

# CAPITULO IV

## 4. RESULTADOS

### DATOS PERSONALES

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
EDAD	18-19	8	73
	20-21	3	27
	TOTAL	11	100
ESTADO CIVIL	SOLTERO (A)	10	91
	CASADO (A)	1	9
	TOTAL	11	100
SEXO	MASCULINO	6	55
	FEMENINO	5	45
	TOTAL	11	100
RELIGION	CATOLICA	4	36
	CRISTIANA	6	55
	ALIANZA	1	9
	TOTAL	11	100
OCUPACION	ESTUDIANTE	9	82
	OTROS	2	18
	TOTAL	11	100

¿QUE SON LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y MARKETIN ESTACIONAL?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 1	SI	7	64
	NO	4	36
	TOTAL	11	100

¿SABES COMO SE INICIO LA PUBLICIDAD?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 2	SI	2	18
	NO	9	82
	TOTAL	11	100

¿CONOCES ESTRATEGIAS PARA CREAR CAMPAÑAS?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 3	SI	5	45
	NO	6	55
	TOTAL	11	100

¿SABES QUE ES MARKETING?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 4	SI	8	73
	NO	3	27
	TOTAL	11	100

¿CONOCES LAS VENTAJAS DE LAS CAMPAÑAS?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 5	SI	5	45
	NO	6	55
	TOTAL	11	100

¿SABES COMO SE INICIO LA PUBLICIDAD?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 6	SI	3	27
	NO	8	73
	TOTAL	11	100

¿QUE ESTACIONALIDAD HAY MAYOR DEMANDA?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 7	A	2	18
	B	4	36
	C	5	45
	TOTAL	11	100

¿CONSIDERAS QUE EL CONSUMIDOR PERCIBE LA OFERTA?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 8	SI	10	91
	NO	1	9
	TOTAL	11	100

¿CREES QUE EL DISEÑO CAUSA ALGUN EFECTO EN LA VIDA?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 9	SI	7	64
	NO	4	36
	TOTAL	11	100

¿CONSIDERAS QUE ATRAER UN CLIENTE NUEVO ES BUEN EFECTO?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 10	SI	9	82
	NO	2	18
	TOTAL	11	100

¿QUE MEDIO DE PUBLICIDAD HAY MAYOR IMPACTO?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 11	A	3	27
	B	8	73
	TOTAL	11	100

¿QUE ACCIONES DEBE INCLUIR EN UNA CAMPAÑA?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 12	A	0	0
	B	11	100
	TOTAL	11	100

¿CONSIDERAS QUE LAS ESTACIONES CREAN EMOCIONES?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 13	SI	9	82
	NO	2	18
	TOTAL	11	100

