

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Escuela de Administración



**NEUROINSIGHTS Y POSICIONAMIENTO DE LAS MARCAS DE
AUTOMOVILES - CHIMBOTE - 2017**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Elaborado por :

CHUMACERO CUEVA CECILIA ELIZABETH

CHIMBOTE

2017

Resumen

El proyecto investigación tuvo como propósito, determinar la relación que existe entre el uso de los Neuroinsights y el posicionamiento de las marcas de automóviles en la ciudad de Chimbote, periodo 2017, para lo cual se utilizó el tipo de investigación descriptiva correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal y como primera población estuvo constituida por las marcas de automóviles que se comercializan en la ciudad de Chimbote, como muestra para este estudio se consideró las 10 marcas de automóviles con mayor demanda en la ciudad, la segunda población estuvo constituida por personas de ambos géneros, mayores de 18 años y menores de 65, que residían en el distrito de Chimbote, cuya cantidad fue 367 850 personas, la muestra estuvo constituida por 385 personas del distrito de Chimbote, se utilizó como técnicas la encuesta y la ficha de observación y como instrumento el cuestionario, la misma que aplicamos a las unidades de análisis. Para medir la correlación que existe entre las dos variables, se utilizó el coeficiente de correlación r de Pearson cuyo valor fue 0.958, que indico una correlación fuerte entre las variables es decir a mayor uso de los neuroinsights, mayor posicionamiento de las marcas de automóviles o menor posicionamiento, menor uso de los neuroinsights. El coeficiente de determinación obtenido indico que el uso de los neuroinsights influye en un 91.7% en los cambios que puedan ocurrir en el posicionamiento de las marcas de automóviles, el porcentaje restante corresponde a factores no evaluados en esta investigación. El valor sig. (bilateral) es menor que 0.01, por lo que rechaza la hipótesis nula y se acepta que la relación entre las variables es altamente significativa, además que el coeficiente de determinación muestra que la influencia de una variable en la otra es alta.