



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Influencia del neuromarketing en el comportamiento de los consumidores de yogurt Laive en la provincia de Trujillo, año 2017.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS- MBA

AUTOR:

Bch. ARROYO RODRÍGUEZ, WALTER POOL

ASESOR:

DR. JOHN ALEX DÍAZ LEDESMA

SECCIÓN:

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GERENCIA DE MARKETING

PERÚ – 2018

Resumen

El objetivo es determinar la influencia del neuromarketing en el comportamiento de los consumidores de yogurt Laive de la provincia de Trujillo, año 2017. El diseño de estudio es no experimental, de corte transversal y correlacional, cuya población estuvo conformada por los 725291 habitantes de la provincia de Trujillo. De todos estos se obtuvo una muestra representativa de 350 de ellos, los cuales son consumidores de yogurt Laive. Los datos fueron recolectados usando como instrumento el cuestionario, el cual fue validados por tres expertos; y confiabilidad a través del Alfa de Cronbach como resultado 83%.

Concluyendo que el neuromarketing influye significativamente en el comportamiento de los consumidores de yogurt Laive de la provincia de Trujillo, año 2017

Palabras Claves: Neuromarketing, Comportamiento de los Consumidores.

Abstract

The objective is to determine the influence of neuromarketing on the behavior of yogurt consumers Laive of yogurt from the province of Trujillo, year 2017. The study design is not experimental, cross-section and correlational. whose population was made up of 725291 the inhabitants of the province of Trujillo. Of all of these a representative simple of 350 of them was obtained, which are consumers of yogurt Laive. The data was collected using the questionnaire as an instrument which was validated by three experts, and the reliability through the Alfa of Cronbach resulting 83%.

Concluding that the neuromarketing significantly influences the behavior of the yogurt consumer Laive from from the province of Trujillo, year 2017

Keywords: Neuromarketing, Bahavior of Consumers.