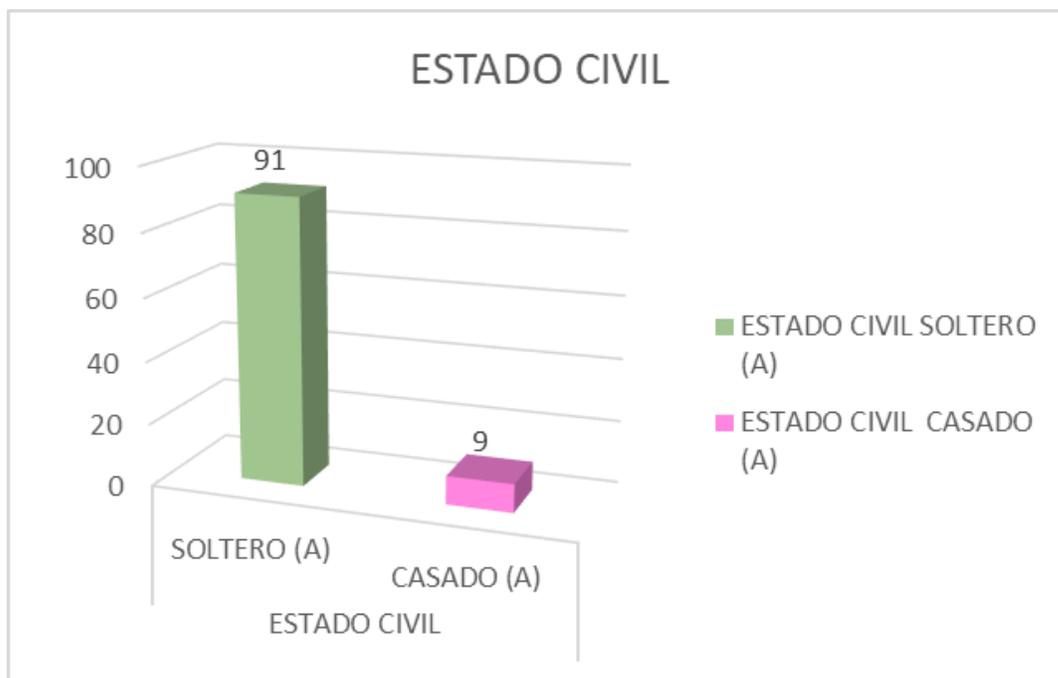
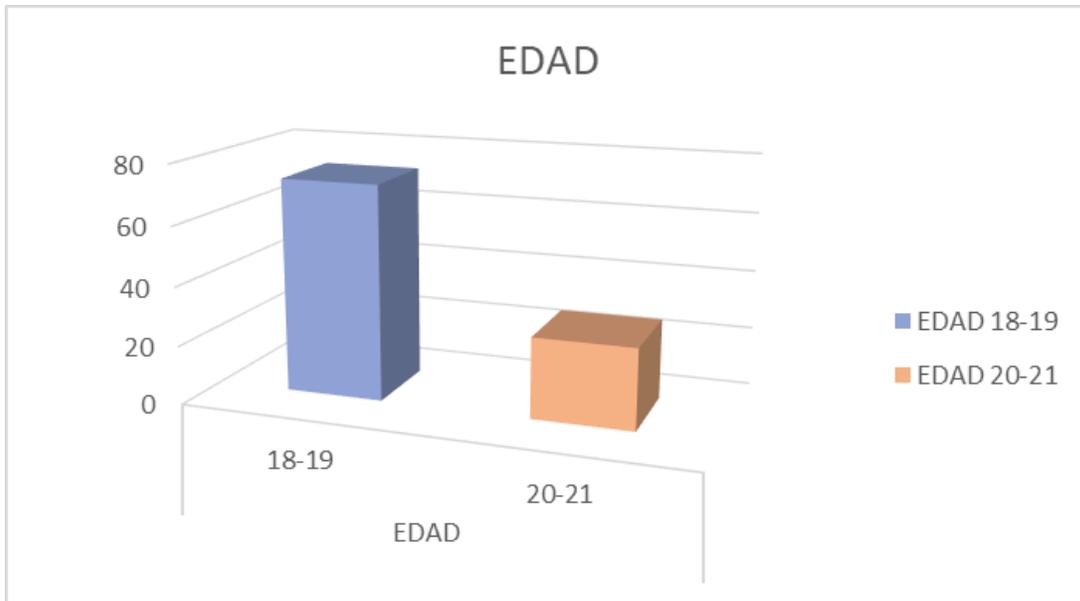
¿CONSIDERAS QUE LAS CAMPAÑAS CUMPLEN SU OBJETIVO?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 14	SI	9	82
	NO	2	18
	TOTAL	11	100

