



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR LOS SERVICIOS Y
LA ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA UNIVERSIDAD CESAR
VALLEJO SEDE CHOTA.**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER
EN GESTION PÚBLICA**

AUTORA

Br. YESICA PAOLA VÁSQUEZ RIVERA.

ASESOR

Dr. FIGUEROA CORONADO ERCIK CARLO.

CHOTA – PERÚ

2016

PAGINA DE JURADO

Dra. Zuly Cristina Molina Carrasco

Presidenta

Dra. Bertila Hernández Fernández

Secretaria

Dr. Erick Carlo Figueroa Coronado

Vocal

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Vásquez Rivera Yesica Paola egresado (a) del Programa de Maestría (x) Doctorado () Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 42904796

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor (a) de la tesis titulada: **ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR LOS SERVICIOS Y LA ATENCION DE LOS USUARIOS DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SEDE CHOTA**
2. La misma que presento para optar el grado de: Maestría en Gestión Pública.
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Pimentel, 12 de Agosto de 2016

Firma

Nombres y apellidos: Yesica Paola Vásquez Rivera

DNI: 42904796

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a Dios por haberme dado la vida, así mismo a mi querida hija Marla Fernanda por brindarme su apoyo incondicional y por ser mi inspiración para poder lograr mis objetivos y con quien comparto y compartiré siempre los mejores momentos de mi vida.

A mis padres Amado y María, con eterna gratitud, por su constante apoyo, amor, sacrificio y que a pesar de la distancia, siempre estamos unidos

Paola

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores de Maestría de Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, quienes han volcado sus conocimientos académicos, forjando en mí un espíritu de superación, así mismo a mi Alma mater de estudio la Universidad Cesar Vallejo hoy mi centro laboral quien me brindo todo el apoyo para lograr culminar mi Maestría en Gestión Pública.

La autora

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:

En cumplimiento con los lineamientos y técnicas establecidas en el Reglamento de grados y títulos de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, dejamos a vuestra disposición la revisión y evaluación del presente trabajo de tesis titulado: **ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR LOS SERVICIOS Y LA ATENCION DE LOS USUARIOS DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SEDE CHOTA**, con la finalidad que, después de analizar e interpretar su contenido en todas las partes estructurales, valoren y emitan su opinión técnica que me permita continuar con los trámites correspondientes o realizar los reajustes del caso.

Esté trabajo de la investigación se realizó con la finalidad de obtener el Grado de Magister en Gestión Pública; el cual espero sea un referente para otros, que conlleve a su posterior aprobación.

Esta investigación tuvo lugar en la UCV Sede Chota, el cual se desarrolló para determinar que estrategias de marketing se aplicaran para así mejorar los servicios y la atención a los usuarios de dicha institución

Por lo anteriormente mencionado señores miembros del jurado, recibo con beneplácito vuestros aportes y sugerencias para mejorar mi conocimiento, a la vez deseo que mi trabajo sirva de antecedente importante a quienes desean continuar con nuevas investigaciones.

La autora

ÍNDICE

	Pág.
DECLARACION JURADA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRESENTACION	vi
INDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I : PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1. Problema de Investigación	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Formulación del Problema	15
1.3 Justificación	15
1.4 Antecedentes	16
1.5 Objetivos	21
1.5.1 General	21
1.5.2 Específicos	21
CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO	
2.1 Marco Teórico	22
2.1.1 Teoría de los Sistemas	22
2.1.2 Teoría de la Acción de la Comunicación	25
2.1.3 Teoría del Desarrollo Humano	28
2.1.4 Estrategias de Marketing	31
2.1.5 Servicios y atención a los usuarios	39
2.2 Marco Conceptual	46
2.2.1 Estrategias de marketing	46
2.2.2 servicios	46
2.2.3 Usuarios o clientes	47
CAPITULO III : MARCO METODOLOGICO	
3. Marco metodológico	48
3.1 Hipótesis	48
3.2 Variables	48

3.2.1 Definición Conceptual	48
- Variable Independiente: Estrategias de marketing	48
- Variable Dependiente: Servicios y atención a los usuarios	48
3.2.2 Definición operacional	49
- Variable Independiente: Estrategias de marketing	49
- Variable Dependiente: Servicios y atención de los usuarios	49
3.2.3 Operacionalización de las variables	50
3.3 Metodología	50
3.3.1 Tipo de estudio	51
3.3.2 Diseño de estudio	51
3.4 Población y muestra	51
3.4.1 Población	51
3.4.2 Muestra	51
3.5 Métodos de investigación	52
3.5.1 Método científico	52
3.5.2 Método deductivo	53
3.5.3 Método inductivo	53
3.5.4 Método hipotético deductivo	54
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
3.6.1 Técnicas de recolección de datos	54
Encuesta	54
3.6.2 Instrumentos de recolección de datos	55
Cuestionario	55
3.7 Métodos de análisis de datos	55
CAPITULO IV: RESULTADOS	
4.1 Descripción de los resultados	56
4.1 Discusión de los resultados	77
CONCLUSIONES	80
SUGERENCIAS	81
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	82
ANEXOS	86

RESUMEN

La Universidad César Vallejo se viene desarrollándose en la ciudad de Chota pero es necesario que se desarrolle nuevas estrategias de marketing es por esto que nos ha llevado a plantear que estrategias de marketing se deberían aplicar para mejorar el servicio y la atención a los usuarios de la Universidad César Vallejo sede Chota con la finalidad de determinar estrategias de marketing que se deberían aplicar para mejorar el servicio y la atención a los usuarios de la Universidad César Vallejo sede Chota, por eso tenemos formulado el siguiente problema.

