

## RESUMEN

Autor [Linares Torres, M.A.](#)

Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)

Título **Estrategias de mercado en un centro educativo privado en la localidad de Arequipa**

Impreso Lima : UNALM, 2018

### Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	<a href="#">C20. L5 - T</a>	USO EN SALA

Descripción 82 p. : 2 gráficos, 51 tablas, 14 ref. Incluye CD ROM

Tesis Trabajo Académico (Ing Estadístico e Informático)

Bibliografía Facultad : Economía y Planificación

Sumario Sumarios (En, Es)

Materia [COLEGIOS](#)

[NECESIDADES DE EDUCACION](#)

[INVESTIGACION DE MERCADOS](#)

[OFERTA Y DEMANDA](#)

[MERCADEO](#)

[METODOS ESTADISTICOS](#)

[ANALISIS DE LA REGRESION](#)

[ANALISIS FACTORIAL](#)

[TECNICAS DE MERCADEO](#)

[EVALUACION](#)

[PERU](#)

[ESTRATEGIAS DE MERCADO](#)

[JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO \(DIST\)](#)

[AREQUIPA \(PROV\)](#)

[AREQUIPA \(DPTO\)](#)

Nº estándar PE2018000241 B / M EUV C20

Se realizó una investigación cuantitativa, con el fin de identificar los factores más influyentes al momento de evaluar el servicio que ofrece el centro educativo, el instrumento de medición es la encuesta vía telefónica y se entrevistó a los padres

de familia que matricularon a sus hijos en el año 2016. La recolección de información se realizó por medio de un cuestionario, seguidamente se analizó en una base de datos y con procedimientos estadísticos se ejecutó pruebas para determinar qué factores son los más influyentes al momento de evaluar la calidad del servicio. Asimismo, se analizó el entorno como la infraestructura, calidad de servicio, equipamiento tecnológico y calidad educativa. Finalmente con los resultados de las pruebas se procedió a elaborar estrategias de mercado para un óptimo posicionamiento.

## **ABSTRACT**

Quantitative research was carried out, the objective was to identify the most influential factors in the service offered by the educational center, the measuring instrument is the telephone survey and the parents who enrolled their children in 2016 were interviewed. The information was collected through a questionnaire, then analyzed in a database and with statistical procedures, tests were carried out to determine which factors are the most influential in the quality of the service. Likewise, the environment was analyzed as the infrastructure, quality of service, technological equipment and educational quality. Finally with the results of the tests proceeded to develop market strategies for an optimal positioning.