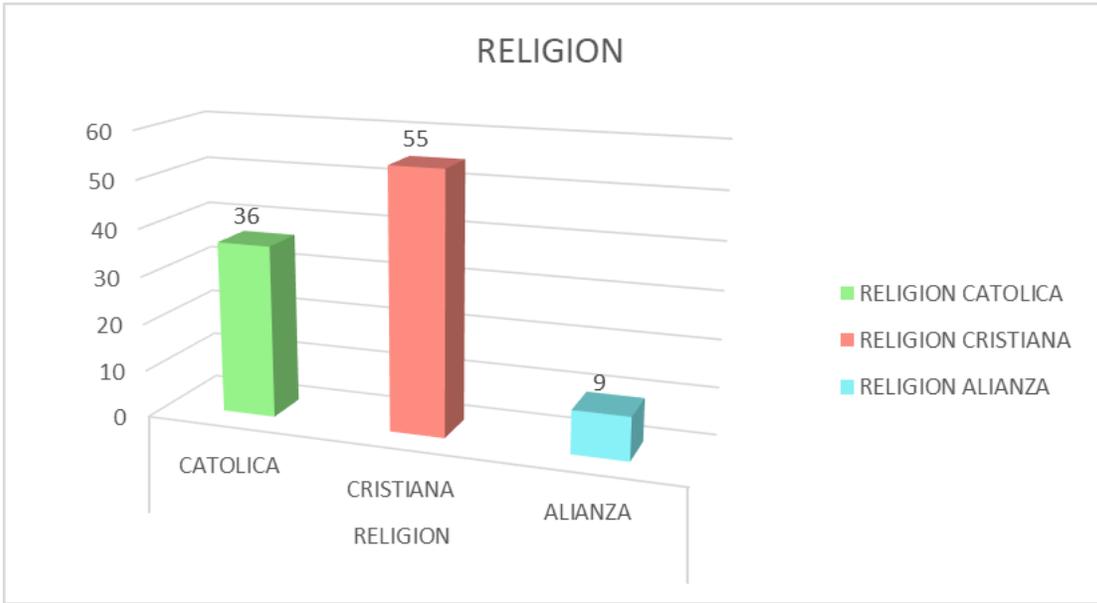
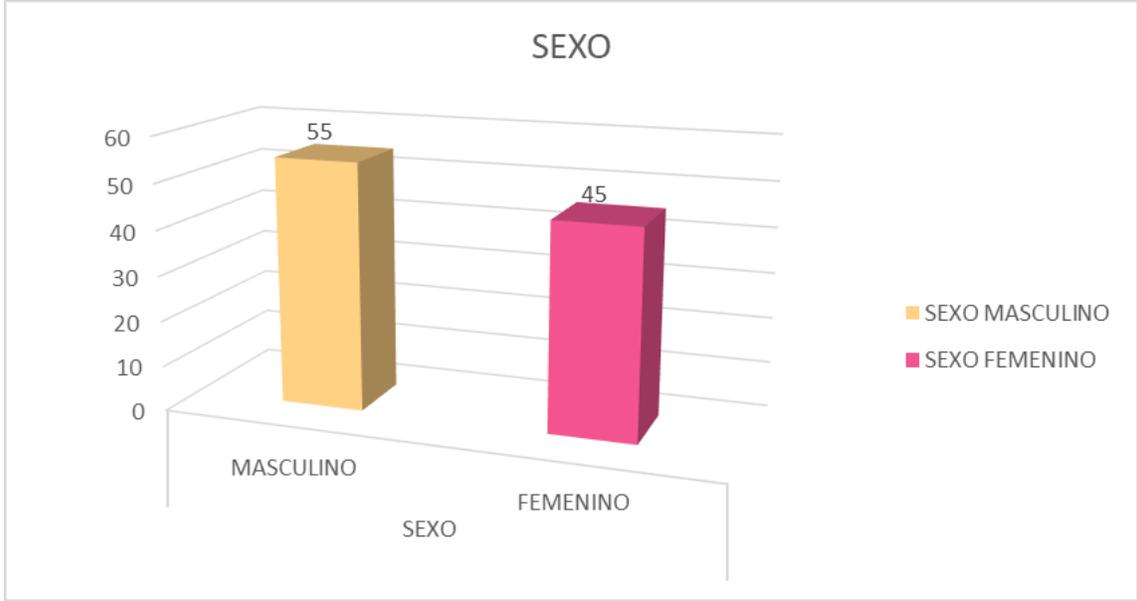
¿CONOCES NEGOCIOS DONDE SE LLEVE LA PUBLICIDAD?			
VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PREGUNTA 15	SI	5	45
	NO	6	55
	TOTAL	11	100

