

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



**Mezcla de comunicación de marketing y posicionamiento
del producto de la Empresa Chochos El Calientito -
Huaraz.**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor

Vargas Zaragoza, Gloria Amelia

Huaraz – Perú
2018

ABSTRACT

La Presente investigación tuvo como propósito Describir como la mezcla de comunicación de marketing influye en la mejora del posicionamiento del producto de la empresa Chochos el Calientito en la Ciudad de Huaraz. Dicha investigación tuvo un enfoque cuantitativo no experimental, transaccional o transversal, diseño descriptivo, la recolección de datos se realizó mediante la técnica de la encuesta, se aplicó un cuestionario a los clientes de la empresa a una población de 50 clientes. Entre los resultados son los siguientes: El 68% de clientes prioriza que sus necesidades sean atendidas para que por medio de ello impulsen nuevas relaciones o mantener las existentes. El 64 % de clientes prefiere como herramienta de comunicación a las redes sociales, chat y teléfonos fijos y celulares para estar informados sobre la conveniencia en el uso y compra de su producto. El 80% de clientes prefiere un cierre de venta satisfactoria para ambas partes y le garanticen seguridad y confianza en cuanto al producto y servicio que está ofreciendo la empresa. El 96% de clientes afirma que se enteró de la existencia de la empresa por medio del canal de comunicación personal. El 80% de clientes aprueba que la empresa si posee creatividad en cuanto al estilo y diseño con el que ofrece su producto y busca diferenciación en espacio competitivo.