



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad del servicio educativo y la imagen de marca en
una institución educativa de Santiago de Surco, UGEL 07
2015

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Magister en Administración de la Educación

AUTOR:

Br. María Roxana Villanueva Li

ASESOR:

Mgtr. Maritza Guzmán Meza

SECCIÓN

Educación e Idiomas

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión y Calidad Educativa

PERÚ - 2016

Página del Jurado

Mgtr. Yda Guillen Nuñez
Presidente

Dra. Miriam Napaico Arteaga
Secretario

Mgtr. Maritza Emperatriz Guzmán Meza
Vocal

Dedicatoria

A mis hijas, Aitana y Valentina, que me enseñan a ser madre cada día.

A Gonzalo, mi compañero de vida por su apoyo constante.

A mis padres, Andrés y Mercedes, quienes me enseñaron a luchar por mis ideales, a caminar por la vida con responsabilidad, rectitud y dedicación.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo por permitirme la oportunidad de lograr la meta anhelada.

A la Institución Educativa “Amiguitos de Jesús” por abrirme sus puertas y permitirme cristalizar este proyecto.

Mi agradecimiento especial a nuestra asesora Mgtr. Maritza Emperatriz Guzmán Meza por el interés en cada uno de los proyectos y su seguimiento constante y acertado.

A Dios por ser fuente inagotable de luz y guía en mi camino.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, María Roxana Villanueva Li, estudiante del Programa de Maestría en Administración de la Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 09386060, con la tesis titulada "Calidad del servicio educativo y la imagen de marca en una institución educativa de Santiago de Surco, UGEL 07 2015. 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 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 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.

Lima, 20 de julio de 2016

María Roxana Villanueva Li
DNI 09386060

Presentación

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la sección de Postgrado de la Universidad César Vallejo para optar el grado de Magister con mención en Administración de la Educación, presento el trabajo de investigación denominado: “Calidad del servicio educativo y la imagen de marca en una institución educativa de Santiago de Surco, UGEL 07 2015”. La investigación tiene la finalidad de establecer la relación que existe entre la calidad del servicio educativo y la imagen de marca en una institución educativa pública de Santiago de Surco perteneciente a la UGEL 07 en el año 2015.

La presente tesis se ha desarrollado de la siguiente forma el capítulo I presenta la introducción, antecedentes, el marco teórico, justificación, problema, hipótesis y objetivos. En el capítulo II se desarrolla el marco metodológico; las variables, la operacionalización de las variables, metodología, tipos de estudio, diseño de la investigación, población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el método de análisis de datos. En el capítulo III, se explican los resultados obtenidos del proceso estadístico a nivel descriptivo e inferencial. En el capítulo IV se procede a discutir los resultados obtenidos con los antecedentes recopilados respecto al tema investigado y en capítulo V se concluye el tema de investigación de tesis haciendo referencia al análisis inferencial estadístico para posteriormente dar a conocer las recomendaciones en el capítulo VI, el capítulo VII referencias bibliográficas y finalmente el capítulo VIII anexos.

La presente investigación es un alcance que se presenta en el área de administración de la educación en lo concerniente al tema de la relación que existe entre la calidad del servicio educativo y la imagen de marca en una institución educativa del distrito de Santiago de Surco.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

Tabla de Contenidos

	Pág.
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Tabla de Contenidos	vii
Índice de Tablas	x
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
1.1. Antecedentes	21
1.1.1. Antecedentes nacionales	21
1.1.2. Antecedentes internacionales	24
1.2. Fundamentación científica, técnica y humanística	28
1.2.1. Definición de calidad del servicio educativo	28
1.2.2. Dimensiones de la calidad del servicio educativo	34
1.2.3. Definición de imagen de marca	36
1.2.4. Dimensiones de la imagen de marca	41
1.3. Justificación	43
1.3.1. Justificación teórica	43
1.3.2. Justificación práctica	44
1.3.3. Justificación metodológica	45
1.4. Problema	45
1.4.1. Problema general	45
1.4.2. Problemas específicos	45