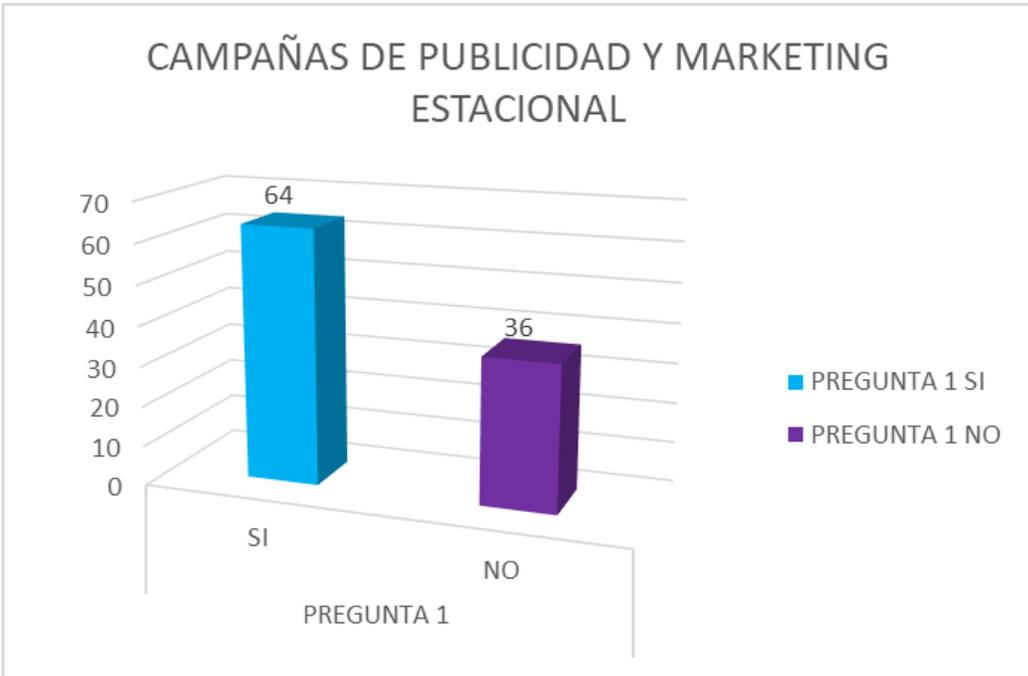
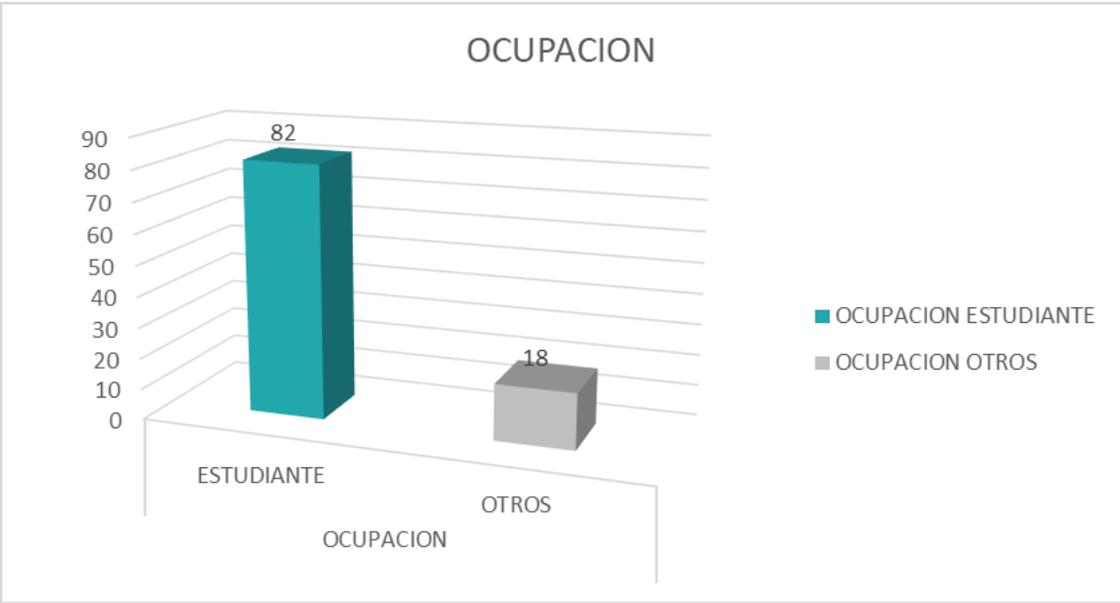
# CAPITULO IV

