

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR PARA POSTULAR A LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
DE LOS COLEGIOS PARTICULARES DEL DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE EN EL AÑO 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

HAYDEE CASTILLO PINTADO

ASESORA:

Mg. OLENKA ESPINOZA RODRÍGUEZ

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO EMPRESARIAL - MARKETING

NUEVO CHIMBOTE - PERÚ
2013

DEDICATORIA

Dedico esta investigación de forma muy especial a creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

De igual forma, dedico este trabajo a mi madre y padre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momento.

HAYDEE CASTILLO PINTADO

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis es inevitable que te asalte un muy humano egocentrismo que te lleva a concentrar la mayor parte del mérito en el aporte que has hecho. Sin embargo, el análisis objetivo te muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para mi un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

A Dios por las fuerzas que me ha dado para poder llegar al final de mis estudios:

A la Profesora Mg. Olenka Espinoza por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección, su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en mi formación como investigadora. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al Mg. Antonio Espinoza de la Cruz por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis.

A nuestros estimados docentes, por impartirnos sus conocimientos en el proceso de aprendizaje y crecimiento profesional.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: **INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA POSTULAR A LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO DE LOS COLEGIOS PARTICULARES DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE EN EL AÑO 2013**, con el objeto de optar el título de: **Licenciada en Administración de Empresas**.

La investigación que se ha desarrollado, representa un aporte que espero contribuya a mejorar lo necesario en los esfuerzos publicitarios dirigidos a postulantes del distrito de Nuevo Chimbote

Expreso mi profundo agradecimiento a todos nuestros asesores que contribuyeron con su abnegada labor en el proceso de aprendizaje de la maestría, en especial a mi asesora por brindarme su incondicional apoyo

La autora

ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Presentación.....	4
Índice.....	5
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	9
1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.1.1. Realidad problemática.....	12
1.1.2. Formulación del problema.....	17
1.1.3. Justificación.....	17
1.1.4. Antecedentes.....	18
1.1.5. Objetivos.....	21
1.1.5.1. General.....	21
1.1.5.2. Especifico.....	21
1.2. MARCO REFERENCIAL.....	22
1.2.1. Marco teórico.	22
1.2.2 Marco Conceptual.....	41
2. MARCO METODOLÓGICO.....	43
2.1. Hipótesis.....	44
2.2. Variables.....	44
2.2.1. Definición conceptual.....	44
2.2.2. Definición operacional.....	45
2.3. Metodología.....	45
2.3.1. Tipos de estudio	46
2.3.2. Diseño.....	47
2.4. Población y muestra	47

2.5. Método de investigación.....	48
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
2.7. Métodos de análisis de datos.....	50
3. RESULTADOS	51
4. DISCUSIÓN.....	70
5. CONCLUSIONES.....	78
6. SUGERENCIAS.....	80
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	82
8. ANEXOS.....	85

RESUMEN

La investigación de la tesis titulada: "INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA POSTULAR A LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO DE LOS COLEGIOS PARTICULARES DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE EN EL AÑO 2013.", corresponde a determinar hay una influencia entre una variable a otra Toda vez que el problema que se ha investigado es: ¿En qué medida influye la Publicidad en el comportamiento del consumidor para postular a la Universidad Cesar Vallejo de los colegios particulares del Distrito de Nuevo Chimbote en el año 2013?

En el desarrollo de la investigación lo que se persigue es confirmar o desvirtuar la influencia de las estrategias publicitarias en el comportamiento del consumidor cuando se trata de postular a la UCV. Para lo cual se ha requerido del sustento teórico que ha permitido conocer las variables y luego estructurar instrumentos para medir ambas variables.

Entre los objetivos planteados en la presente investigación se ha incluido los niveles de la percepción de cada variable. La población estuvo constituida por los 228 escolares del quinto grado del nivel secundario de las instituciones educativas de Nuevo Chimbote

Para el análisis estadístico según la investigación de tipo no experimental, se utilizó la prueba estadística de Chi cuadrada para mostrar realmente el grado de independencia o dependencia del comportamiento del consumidor para postular, por lo que con esta prueba contrastamos la hipótesis planteada.

Luego de realizar el proceso de la investigación se han logrado las conclusiones, dentro de las cuales se ha considerado que no existe un

efecto de la publicidad en el comportamiento del consumidor para postular a la Universidad Cesar Vallejo de los colegios particulares del Distrito de Nuevo Chimbote en el año 2013 ya que se obtuvo un valor de prueba (Chi cuadrada) de 0.296a en la curva normal inferior al 3.84% estándar al trabajar con un 95% de confianza, dicho valor indica una posición a la izquierda (zona de aceptación) de la hipótesis nula, por tanto la publicidad no influye en el comportamiento del consumidor para postular a la UCV.

Además existe un alto impacto de la publicidad según el 66,2% del total de colegios particulares del Distrito de Nuevo Chimbote en el año 2013, mientras que para el 33,8% existe un bajo impacto de la publicidad, en el caso de la variable dependiente existe un alto comportamiento del consumidor para postular en el 60,5% del total de colegios particulares del Distrito de Nuevo Chimbote en el año 2013, mientras que para el 39,5% existe un bajo Comportamiento del consumidor para postular.

La población de estudio fue muestral, es decir se aplicó en los 228 escolares del quinto grado del nivel secundario de las instituciones educativas de Nuevo Chimbote, La medición de las variables fue con instrumentos para cada variable.

Consecuentemente se realizó las recomendaciones que se han observado convenientes a realizar para la Institución Educativa.

ABSTRACT

The thesis research entitled "INFLUENCE OF ADVERTISING ON CONSUMER BEHAVIOR APPLY TO COLLEGE FOR CESAR VALLEJO PRIVATE SCHOOLS DISTRICT OF NEW CHIMBOTE IN THE YEAR 2013." Corresponds to determine an influence from one variable to whenever another problem that has been investigated is: To what extent does the advertising on consumer behavior to apply to the University Cesar Vallejo private schools Nuevo Chimbote District in 2013?

In the course of the investigation if the aim is to confirm or refute the influence of advertising strategies in consumer behavior when it comes to apply for the UCV. To which has required the theoretical support that has allowed us then structure variables and instruments to measure both variables.

Among the objectives in this research is an included perceived level of each variable. The population consisted of 228 fifth grade students of secondary level educational institutions in Nuevo Chimbote

For statistical analysis according to the non-experimental research, we used the chi-square test statistic to really show the degree of independence or dependence to apply consumer behavior, so that this contrast the hypothesis test.

After conducting the research process has been made conclusions, within which it has been considered that there is no effect of advertising on consumer behavior to apply Universidad Cesar Vallejo wing private schools Nuevo Chimbote District in the year 2013 as they won a test value (Chi square) of 0.296th in the normal curve below the 3.84% standard when working with 95% confidence, this value indicates a position to the left (acceptance region) of the null hypothesis, so the advertising influences consumer behavior to apply UCV wing.

In addition there is a high impact of advertising according to 66.2% of private schools Nuevo Chimbote District in 2013 ", while for 33.8% there is a low impact of advertising, in the case of the dependent variable there is a high consumer

behavior to apply in 60.5% of all private schools Nuevo Chimbote District in 2013, while for 39.5% there is low consumer behavior to apply.

The study population sample, ie 228 was applied in the fifth grade students of secondary level educational institutions in Nuevo Chimbote, Measuring instruments was variable for each variable.

Consequently they made the recommendations that have been observed convenient to carry to the Educational Institution.