



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**LA DEMANDA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
Y EL MARKETING DE SERVICIOS
EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS
DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA, 2014.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**

AUTOR:

Mgr. VERÓNICA CUCHILLO PAULO

ASESOR:

Dr. SANTIAGO RUFO VALDERRAMA MENDOZA

SECCIÓN:

EDUCACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN Y CALIDAD EDUCATIVA

PERÚ – 2014

Dra. Galia Lescano López
Presidente

Dr. Ricardo Guevara Fernández
Secretario

Dr. Santiago Rufo Valderrama Mendoza
Vocal

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación es dedicado a Dios, a mis padres y a mi hermana, y a mis alumnos de educación terciaria, fuentes permanentes de inspiración y motivación en comprender los fenómenos sociales, en especial educativos.

Agradecimiento

Mi especial gratitud a todos aquellos
que hicieron posible concretar
esta investigación.

Declaración Jurada

Yo, Verónica Cuchillo Paulo, estudiante del Programa Doctorado en Administración de la Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 08167023, con la tesis titulada “La demanda de educación superior y el marketing de servicios en universidades privadas del distrito de Los Olivos, Lima, 2014”.

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 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), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de junio de 2014

Verónica Cuchillo Paulo

DNI 08167023

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada “La demanda de educación superior y el marketing de servicios en universidades privadas del distrito de Los Olivos, Lima, 2014”, con la finalidad de determinar la relación entre la demanda de educación superior y el marketing de servicios en las universidades privadas del distrito de Los Olivos, Lima, Perú 2014, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Doctora en Administración de la Educación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora.

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración Jurada	v
Presentación	vi
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	1
1.1. Antecedentes	7
1.2. Fundamentación Teórica	11
1.2.1. Demanda de Educación Superior	11
1.2.2. Marketing de Servicios	18
1.3. Justificación	22
1.4. Problema	23
1.5. Hipótesis general	25
1.6. Objetivo general	25
II. Marco Metodológico	26
2.1. Variables	26
2.2. Operacionalización de variables	27
2.3. Metodología	28
2.4. Tipo de estudio	29
2.5. Diseño	29
2.6. Población, muestra y muestreo	30
2.6.1. Población	30
2.6.2. Muestra	31
2.6.3. Muestreo	32
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
2.7.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
2.7.2. Confiabilidad de los instrumentos de medición	34

2.7.3. Validez de los instrumentos de medición	35
2.8. Método de análisis de datos	36
III. Resultados	38
3.1. De la Variable Demanda de Educación Superior	38
3.2. De la Variable Marketing de Servicios	39
3.3. Prueba de hipótesis	40
3.3.1. Hipótesis general	40
3.3.2. Hipótesis específica 1	41
3.3.3. Hipótesis específica 2	42
IV. Discusión	43
V. Conclusiones	47
VI. Recomendaciones	49
VII. Referencias Bibliográficas	50
VIII. Anexos	55

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable demanda de educación superior	27
Tabla 2. Operacionalización de la variable marketing de servicios	28
Tabla 3. Distribución del universo poblacional de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae, Universidad Privada del Norte, Universidad de Ciencias y Humanidades	31
Tabla 4. Muestra poblacional de los estudiantes de la Universidad de Ciencias y Humanidades, Universidad Católica Sedes Sapientiae, Universidad Privada del Norte	32
Tabla 5. Ficha técnica de los instrumentos	33
Tabla 6. Validez por Juicio de Expertos mediante la Prueba Binomial de la variable Demanda de Educación Superior	35
Tabla 7. Validez por Juicio de Expertos mediante la Prueba Binomial de la variable Marketing de Servicios	36
Tabla 8. Frecuencia de la variable demanda de educación superior	38
Tabla 9. Frecuencia de la variable marketing de servicios	39
Tabla 10. Correlación entre Demanda de Educación Superior y Marketing de Servicios	40
Tabla 11. Correlación entre Demanda de Educación Superior y Dimensión Filosófica de Marketing de Servicios	41
Tabla 12. Correlación entre Demanda de Educación Superior y Dimensión Actividad de Marketing de Servicios	42

Lista de figuras

Figura 1. Esquema del diseño descriptivo-correlacional	30
Figura 2. Demanda de Educación Superior	38
Figura 3. Marketing de Servicios	39

Resumen

Las organizaciones educativas de nivel superior afrontan los cambios del presente siglo XXI, cobrando gran importancia la demanda de educación superior y el marketing de servicios ofrecidos por las universidades en el mundo. En los estudios realizados en el Perú, pocos abordan la demanda de educación superior y su relación con el marketing de servicios. Esta investigación tiene por objetivo determinar la relación entre la demanda de educación superior y el marketing de servicios en las universidades privadas del distrito de Los Olivos, Lima, Perú 2014.

El estudio se desarrolla bajo el método hipotético-deductivo. El tipo de investigación fue básica, de nivel descriptivo-correlacional. El tipo de muestreo fue probabilístico, contando con una muestra de 341 estudiantes de universidades privadas situadas en el distrito de Los Olivos, en Lima, Perú, durante el año 2014.

La investigación proporciona evidencia empírica de una relación significativa entre la demanda de educación superior y el marketing de servicios, una relación significativa entre la demanda de educación superior y la dimensión filosófica del marketing de servicios, así como una relación significativa entre la demanda de educación superior y la dimensión actividad del marketing de servicios.

Abstract

Globally, the educative organizations of superior level confront the own changes of present century XXI, receiving every time greater importance the demand of superior education and the marketing of services offered by the universities. In the studies made in Peru, there are few studies about the superior education and its relation with the marketing of services. This investigation has by objective to determine the relation between the demand of superior education and the marketing of services in the deprived universities of the district of Los Olivos, Lima, Perú 2014.

The study is developed under deductive hypothetical method. The type of investigation was basic, descriptive-correlational level. The type of sampling was probabilístico, counting on a sample of 341 students of private universities, located in the district of Los Olivos, in Lima, Perú, during year 2014.

The investigation provides empirical evidence of a significant relation between the demand of superior education and the marketing of services, a significant relation between the demand of superior education and the philosophical dimension of the marketing of services, as well as a significant relation between the demand of superior education and the dimension activity of the marketing of services.