1.5.Hipótesis	46
1.5.1.Hipótesis general	46
1.5.2.Hipótesis específicas	46
1.6.Objetivos	46
1.6.1.Objetivo general	46
1.6.2.Objetivo específicos	46
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	49
2.1.1. Definición conceptual de calidad del servicio educativo	49
2.1.2. Definición conceptual de imagen de marca	49
2.2. Operacionalización de variables	50
2.2.1. Definición operacional de la variable calidad del servicio educativo	50
2.2.2. Definición operacional de la variable imagen de marca	51
2.3. Metodología	51
2.4. Tipo de estudio	52
2.5. Diseño de la investigación	53
2.6. Población, muestra y muestreo	53
2.6.1.Población	53
2.6.2.Muestra	54
2.6.3.Muestreo	54
2.7.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	55
2.7.1.La encuesta	55
2.7.2.El cuestionario	56
2.7.3.Ficha técnica de los instrumentos de medición	56
2.8 Validez y confiabilidad del instrumento	57
2.8.1 Validez	57
2.8.2. Confiabilidad	58
2.9. Métodos de análisis de datos	59

III. RESULTADOS	61
3.1. Análisis descriptivo	62
3.2. Análisis inferencial	74
3.2.1. Hipótesis general	74
3.2.2. Hipótesis específicas	76
IV. DISCUSIÓN	80
V. CONCLUSIONES	86
VI. RECOMENDACIONES	88
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
VIII. APÉNDICES	96
Apéndice 01: Matriz de consistencia	97
Apéndice 02: Matriz de operacionalización de la variable Calidad del Servicio Educativo	101
Apéndice 03: Matriz de operacionalización de la variable Imagen de Marca	102
Apéndice 04: Encuesta acerca de la Calidad del Servicio Educativo	103
Apéndice 05: Encuesta acerca de la Imagen de Marca	106
Apéndice 06: Confiabilidad de la variable Calidad del Servicio Educativo	108
Apéndice 07: Confiabilidad de la variable Imagen de Marca	109
Apéndice 08: Validación del instrumento que mide Calidad del Servicio Educativo	110
Apéndice 09: Validación del instrumento que mide Imagen de Marca	116
Apéndice 10: Base de datos prueba piloto Calidad del Servicio Educativo	122
Apéndice 11: Base de datos prueba piloto Imagen de Marca	124
Apéndice 12: Base datos Calidad del Servicio Educativo	125
Apéndice 13: Base de datos Imagen de Marca	128
Apéndice 14: Artículo científico	

Índice de Tablas

		Pág.
Tabla 1.	Operacionalización de la variable calidad del servicio educativo	50
Tabla 2.	Operacionalización de la variable imagen de marca	51
Tabla 3.	Población de estudio	54
Tabla 4.	Relación de validadores	58
Tabla 5.	Estadísticos de confiabilidad para cada instrumento	59
Tabla 6.	Rangos de las categorías de la variable calidad del servicio educativo y sus dimensiones	62
Tabla 7.	Distribución por niveles de la calidad del servicio educativo	62
Tabla 8.	Distribución por niveles de los elementos tangibles	64
Tabla 9.	Distribución por niveles de la dimensión confiabilidad	65
Tabla 10.	Distribución por niveles de la dimensión responsabilidad	66
Tabla 11.	Distribución por niveles de la dimensión seguridad	67
Tabla 12.	Distribución por niveles de la dimensión empatía	68
Tabla 13.	Rangos de las categorías la variable imagen de marca y sus dimensiones	69
Tabla 14.	Distribución por niveles de la imagen de marca	69
Tabla 15.	Distribución por niveles de la dimensión imagen funcional	71
Tabla 16.	Distribución por niveles de la dimensión imagen afectiva	72
Tabla 17.	Distribución por niveles de la dimensión reputación	73
Tabla 18.	Relación de los niveles de calidad del servicio educativo e imagen de marca	74
Tabla 19.	Correlación entre calidad del servicio educativo e imagen de marca	75
Tabla 20.	Relación de categorías entre la calidad del servicio educativo y la imagen	76
Tabla 21.	Correlación entre la calidad del servicio educativo y la imagen funcional	77

