabla 7 Interpretación del coeficiente de confiabilidad	59
Tabla 8 Distribución de frecuencias entre la administración de recursos financieros y marketing educativo	63
Tabla 9 Distribución de frecuencias entre la administración de recursos financieros y marketing externo	65
Tabla 10 Distribución de frecuencias entre la administración de recursos financieros y marketing interno	67
Tabla 11 Distribución de frecuencias entre la administración de recursos financieros y marketing interactivo	68
Tabla 12 Grado de correlación y nivel de significación entre la administración de recursos financieros y el marketing educativo	70
Tabla 13 Grado de correlación y nivel de significación entre la administración de recursos financieros y el marketing externo	71
Tabla 14 Grado de correlación y nivel de significación entre la administración de recursos financieros y el marketing interno	72
Tabla 15 Grado de correlación y nivel de significación entre la administración de recursos financieros y el marketing interactivo	73

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Niveles entre la administración de recursos financieros y marketing educativo	64
Figura 2 Niveles entre la administración de recursos financieros y marketing externo	66
Figura 3 Niveles entre la administración de recursos financieros y marketing interno	67
Figura 4 Niveles entre la administración de recursos financieros y marketing interactivo	69

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación entre la Administración de Recursos Financieros y El Marketing Educativo en las Instituciones Educativas Estatales de la Red 02 UGEL 14 – Oyón, 2014, la población es de 183 docentes, el muestreo es probabilístico, la muestra fue de 124 docentes, en los cuales se han empleado las variables: Administración de recursos financieros y marketing educativo.

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 transeccional, que recogió la información en un periodo específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos: Cuestionario administración de recursos financieros, el cual estuvo consituído por 29 items en la escala de Likert (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo) y el cuestionario de marketing educativo, el cual tuvo constituido por 30 items, en la escala de Likert (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo), que brindaron información acerca de sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

Asimismo, luego de haber desarrollado la investigación, aplicado los instrumentos y realizar el procesamiento estadístico, se llegó a la siguiente conclusión: existe una baja relación entre la administración de recursos financieros y el marketing educativo en las Instituciones Educativas Estatales de la Red 02 UGEL 14 – Oyón, 2014. (sig. bilateral = .000 < .01; Rho = ,396**).

Palabras claves: Administración de recursos financieros y marketing educativo.

Abstract

The present investigation had as general aim, to determine the relation between the Administration of Financial Resources and The Educational Marketing in the Educational State Institutions of the Network 02 UGEL 14 - Oyón, 2014, the population belongs 183 teachers, the sampling is probabilístico, the sample belonged 124 teachers, in which the variables have used: Administration of financial resources and educational marketing.

The method used in the investigation was the hypothetical - deductive one. This investigation used for his intention the not experimental design of level correlacional of court transeccional, that gathered the information in a specific period, which developed on having applied the instruments: Questionnaire administration of financial resources, which was consituído for 29 articles in Likert's scale (Totally in disagreement, In disagreement, Not in agreement not in disagreement, Of agreement, Totally in agreement) And the questionnaire of educational marketing, which had constituted by 30 articles, in Likert's scale (Totally in disagreement, In disagreement, Not in agreement not in disagreement, Of agreement, Totally in agreement), that offered information brings over of his different dimensions, which results appear graph and textually.

Likewise, after having developed the investigation, applied the instruments and realizing the statistical processing, it came near to the following conclusion: a low relation exists between the administration of financial resources and the educational marketing in the Educational State Institutions of the Network 02 UGEL 14 - Oyón, 2014. (Sig. bilateral = .000 <.01; Rho =, 396 **).

Key words: Administration of financial resources and educational marketing.