



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“La influencia de las Estrategias Promocionales en la Imagen de la
Pollería Junior – Comas, 2017”**

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

AUTORA:

RAMIREZ GUERRERO, CYNTHIA MARILYN

ASESOR:

DR. FERNANDEZ SAUCEDO, NARCISO

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA-PERÚ

2017

Dávila Arenaza, Víctor
Presidente

Díaz Saucedo, Antonio
Secretario

Fernández Saucedo, Narciso
Vocal

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a Dios por permitirme seguir en vida, a mis padres por la confianza y apoyo incondicional que me tienen.

Agradecimiento

Agradezco a mis padres y hermana por ser mi motivación, con la cual realizo todo lo que hago en mi vida, por estar siempre a mi lado.

A mi asesor el Dr. Narciso Fernández Saucedo, por el apoyo intelectual que me proporciono para realizar esta investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, Cynthia Marilyn Ramírez Guerrero con DNI N° 72562583, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 16 de Noviembre del 2017

Cynthia Marilyn Ramírez Guerrero

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento de Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La influencia de las Estrategias Promocionales en la Imagen de la Pollería Junior-Comas, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Ramírez Guerrero, Cynthia Marilyn

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	10
1.2. TRABAJOS PREVIOS	11
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	13
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	23
1.6. OBJETIVOS	24
1.7. HIPÓTESIS	24
II. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	25
2.1. DISEÑO, MÉTODO, TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	26
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	29
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	30
2.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	32
2.6. ASPECTOS ÉTICOS	32
III. RESULTADOS	32
3.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	32
3.2. REGRESIÓN LINEAL	38
3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	47

IV. DISCUSIÓN	56
V. CONCLUSIONES	61
VI. RECOMENDACIONES	62
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	63
VIII.ANEXOS	66

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “La influencia de las Estrategias Promocionales en la Imagen de la Pollería Junior-Comas, 2017” tiene como objetivo principal determinar la influencia de la Estrategias Promocionales en la Imagen, lo cual implicó la búsqueda de fuentes de información científica. La población objeto de estudio estuvo conformado por los consumidores de la Pollería Junior, la muestra del estudio estuvo conformado por 77 consumidores; con un nivel de confiabilidad del 80%, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Usando como instrumento el cuestionario compuesta de 20 preguntas, la validación del instrumento se realizó bajo juicio de expertos, luego de ello estos resultados fueron procesados, analizados y estudiados mediante el programa de estadístico SPSS versión 22, con ello se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el uso del alfa de Cronbach, y por último se analizaron e interpretaron de forma individual los gráficos estadísticos obtenidos por cada pregunta. Finalmente se obtuvo resultados significativos para el estudio cuyo propósito es la de determinar la influencia de las Estrategias Promocionales en la Imagen de la Pollería Junior.

Palabras claves: *Estrategias Promocionales, Imagen.*

ABSTRACT

This research work entitled "The influence of Promotional Strategies in the Image of Pollería Junior-Comas, 2017" has as main objective to determine the influence of Promotional Strategies in the Image, which implies the search of scientific information sources . The population under study was made up of consumers of the Pollería Junior, the sample of the study consisted of 77 consumers; with a level of reliability of 80%, for the collection of data used in the technique of the survey. Using the instrument the questionnaire composed of 20 questions, the validation of the instrument was made under the expert judgment, after these results were processed, analyzed and studied through the statistical program of SPSS version 22, with the reliability level of the questions through the use of Cronbach's alphabet, and finally, the discussion and interpretation of individual forms, the statistical graphs obtained for each question. Finally, significant results are obtained for the study whose objective is the definition of the influence of Promotional Strategies in the Image of Junior Poultry.

Keywords: *Promotional Strategies, Image.*