

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**Escuela de Administración**



**Estrategias de marketing y comportamiento del consumidor en la empresa  
Huaraz Market.**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Elaborado por :

CARRANZA CORDOVA LEANDER LUIZ

HUARAZ

2015

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito fundamental describir la relación que existe entre las estrategias de marketing y el comportamiento del consumidor en la empresa Huaraz Market, la misma que corresponde a un estudio no experimental puesto que se centró y analizó las variables en estudio y transversal ya que la recolección de datos fue en un solo momento, en un tiempo único. Se utilizó la técnica de la entrevista mediante la cual se aplicó un cuestionario estructurado con la finalidad de recoger los datos generales y específicos considerados en el presente estudio donde se llegó a la conclusión de que se debe conocer el mercado si se desea utilizar adecuadamente una comunicación persuasiva esto se ve reflejado en un 90% que está totalmente de acuerdo con esta expresión, el 100% manifiesta que una adecuada implementación del marketing incidirá directamente en la percepción de los consumidores, un 90% considera que una constante evaluación y control del marketing ayudará a captar la percepción subliminal de los consumidores, un 90% considera que los precios de referencia son de suma importancia en la difusión de innovaciones demostrando con estos resultados la importancia de las estrategias de marketing para incidir en el comportamiento del consumidor, esto en relación a los colaboradores de la empresa, pero en cuanto a los clientes solo el 15 % dijo que la empresa en estudio tiene un posicionamiento y diferenciación en el mercado, el 42 % dijo que solo a veces regresaría a comprar y un 82% respondió si tiene una adecuada fijación de precios, demostrándonos esto que la empresa no ejerce ningún tipo de incidencia en el comportamiento del consumidor por no contar con un adecuado uso de las estrategias de marketing, pero si tiene una adecuada fijación de precios pero que de nada le sirve si los consumidores no acuden al establecimiento a realizar sus compras. Terminada la investigación es oportuno proponer que esta empresa necesita con suma urgencia realizar campañas intensivas de publicidad y promociones para que pueda lograr hacer conocida su marca y poco a poco lograr posicionarse en el mercado, también mediante el uso adecuado del branding debe de reestructurar completamente su marca, y crear su logotipo y eslogan los cuales en la actualidad no posee, ya que hoy en día son de suma importancia porque gracias a ellos se puede lograr que el consumidor recuerde nuestra marca fácilmente.