



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y MARKETING EDUCATIVO DE LA
ESCUELA DE TALENTOS – REGIÓN CALLAO, 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

MARIO SÁNCHEZ VERME

ASESOR

DR. GUILLERMO PRÍNCIPE COTILLO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

DESARROLLO DEL PRODUCTO

LIMA, PERÚ

2014

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Dedicatoria

A mis padres Mario y Margarita. A Karen, mi amor.

Por su invaluable cariño, aliento y apoyo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Mario Sánchez Verme, identificado con DNI 25586698 y domiciliado en Calle Luis N. Sáenz 460 – Dpto. 103, Jesús María, Lima; autor de la tesis titulada “Gestión Administrativa y Marketing Educativo de la Escuela de Talentos de la Región Callao, 2014”, declaro bajo juramento que ha sido desarrollada en base a los criterios metodológicos y científicos de autores reconocidos, cuyos derechos intelectuales se respetan y se incorporan en la presente bibliografía.

Por lo tanto, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcances científicos de la misma.

Lima, marzo de 2015

Mario Sánchez Verme

AGRADECIMIENTO

A mis profesores de los cursos de Metodología de la Investigación y Marketing de la Universidad César Vallejo, cuya sapiencia y asesoría han sido valiosas en el logro de esta tesis.

A mis amigos de promoción de mi querido Colegio San José Hermanos Maristas del Callao y amigos ex alumnos por sus muestras de cariño, apoyo y afecto.

A los responsables directivos de la Escuela de Talentos de la Región Callao, por su valiosa colaboración en el estudio de la presente tesis.

Un agradecimiento especial a Félix Moreno Caballero, Alfredo Rossi Spelucín y Luis Escudero Ramírez por su apoyo directo.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación intitulado: **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y MARKETING EDUCATIVO DE LA ESCUELA DE TALENTOS – REGIÓN CALLAO, 2014”**, se ha elaborado con la finalidad de obtener el Título Profesional de Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas, en estricta observancia y cumplimiento del Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de Empresas.

Con este propósito se ha visto por conveniente organizar la estructura formal de la presente tesis en el orden señalado en el Protocolo de la Universidad César Vallejo, consistente en los siguientes pasos: en el primero, se presenta la introducción, en el que se ha desarrollado los tópicos referentes a los antecedentes de estudio y fundamentación científica, técnica o humanística, la justificación, el problema de investigación, las hipótesis y los objetivos; en el segundo se aborda el Marco Metodológico consistente en nueve tópicos; en el tercero, los resultados; en el cuarto punto la discusión; en el quinto las conclusiones, siguiendo con las recomendaciones en sexto lugar y terminando finalmente con las referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

Se pone a consideración de los señores miembros del Cuerpo de Jurado el presente trabajo, a efecto que se sirvan evaluarlo para el propósito descrito el presente documento.

Por lo expuesto, creemos haber satisfecho las expectativas de cada uno de los miembros, así como de las exigencias académicas propias de la Escuela y de la Universidad.

El autor.

Índice

	Pág.
Página del Jurado	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaratoria de autenticidad	5
Presentación	6
Índice	7
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
I. INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes	14
Fundamentación científica y técnica	19
Justificación	37
1.1 Problema	38
1.2 Hipótesis	40
1.3 Objetivos	41
II. MARCO METODOLÓGICO	42
2.1 Variables	42
2.2 Operacionalización de Variables	43
2.3 Metodología	44
2.4 Tipo de estudio	44
2.5 Diseño	44
2.6 Población, muestra y muestreo	45
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
2.8 Métodos de Análisis de datos	47
III. RESULTADOS	49
IV. DISCUSIÓN	90
V. CONCLUSIONES	93
VI. RECOMENDACIONES	94
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
ANEXOS	98
Anexo 1: Matriz de Consistencia	99
Anexo 2: Matriz Metodológica	100
Anexo 3: Instrumento de Variable I: Gestión Administrativa	101
Anexo 4: Instrumento de Variable II: Marketing Educativo	102

Índice de Tablas

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de variables	43
Tabla 2: Población de los integrantes de la Escuela de Talentos	45
Tabla 3: Validación de Instrumentos	46
Tabla 4: Análisis de fiabilidad	47
Tabla 5: Estadísticas de Viabilidad	47
Tabla 6: Correlación de variables	83
Tabla 7: Correlación de la dimensión 1	85
Tabla 8: Correlación de la dimensión 2	86
Tabla 9: Correlación de la dimensión 3	87
Tabla 10: Correlación de la dimensión 4	88

