



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING MIX BASADO EN BTL
PARA INCREMENTAR LA CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE
PREGRADO EN UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LA REGIÓN
LAMBAYEQUE**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTORES

**BR. BERNILLA ZAMORA, SAMMY ANTONIO
BR. OTINIANO CASTILLO, LORELLA PRISCILA**

ASESOR

Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

CHICLAYO – PERÚ

2015

DEDICATORIA

Los hijos muchas veces llegan de manera inesperada, pero son el gran comienzo para esforzarnos de forma imprevista, y a partir de ese momento, se deben tomar decisiones mucho más delicadas, pues podrían tener repercusión en ese nuevo ser humano que ha llegado a nuestras vidas.

Ser padres no es fácil, pero tampoco imposible, más aún cuando tenemos una razón para ser mejores que ayer.

Por eso, esta dedicatoria es para nuestro hijo Jared, quién es la motivación para lograr grandes cosas, el motor que nos da fuerza para cumplir objetivos por los que lucharemos hasta conseguir cosas increíbles, cosas que tal vez no serían posible siquiera conocer, si él no hubieran llegado a este mundo.

Te protegeremos por siempre, y te amaremos para siempre, pues no hay corazones que te amen más que el de nosotros.

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres, por habernos formado y guiado como personas, muchos de nuestros logros se los debemos a ellos. Nos formaron con reglas y algunas libertades, pero al final, nos apoyaron y motivaron constantemente para alcanzar nuestros anhelos. Sus enseñanzas son la base de todo nuestro crecimiento profesional, sin ellas no habiéramos cumplido nuestros objetivos; de los cuales nos sentimos orgullosos. Los amamos.

PRESENTACIÓN

Señores del Jurado.

El presente informe de investigación corresponde a la tesis intitulada: propuesta de plan de marketing mix basado en BTL para incrementar la captación de alumnos de pregrado en una universidad privada de la región Lambayeque, con el objetivo de obtener el grado académico de magister en administración de negocios.

El trabajo de investigación es significativo pues tiene como objetivo Proponer plan de marketing mix basado en BTL para incrementar la captación de alumnos de pregrado en una universidad privada de la Región Lambayeque.

Del mismo modo, es la pretensión que al concluir el presente estudio y de acuerdo a los procedimientos estipulados en el reglamento para elaboración y sustentación de tesis de nuestra casa superior de estudios, pueda optar el grado académico de magister en Administración de Negocios.

Señores miembros del jurado espero su evaluación y que la misma merezca su aprobación.

Los Autores.

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	ivv
ÍNDICE	v
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix
CAPÍTULO I:	10
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. Planteamiento del problema	11
1.2. Formulación del problema.	15
1.3. Justificación.....	15
1.4. Limitaciones.	16
1.5. Antecedentes.	16
A nivel internacional.-.....	16
A nivel nacional.-	18
A nivel regional.-.....	19
1.6. Objetivos.....	21
1.6.1. General.	21
1.6.2. Específicos.	21
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	23
2.1. Variable independiente.....	23
2.1.1 Concepto.-	23
2.1.2 Características.-.....	23
2.1.3 Modelos.-	25
2.2. Variable dependiente:.....	27
2.2.1 Concepto:.....	27
2.2.2 Características.-.....	27
2.2.3 Factores influyentes.-	30

2.2.4 Modelos.-	34
2.3. Marco Conceptual.-	36
CAPÍTULO III	38
MARCO METODOLICO	38
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.	39
3.1. Hipótesis:	39
3.2. Variables.	39
3.2.1. Definición Conceptual	39
3.2.2. Definición Operacional.	40
3.2.3. Variable dependiente.-.	¡Error! Marcador no definido.
3.3. Metodología.....	42
3.3.1. Tipo de Estudio.....	42
3.3.2. Diseño.	42
3.4. Población y muestra.-	43
3.5. Método de Investigación.-	43
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.-.....	43
3.7. Métodos de análisis de datos.-.....	44
4. CAPÍTULO IV:.....	45
4.1 RESULTADOS:.....	45
4.2 DISCUSIÓN:	47
CONCLUSIONES.....	51
SUGERENCIAS.	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
ANEXO 01.- Propuesta de Propuesta de Marketing mix basado en BTL	56
ANEXO 02.- Ficha de evaluación por juicio de experto.	65
ANEXO 03.- Ficha de evaluación por juicio de experto.	69
ANEXO 04.- Instrumento de recolección de datos.	73

RESUMEN

La presente investigación intitulada propuesta de plan de marketing mix basado en BTL para incrementar la captación de alumnos de pregrado en una universidad privada de la región Lambayeque, se estructura definiendo las características técnicas de la estrategia integral que permita mejorar la captación de alumnos de pregrado en una universidad privada de la Región Lambayeque.

Los resultados muestran que la meta propuesta de postulantes para el semestre académico 2015-1 fue de 2100 alumnos, alcanzando un resultados de 1890; es decir el 90% de la meta trazada, siendo la diferencia de 210 postulantes; la meta propuesta de ingresantes para el semestre académico 2015-I fue de 1890 alumnos, alcanzando un resultados de 1752; es decir el 93% de la meta trazada, siendo la diferencia de 138 ingresantes y puede apreciarse que la meta propuesta de matriculados para el semestre académico 2015-1 fue de 1739 alumnos, alcanzando un resultados de 1623; es decir el 93% de la meta trazada, siendo la diferencia de 116 ingresantes. Asimismo, se concluye que hay un margen de diferencia entre las metas propuestas y las alcanzadas debido a ciertos factores influyentes como: la cultura, los estilos de vida, percepción, edad, entre otros. Finalmente, se recomienda que se apruebe la ejecución de la propuesta del plan de marketing mix basado al BTL, monitoreando el impacto de manera frecuente para así evaluar y analizar los resultados u objetivos trazados.

Palabras clave: Marketing mix, BTL, captación, clientes.

ABSTRACT

This entitled proposed research plan marketing mix based on BTL to increase the uptake of undergraduate students in a private university in the Lambayeque region, the structure defining the technical characteristics of the comprehensive strategy to improve the recruitment of undergraduates in a private university in the Lambayeque Region.

The results show that the proposed target of applicants for the 2015-1 academic semester students was 2100, reaching 1890 results; ie 90% of the set goal, the difference of 210 applicants; the proposed goal of entrants for the 2015-1 semester of 1890 was students, reaching 1752 results; ie 93% of the set goal, the difference of 138 entrants and can be seen that the proposed target enrollment for the 2015-1 academic semester students was 1739, reaching 1623 results; ie 93% of the set goal, the difference of 116 entrants. Also, it is concluded that there is a margin between the goals set and achieved because certain influential factors such as culture, lifestyle, perception, age, among others. Finally, it is recommended that implementation of the plan proposal based marketing mix at BTL is approved; the impact of frequent monitoring in order to evaluate and analyze the results or objectives outlined way.

Keywords: Marketing mix, BTL, attracting clients.