



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Título: "Influencia de las páginas amarillas en la decisión de
compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote
2010"**

**TESIS PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Bach. BACIGALUPO VÁSQUEZ LUISA

ASESOR:

MG. LINARES CAZOLA JOSÉ GERMÁN

CHIMBOTE - PERÚ
2010

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a DIOS por darme salud, sabiduría y la fuerza necesaria a lo largo de todo el tiempo que ha dedicado a formarme como profesional, gracias a su protección y a su guía

A mis PADRES por apoyarme en los momentos malos y buenos de mi carrera y siempre estar ahí conmigo, les agradezco con todo el corazón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS todopoderoso aquel que es fiel para cumplir todo lo que promete, por ser la fuente de energía que me impulsó a seguir adelante y permitirme culminar esta carrera.

Agradezco a mis PADRES, por su apoyo constante y su comprensión en cada momento que los necesite.

Agradezco a mi ASESOR por su tolerancia y comprensión sobre todo por proporcionarme los conocimientos y la dedicación necesaria para la elaboración de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I: MARCO METODOLÓGICO

1.1 EL PROBLEMA	10
1.1.1 Selección del problema	12
1.1.2 Antecedentes del problema	12
1.1.3 Formulación del problema	17
1.1.4 Justificación	17
1.1.5 Limitaciones	18
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo General	18
1.2.2 Objetivo específico	18
1.3 HIPOTESIS	
1.3.1 Hipótesis de investigación	18
1.3.2 Hipótesis Específica	18
1.4 VARIABLES – INDICADORES	
1.4.1 Operación de variable	19
1.4.2 Tabla de consistencia lógica	21
1.4.3 Tabla de ítems	22
1.5 DISEÑO DE EJECUCION	
1.5.1 Tipo de diseño	23
1.5.2 Población y muestra	23
1.5.3 Técnicas, instrumentos, fuentes e informantes	24

CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL CIENTIFICO

2.1 MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I:

Marketing	30
Función empresarial del marketing:	31
Evolución del marketing:	31
La mezcla del marketing:	35
Publicidad:	38
Objetivo de la publicidad:	39
Clasificación de la publicidad según los medios correctos	39

CAPÍTULO II:	
El consumidor:	41
Comportamiento compra del consumidor:	41
Proceso de decisión de compra:	42
Factores influyentes en el comportamiento del consumidor:	44
Participantes en el sistema de compra:	50
Tipos de comportamiento en la decisión de compra:	52
2.2 MARCO CONCEPTUAL	54
CAPITULO III: DESCRIPCION DE RESULTADOS	
3.1 ORDENAMIENTO DE LOS DATOS	58
3.2 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS	59
3.3 ANÁLISIS CRUZADO	91
CAPITULO IV: CONTRASTACION DE HIPOTESIS	
4.1 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA HIPÓTESIS	93
4.2 CONTRASTACIÓN FRENTE A LOS DATOS LOGRADOS	94
CAPITULO V: DISCUSION DE RESULTADOS	98
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1 CONCLUSIONES	103
6.2 RECOMENDACIONES	105
CAPITULO VII: BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS	
7.1 BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	107
7.2 ANEXOS	109

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

INDICE DE CUADROS: Frecuencia

• Cuadro N°01:	60
Distribución de la población según lugar de residencia	
• Cuadro N°02:	61
Distribución de la población según su género	
• Cuadro N°03:	62
Distribución de la población según su edad	
• Cuadro N°04:	64
Distribución de la población según su nivel de ingreso mensual	
• Cuadro N°05:	66
Distribución de la población según si tienen páginas amarillas	
• Cuadro N°06:	67
Distribución de la población según uso de sus páginas amarillas	
• Cuadro N°07:	68
Distribución de la población según frecuencia de uso de sus páginas amarillas	
• Cuadro N°08:	70
Distribución de la población según el motivo por el cual no usan páginas amarillas	
• Cuadro N°09:	72
Distribución de la población según el elemento del aviso publicitario que llama más su atención	
• Cuadro N°10:	74
Distribución de la población según la influencia del aviso publicitario para adquirir un producto o servicio	
• Cuadro N°11:	75
Distribución de la población según si ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas	
• Cuadro N°12:	76
Distribución de la población según la frecuencia de compra usando sus páginas amarillas	
• Cuadro N°13:	78
Distribución de la población según su satisfacción después de comprar o adquirir algún producto	
• Cuadro N°14:	80
Distribución de la población según Aspectos determinantes en la decisión de compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	

INDICE DE TABLAS: Estadísticos

• Tabla N°01:	63
Edad de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Tabla N°02:	65
Nivel de ingreso mensual de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Tabla N°03:	69
Frecuencia de uso de las páginas amarillas de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	

• Tabla N°04:	71
Motivo por el cual la población de Chimbote y Nuevo Chimbote no usa páginas amarillas	
• Tabla N°05:	73
Elemento del aviso publicitario que llama más la atención de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Tabla N°06:	77
La frecuencia de compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote usando sus páginas amarillas	
• Tabla N°07:	79
Satisfacción de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote después de comprar o adquirir algún producto	
• Tabla N°08:	81
Aspectos determinantes en la decisión de compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	

INDICE DE TABLAS CRUZADAS

• Tabla N°01:	82
Lugar de residencia * ¿cuenta usted con páginas amarillas?	
• Tabla N°02:	82
Genero * ¿cuenta usted con páginas amarillas?	
• Tabla N°03:	83
Edad * ¿Cuenta usted con páginas amarillas?	
• Tabla N°04:	84
Nivel de ingreso mensual * ¿Cuenta usted con páginas amarillas?	
• Tabla N°05:	85
Lugar de residencia * ¿Usa usted sus páginas amarillas?	
• Tabla N°06:	85
Genero * ¿Usa usted sus páginas amarillas?	
• Tabla N°07:	86
Edad * ¿Usa usted sus páginas amarillas?	
• Tabla N°08:	87
Nivel de ingreso mensual * ¿Usa usted sus páginas amarillas?	
• Tabla N°09:	88
Lugar de residencia * ¿Ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas?	
• Tabla N°10:	88
Genero * ¿Ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas?	
• Tabla N°11:	89
Edad * ¿Ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas?	
• Tabla N°12:	90
Nivel de ingreso mensual * ¿Ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas?	
• Tabla N°13:	91
¿Con que frecuencia usa usted sus páginas amarillas? * ¿Ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas?	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

• Gráfico N°01:	60
Lugar de residencia de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°02:	61
Genero de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°03:	62
Edad de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°04:	64
Nivel de ingreso mensual de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°05:	66
Población que cuentan con páginas amarillas	
• Gráfico N°06:	67
Población que usa páginas amarillas	
• Gráfico N°07:	68
Frecuencia de uso de las páginas amarillas de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°08:	70
Motivo por el cual la población de Chimbote y Nuevo Chimbote no usa páginas amarillas	
• Gráfico N°09:	72
Elemento del aviso publicitario que llama más la atención de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	
• Gráfico N°10:	74
Influencia del aviso publicitario para adquirir un producto o servicio	
• Gráfico N°11:	75
Población que ha comprado algún producto o servicio usando sus páginas amarillas	
• Gráfico N°12:	76
La frecuencia de compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote usando sus páginas amarillas	
• Gráfico N°13:	78
Satisfacción de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote después de comprar o adquirir algún producto	
• Gráfico N°14:	80
Aspectos determinantes en la decisión de compra de la población de Chimbote y Nuevo Chimbote	