

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**MARKETING EDUCATIVO Y DESARROLLO INSTITUCIONAL**  
**EN EL PRE NIDO LOGROS KIDS, VILLA EL SALVADOR, 2022**

**TESIS**

**PRESENTADA POR BACHILLER**

**SANDOVAL LACHI JHONNATAN ALMICAR**

**VARGAS BARBOZA EDITH ALINA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## RESUMEN

Las instituciones educativas, al igual que cualquier otro tipo de organizaciones hoy en día, deben adaptarse a los cambios en el mercado y buscar nuevas estrategias para atraer a su público objetivo, en este caso a los estudiantes, a través de sus padres o representantes de familia. En tal sentido, es inevitable usar herramientas del marketing como instrumento de gestión para perfeccionar la imagen de la institución que se desea proyectar; es por ello que la presente investigación se planteó como objetivo general determinar el nivel de relación entre el marketing educativo y el desarrollo institucional en el Pre Nido Logros Kids, Villa el Salvador, 2022. Metodológicamente fue de tipo básica, diseño no experimental, descriptiva correlacional de corte transversal y enfoque cuantitativo. Para la obtención de la información, se realizaron dos encuestas, una para la variable de mercadeo educativo y otra para la variable desarrollo institucional, a la muestra seleccionada de 86 padres de familia y clientes de la institución educativa ya mencionada. Los instrumentos utilizados fueron adaptados por los autores, a partir del diseño de Pajuelo (2018) y validados a través del criterio de jueces de expertos y con niveles de confiabilidad de 0,94 y 0,95, respectivamente. La estadística aplicada para contrastación de las hipótesis planteadas fue a través del análisis descriptivo y análisis inferencial, realizado con la correlación de Rho de Pearson. El resultado obtenido fue un índice de correlación de 0.859 un  $p=0.000 < 0.05$ , indicando que hay una correlación positiva muy alta entre las variables en estudio.

**Palabras clave:** Marketing educativo, desarrollo institucional, planeación, estrategia, gestión.

## INFORME ANTIPLAGIO

### Tesis - Sandoval Lachi Jhonnatan Almicar y Vargas Barboza Edith Alina

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.upsjb.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>6%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>cybertesis.unmsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>www.somoshalcones.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Rey Juan Carlos</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>alicia.concytec.gov.pe</b> Fuente de Internet	



**INFORME DE VERIFICACIÓN DE SOFTWARE ANTIPLAGIO**

FECHA: 13-10-23

NOMBRE DE AUTOR/ASESOR: SANDOVAL LACHI JHONNATAN ALMICAR y VARGAS  
BARBOZA EDITH ALINA /Dra. FRANCIS ESMERALDA IBARGÜEN CUEVA

**TIPO DE PROINVESTIGACIÓN:**

- PROYECTO ( )
- TRABAJO DE INVESTIGACIÓN ( )
- TESIS (X)
- TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL ( )
- ARTICULO ( )
- OTROS ( )

INFORMO SER PROPIETARIO (A) DE LA INVESTIGACIÓN VERIFICADA POR EL SOFTWARE ANTIPLAGIO TURNITIN, EL MISMO TIENE EL SIGUIENTE TÍTULO:

"MARKETING EDUCATIVO Y DESARROLLO INSTITUCIONAL EN EL PRE NIDO LOGROS KIDS, VILLA EL SALVADOR, 2022"

CULMINADA LA VERIFICACIÓN SE OBTUVO EL SIGUIENTE PORCENTAJE: 20 %

Conformidad Autor 1:

Nombre: SANDOVAL LACHI  
JHONNATAN ALMICAR  
DNI: 43953194  
Huella:

GYT-FR-64

Conformidad Autor 2:

Nombre: VARGAS VARBOSA  
EDHIT ALINA  
DNI: 44772532  
Huella:

V.1

Conformidad Asesor:

Nombre:  
Dra./Mg. FRANCIS E. IBARGÜEN C.  
DNI: 09637865

14/02/2020