## 4. RESULTADOS

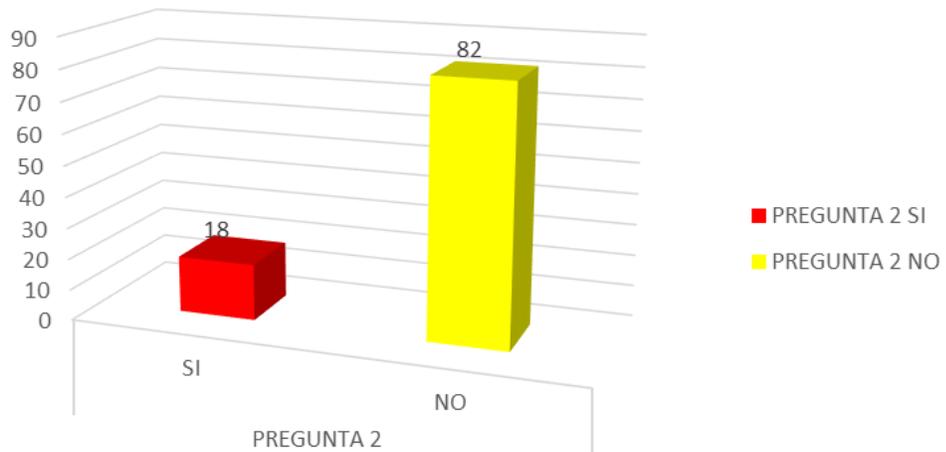
### DATOS PERSONALES



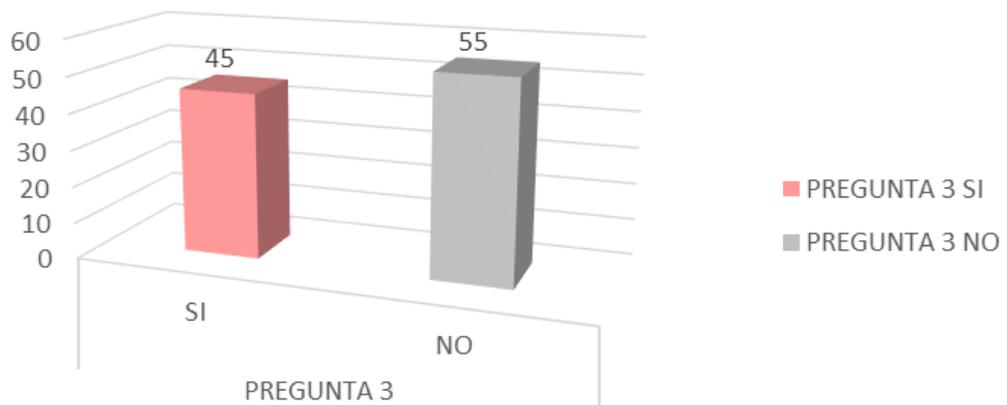


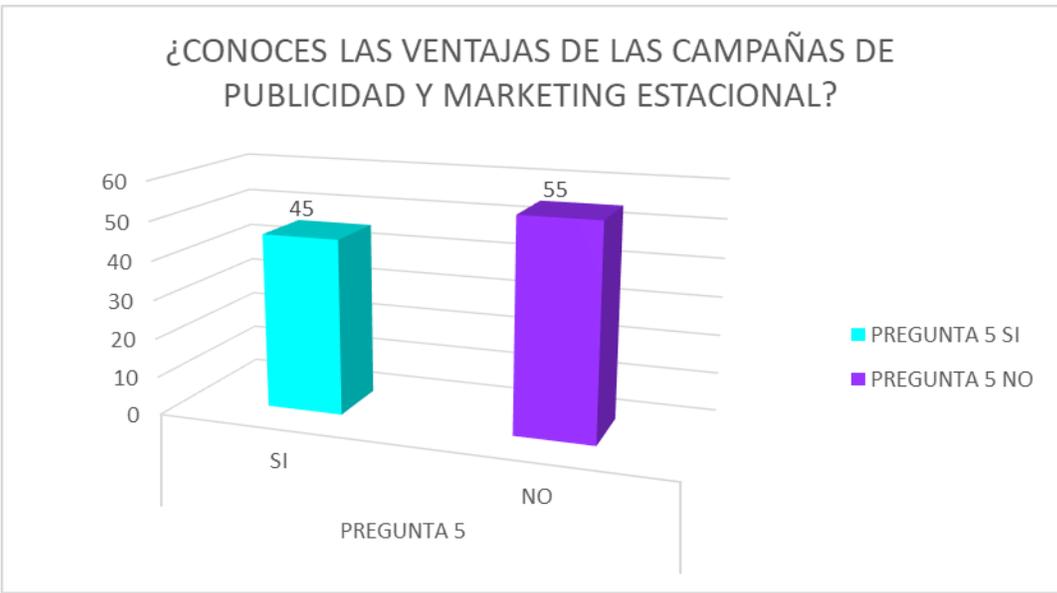


### ¿SABES COMO SE INICIO LA PUBLICIDAD?

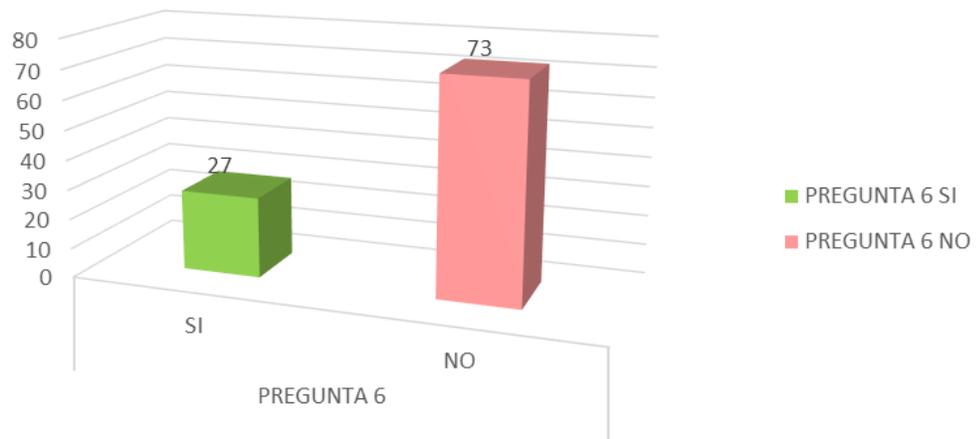


### ¿CONOCES LAS ESTRATEGIAS PARA CREAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING ESTACIONAL?

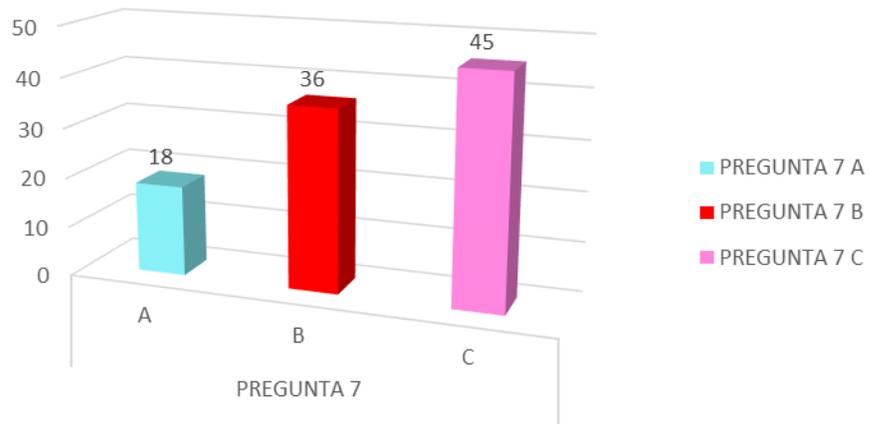




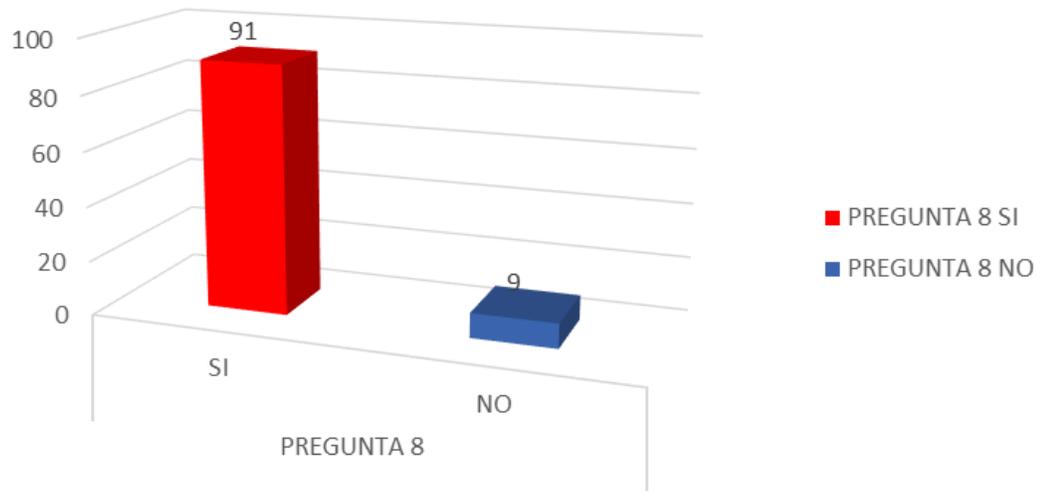
### ¿IDENTIFICAS EN QUE ESTACIONALIDAD HAY MAYOR DEMANDA?



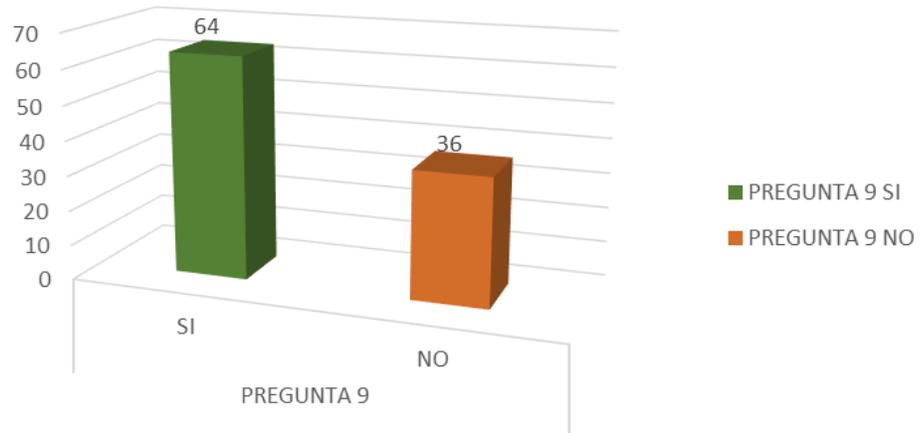
### ¿QUE ESTACIONALIDAD CREES QUE CAUSA MAYOR DEMANDA PARA LAS NEGOCIOS?