¿Qué estrategias de marketing se deberían aplicar para mejorar el servicio y la atención a los usuarios de la Universidad César Vallejo sede Chota?. El presente trabajo de investigación se justifica porque nos va a permitir determinar que estrategias debemos aplicar para mejorar el servicio y la atención a los usuarios de los diferentes programas con que cuenta la UCV, en el área de Postgrado o del Programa SUBE, con el fin de continuar captando más alumnos y consolidarnos en el tiempo como la Universidad líder en la provincia de Chota y en la región, asegurando la calidad de la enseñanza y con usuarios satisfechos.

Por ello hemos planteado la siguiente hipótesis: Si utilizamos estrategias de marketing adecuadas, entonces mejoraremos el servicio y la atención a los usuarios de la Universidad Cesar Vallejo sede Chota, se ha desarrollado una investigación de tipo pre-experimental de carácter cuantitativo; la misma que para contrarrestar las variables hemos aplicado instrumentos de investigación como el cuestionario cuyo análisis y proceso estadístico de datos mediante el software Excel y SPSS, se reflejan en tablas y gráficos que al interpretarlos nos permiten concluir que, los resultados del post test y pre test determinan que la diferencia de 2,130 puntos, a un nivel de confianza para la diferencia de 95% demostrando que se tiene una t_t de 1,6545 y una t_c de 9,155 con 168 grados de libertad y una significatividad bilateral de 0,000, indicando que las

estrategias de marketing para mejorar los servicios y la atención de los usuarios de la Universidad Cesar Vallejo sede Chota.

Palabras Claves: Universidad, estrategias, marketing, servicio, usuario y atención.

ABSTRACT

The Universidad Cesar Vallejo has been developed in the city of Chota but you need new marketing strategies develop is why it has led us to propose that marketing strategies should be applied to improve the service and attention to users Universidad Cesar Vallejo based Chota in order to determine marketing strategies that should be applied to improve the service and attention to users based Chota Cesar Vallejo University, so we the following problem:

What marketing strategies should be applied to improve the service and attention to users based Chota Universidad Cesar Vallejo? This research is justified because it will allow to determine wich strategies should be applied to improve the service and attention to users of the programs available to the UCV, in the area or the UP Pstgraduate Program in order to continue attracting more students and consolidate over time as the leading university in the province of chota and in the region, ensuring the quality of teaching and satisfied users.

We have therefore raised the following hypothesis: If we the right marketing strategies, then we will improve the service and attention to users based chota Cesar Vallejo University, it has developed a pre-experimental research of quantitative type; the same as for testing the variables we applied research tools such as statistical analysis and questionnaire which process data using the Excel and SPSS software, are reflected in tables and graphs to interpret allow us to conclude that results of pre and test determined that the mean difference between pre-test and post test of 2,130 points to a confidence level for the difference of 95%, showing that it has a tt of 1,6545 and 9,,155 tc of 168 degrees freedom and bilateral significance of 0,000 indicating that the marketing strategies to improve services and care users Chota Universidad Cesar Vallejo headquarters.

Keywords: University, marketing, strategies, service, user, custom

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el tema Marketing en universidades se hace una descripción, análisis y propuestas donde nos refiere “que las instituciones de educación superior deben ser conscientes de los grandes retos que están enfrentando al existir una mayor oferta educativa de origen nacional e internacional” (Franco & Arrubla, 2011, párr. 9), razón por la cual están “ofreciendo programas presenciales y virtuales, donde existe un interés marcado por cautivar a diferentes segmentos de mercado” (Franco & Arrubla, 2011, párr. 9), Es por ello que hoy en día se debe ofrecer más productos para así “lograr un mayor posicionamiento y aumentar la cuota de mercado; es por esto que las universidades deben tomar decisiones que les permita estar mejor preparadas para enfrenar el futuro”(Franco & Arrubla , 2011,parr. 19), Que se hace muy competitivo de estos últimos tiempos para así “entender la realidad de su entorno, efectuar diagnósticos que les ayude a identificar sus ventajas competitivas, conocer los aspectos que deberán mejorar, descifrar las oportunidades e identificar las amenazas a las cuales se enfrentan” (Franco & Arrubla , 2011,parr. 19).

Para una mejor comprensión del presente trabajo de investigación este ha sido estructurado de la siguiente:

Este trabajo está dividido en capítulos los cuales están organizados de la siguiente manera: el capítulo I se denominado problema de investigación, el segundo habla sobre el marco teórico, el tercer capítulo habla sobre la el marco metodológico, el cuarto capítulo sobre análisis e Interpretación de Resultados de la investigación y finalmente se presenta las conclusiones, sugerencias y recomendaciones para que se tomen en cuenta.

Pongo a disposición del público lector mi trabajo de investigación para que efectué las críticas constructivas que crea necesario, las mismas que servirán para mejorar la presente investigación.