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Variable 1: Gestión administrativa -Dimensión Planificación	48
Cuadro 2: Dimensión de Planificación	49
Cuadro 3: Dimensión de Planificación	51
Cuadro 4: Dimensión de Planificación	52
Cuadro 5: Dimensión de Organización	53
Cuadro 6: Dimensión de Organización	54
Cuadro 7: Dimensión de Organización	55
Cuadro 8: Dimensión de Dirección	56
Cuadro 9: Dimensión de Dirección	57
Cuadro 10: Dimensión de Dirección	58
Cuadro 11: Dimensión de Dirección	59
Cuadro 12: Dimensión de Control	60
Cuadro 13: Dimensión de Control	61
Cuadro 14: Dimensión de Control	62
Cuadro 15: Variable 2: Marketing Educativo - Dimensión Producto	63
Cuadro 16: Dimensión de Producto	64
Cuadro 17: Dimensión de Producto	65
Cuadro 18: Dimensión de Producto	66
Cuadro 19: Dimensión de Plaza	67
Cuadro 20: Dimensión de Promoción	68
Cuadro 21: Dimensión de Promoción	69
Cuadro 22: Dimensión de Promoción	70
Cuadro 23: Dimensión de Precio	71
Cuadro 24: Dimensión de Precio	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Variable 1: Gestión Administrativa - Dimensión Planificación	48
Gráfico 2: Dimensión de Planificación	50
Gráfico 3: Dimensión de Planificación	51
Gráfico 4: Dimensión de Planificación	52
Gráfico 5: Dimensión de Organización	53
Gráfico 6: Dimensión de Organización	54
Gráfico 7: Dimensión de Organización	55
Gráfico 8: Dimensión de Dirección	56
Gráfico 9: Dimensión de Dirección	57
Gráfico 10: Dimensión de Dirección	58
Gráfico 11: Dimensión de Dirección	59
Gráfico 12: Dimensión de Control	60
Gráfico 13: Dimensión de Control	61
Gráfico 14: Dimensión de Control	62
Gráfico 15: Variable 2: Marketing Educativo - Dimensión Producto	63
Gráfico 16: Dimensión de Producto	64
Gráfico 17: Dimensión de Producto	65
Gráfico 18: Dimensión de Producto	66
Gráfico 19: Dimensión de Plaza	67
Gráfico 20: Dimensión de Promoción	68
Gráfico 21: Dimensión de Promoción	69
Gráfico 22: Dimensión de Promoción	70
Gráfico 23: Dimensión de Precio	71
Gráfico 24: Dimensión de Precio	72

RESUMEN

La investigación, titulada “Gestión Administrativa y Marketing Educativo de la Escuela de Talentos – Región Callao, 2014”, es un estudio básico descriptivo, la metodología empleada para la elaboración de esta tesis está relacionada al enfoque cuantitativo. El diseño de la investigación ha sido el correlacional transversal. La muestra estuvo representada por el total de la población, a decir, 24 personas: 4 directivos y 20 docentes. Las técnicas de investigación empleadas han sido las encuestas a través de un cuestionario para el recojo de información de ambas variables.

Entre los resultados más importantes obtenidos con la prueba estadística de Rho de Pearson tenemos lo siguiente, se aprecia una correlación de 0,840 entre ambas variables, con un valor calculado de $p=0.000$ a un nivel de significativa de 0,01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es alta. Por lo cual se concluye que sí existe relación significativa entre la variable Gestión Administrativa y la variable Marketing Educativo.

PALABRAS CLAVE: *Gestión Administrativa, Marketing Educativo.*

ABSTRACT

The research, which is entitled "Administrative Management and Educational Marketing at Talent School - Region Callao, 2014," is a basic descriptive study. The methodology used for the elaboration of this thesis has been related to the quantitative method. The research design has been cross correlation. The sample has been represented by the total population, 24 people: 4 officers and 20 teachers. The research techniques employed have been the surveys through a questionnaire to collect information on both variables.

Among the most important results obtained with the statistical test of Pearson Rho we have the following, a correlation of 0.840 between the two variables shown, with a calculated $p = 0.000$ significant at a level of 0.01 (bilateral) value; indicating that the correlation is high. Therefore we can conclude that there is a significant relationship between the variables Administrative Management and Educational Marketing.

KEYWORDS: Administrative Management, Educational Marketing.