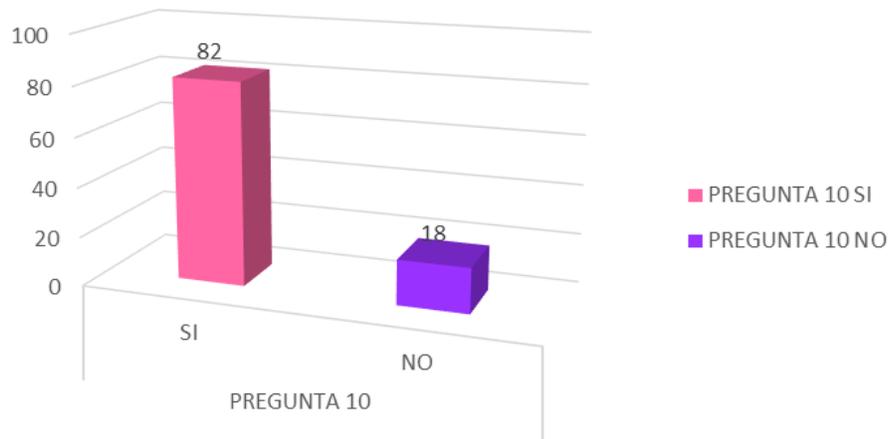
### ¿CONSIDERAS QUE EL CONSUMIDOR PERCIBE LA OFERTA COMO VALIOSA Y SIGNIFICATIVA?



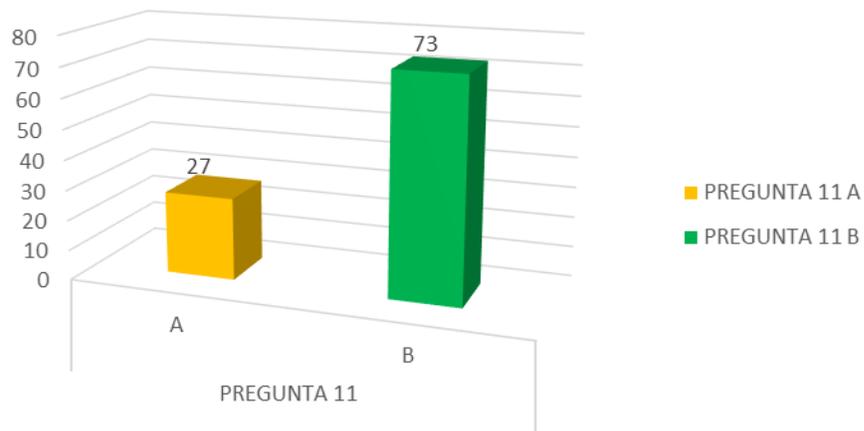
### ¿CREES QUE EL DISEÑO DE CAMPAÑAS CAUSA ALGUN EFECTO EN LA VIDA DEL CONSUMIDOR?



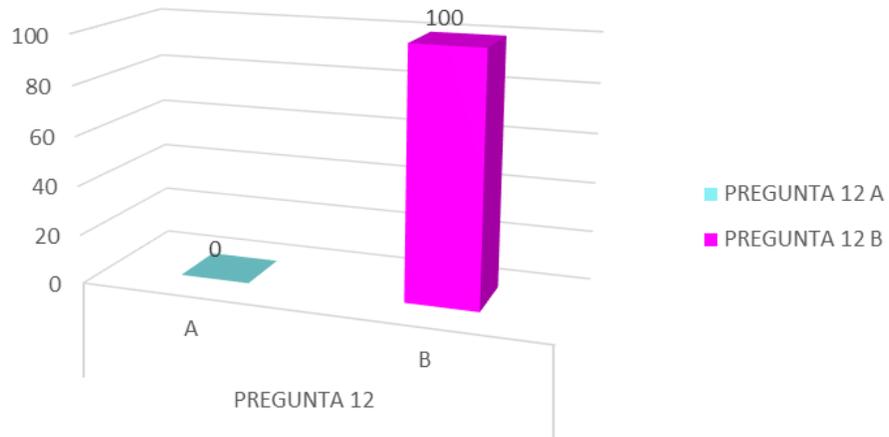
¿CONSIDERAS QUE ATRAER NUEVOS CLIENTES ES UN BUEN EFECTO DE EMPLEAR UNA CAMPAÑA?



