



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela académico profesional de administración

TESIS

**INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE
LOS CLIENTES DE BEMBOS S.A.C. DE LA
CIUDAD DE CHICLAYO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

AUTOR:

Bach. Gastelo Custodio Juan Daniel

Pimentel, Julio del 2015

RESUMEN

La presente investigación titulada “INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS CLIENTES DE BEMBOS S.A.C. DE LA CIUDAD DE CHICLAYO”, tiene como objetivo determinar de qué manera la publicidad que emplea la empresa en estudio, incide en la conducta de compra de sus productos en el mercado.

Para ello, se realizó un tipo de investigación descriptiva, cuyo diseño fue no experimental, transversal, cuya población y muestra estuvo conformada por 173 jóvenes hombres y mujeres de nivel

socioeconómico medio típico, consumidores del producto Bombos de la ciudad de Chiclayo, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación, un cuestionario estructurado de 18 preguntas con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente, validado por especialistas.

Luego de realizado el estudio, se comprobó la hipótesis planteada que determinó que la publicidad influye de manera significativa en el comportamiento del consumidor de los productos de la empresa Bombos.

ABSTRACT

This research entitled "INFLUENCE OF ADVERTISING IN CONSUMER BEHAVIOR OF CLIENTS Bambos SAC CITY OF

CHICLAYO", aims to determine how the advertising company employs study, affects the buying behavior of their products in the market.

For this, a kind of descriptive research, whose design was not experimental, transversal, whose population and sample consisted of 173 young-men and women of typical middle socioeconomic level, consumer product Bambos city of Chiclayo was performed using as technical survey and as a research tool, a structured set of 18 questions with only one option and qualification questionnaire that measured indicators and independent variables as dependent both validated by experts..

After conducted the study, which determined the hypothesis that advertising has a significant influence on consumer behavior of Bambos goods was found.