Tabla 22.	Relación de la calidad del servicio educativo con la imagen afectiva	78
Tabla 23.	Correlación entre la calidad del servicio educativo e imagen afectiva	79
Tabla 24.	Relación de las categorías de la calidad del servicio educativo y la reputación	80
Tabla 25.	Correlación entre la calidad del servicio educativo y la reputación	81

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Niveles de la calidad del servicio educativo	63
Figura 2. Niveles de la dimensión elementos tangibles	64
Figura 3. Niveles de la dimensión confiabilidad	65
Figura 4. Niveles de la dimensión responsabilidad	66
Figura 5. Niveles de la dimensión seguridad	67
Figura 6. Niveles de la dimensión empatía	68
Figura 7. Niveles de la imagen de marca	69
Figura 8. Niveles de la dimensión imagen funcional	71
Figura 9. Niveles de la dimensión imagen afectiva	72
Figura 10. Niveles de la dimensión reputación	73
Figura 11. Relación de las categorías de calidad del servicio educativo y la imagen de marca	74
Figura 12. Relación de las categorías de la calidad del servicio educativo con la imagen funcional	78
Figura 13. Relación de las categorías de la calidad del servicio educativo y la imagen afectiva	80
Figura 14. Relación de las categorías de la calidad del servicio educativo y la reputación	80

Resumen

La presente investigación titulada “Calidad del servicio educativo y la Imagen de Marca en una institución educativa de Santiago de Surco, UGEL 07 2015”, tuvo como objetivo general establecer la relación que existe entre la calidad del servicio educativo y la imagen de marca en la institución educativa pública Amiguitos de Jesús ubicada en el distrito de Santiago de Surco perteneciente a la UGEL 07 en el año 2015.

La investigación se realizó utilizando el método hipotético deductivo, del tipo no experimental, de naturaleza cuantitativa, de alcance transversal, diseño correlacional determinándose la correlación que existe entre la calidad del servicio educativo y la imagen de marca. La población estuvo constituida por 135 alumnos que asisten a educación inicial en la institución educativa Amiguitos de Jesús del distrito de Santiago de Surco, de esta población se desprendió un tamaño muestral de 100 alumnos, cuyos padres fueron explorados utilizando la técnica de la encuesta para cada una de las variables. Para la confiabilidad de cada uno de los instrumentos se utilizó el Alfa de Cronbach, para la variable Calidad del Servicio Educativo registra 0,926 y para la variable Imagen de Marca se obtuvo 0,877. Posteriormente, para el análisis inferencial de los datos se usó el Coeficiente Rho de Spearman.

El resultado hallado fue que la calidad del servicio educativo se relaciona moderada ($r_s=,519$), positiva y significativamente ($p=,000$) con la imagen de marca en la Institución Educativa “Amiguitos de Jesús” de Santiago de Surco

Palabras claves: calidad del servicio educativo, calidad educativa, imagen de marca, imagen funcional, imagen afectiva, reputación.

Abstract

This research entitled "Quality education service and brand image in an educational institution of Santiago de Surco, UGEL 07 July 2015", had as its overall objective to establish the relationship between the quality of educational services and the brand image in the public school Amiguitos of Jesus located in the Santiago de Surco belonging to the UGEL 07 2015.

The research was conducted using the deductive hypothetical method, the non-experimental, quantitative nature, scope transversal, correlational design determined the correlation between the quality of educational services and the brand image. The population consisted of 135 students who attend early childhood education in the school Amiguitos de Jesus of Santiago de Surco, this population a sample size of 100 students came off, whose parents were explored using the survey technique for each one of the variables. Cronbach's alpha for the variable quality of education records ,926 and Brand Image variable was obtained ,877 was used for the reliability of each of the instruments. Subsequently, for the inferential analysis of data Coefficient Spearman rho it was used.

The result was that the quality of education relates moderate ($r_s = 519$), positively and significantly ($p = .000$) with the brand image in the Educational Institution Amiguitos de Jesus of Santiago de Surco.

Keywords: quality of education, educational quality, brand image, functional image, emotional image, reputation.