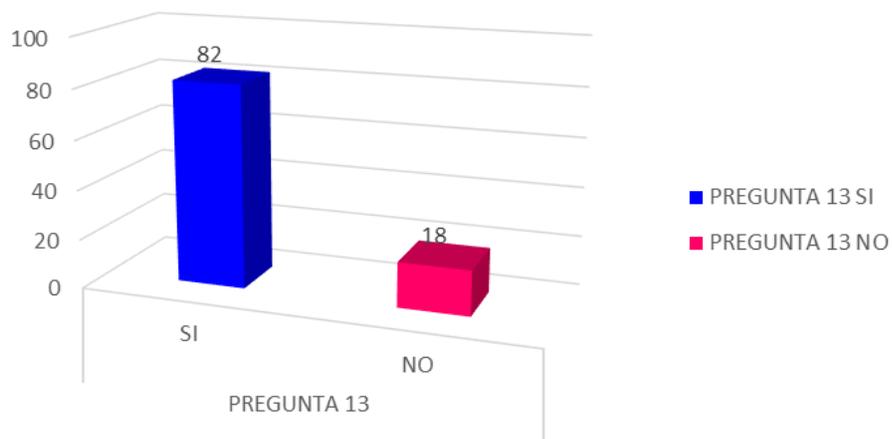
¿QUE MEDIO DE PUBLICIDAD HAY MAYOR IMPACTO EN LOS CONSUMIDORES?



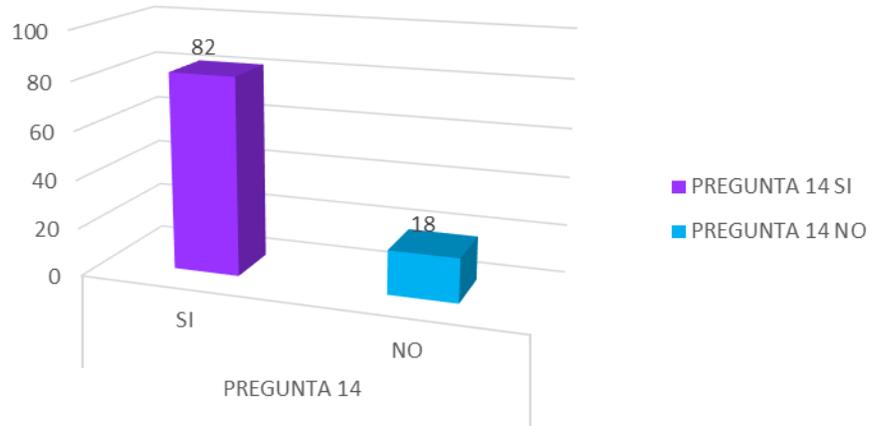
### ¿QUE ACCIONES DE DEBEN INCLUIR EN UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD?



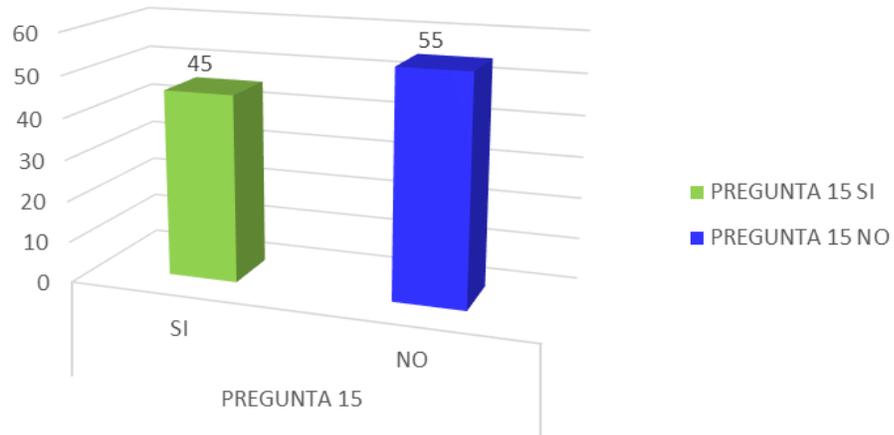
### ¿CONSIDERAS QUE LAS ESTACIONALIDADES CREAN EMOCIONES AL CONSUMIDOR?



### ¿CONSIDERAS QUE LAS CAMPAÑAS CUMPLEN EL OBJETIVO CON EL CONSUMIDOR?



### ¿CONOCES NEGOCIOS DONDE SE LLEVA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD Y MARKETING?



## **4.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION**