

# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN



*“La Influencia del Marketing Retail en el Comportamiento de  
Compra de las Mujeres del Segmento B y C del Distrito de  
Chimbote, en el Año 2013”*

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

CARO VILLAR MARÍA CLAUDIA

ASESORA:

M. JOLENKA ESPINOZA RODRÍGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
DESARROLLO EMPRESARIAL

CHIMBOTE - PERÚ

2013

## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación quiero dedicarlo principalmente al Señor de los Milagros quien guía mis pasos y a través de mis oraciones pudo darme la fuerza suficiente para continuar mi camino, y a mis padres a quien van dirigidos todos mis esfuerzos y mis ganas de salir adelante.

**María Claudia Caro Villar**

## AGRADECIMIENTO

### **A Dios**

Quien me dio las fuerzas suficientes para no darme por vencida en los momentos más difíciles de la realización de este trabajo.

### **A mis padres**

Gracias a sus esfuerzos y consejos pude culminar con mis estudios, y va para ellos especialmente este nuevo logro, con la finalidad de que ambos se sientan orgullosos de mí.

### **A mis amigos**

Por su comprensión y ayuda incondicional, es gracias a ellos también que pude culminar mi investigación a través de su guía y consejos.

### **A mis docentes**

A mi Directora de escuela Jaela Peña Romero, por el apoyo y la motivación que siempre me brindó, y a mis asesores Olenka Espinoza Rodríguez y Marlon Díaz Dávila, a quienes agradezco por los consejos otorgados para culminar con satisfacción este trabajo, porque gracias a ello permitieron que siga poniéndole ganas y no flaquear en los momentos más difíciles.

## PRESENTACIÓN

### **SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO**

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: **“La Influencia del Marketing Retail en el Comportamiento de Compra de las Mujeres del Segmento B y C del Distrito de Chimbote en el año 2013”**, con el objeto de optar el título de: Licenciada en Administración de Empresas.

En esta investigación se analizarán las distintas formas en las que el marketing aplicado por los retail ha influenciado en la consumidora local, haciendo que cambien la costumbre de compra que tenía antes de la llegada de las tiendas por departamento.

Expreso un profundo agradecimiento a mis asesores que contribuyeron, con su abnegada labor, en el proceso de aprendizaje de la investigación de tesis y me brindaron su incondicional apoyo.

**LA AUTORA**

## RESUMEN

**La investigación de la tesis titulada:** “La influencia del marketing retail en el comportamiento de compra de las mujeres del segmento B y C en el distrito de Chimbote en el año 2013”, corresponde a determinar si todos los distintos tipos de publicidad empleada por los retail influyen de alguna manera en las consumidoras creando una necesidad de tal forma que conlleve a una compra. La aplicación del marketing retail es una herramienta importante en el manejo de estos establecimientos, es así que el problema que se ha investigado es: ¿Cuál es la influencia del marketing retail en el comportamiento de compra de las mujeres del segmento B y C del distrito de Chimbote?

En el desarrollo de la investigación lo que se busca es encontrar y conocer si el marketing retail influye de manera positiva en el comportamiento de compra de las consumidoras, si logra generar una compra y si también ha conllevado a un cambio en el consumo de las mujeres, que es nuestra población a estudiar. Para lo cual se ha requerido del sustento teórico que ha proporcionado información valiosa sobre nuestras variables a tratar y de esta manera poder contrastarla con los resultados obtenidos.

Entre los objetivos planteados en la presente investigación se ha incluido describir el comportamiento de compra de las mujeres del segmento B y C, analizar la influencia del marketing retail en la localidad de Chimbote, así como también establecer si existe relación entre las dos variables, esto quiere decir que si el marketing retail influye en el comportamiento de compra.

La población estuvo constituida por 382 mujeres del distrito de Chimbote entre los 25 y 50 años de edad; considerándose que esta población es la muestra.

Para el análisis estadístico según la investigación de tipo descriptiva-correlacional y diseño no experimental, se utilizó pruebas estadísticas como la de chi cuadrado, para poder demostrar la relación entre las dos variables de estudio, y de esa manera se pueda probar la aceptación de la hipótesis de investigación que es: “El marketing retail influye positivamente en el

comportamiento de compra de las mujeres del segmento B Y C del distrito de Chimbote.

Luego de realizar todo el proceso de la investigación se ha llegado a las conclusiones, dentro de las cuales se ha considerado que el nivel de mujeres que prefieren hacer sus compras en una tienda por departamento es alto con un valor porcentual de 89% de la muestra en general, lo cual de alguna forma permitiría resaltar que actualmente las mujeres de los segmentos B y C tienen preferencia por una tienda retail que por los demás establecimientos y/o tiendas comerciales locales.

Se ha determinado también que el motivo imperante por el que las consumidoras prefieren hacer sus compras en un retail, un 30% manifiesta que por la atención personalizada que se brinda y otro 30% también por la ubicación y el orden de los productos lo cual facilita su compra.

Consecuentemente se realizó las recomendaciones y/o sugerencias que se han creído pertinentes a realizar.

## **ABSTRACT**

The research thesis "The influence of retail marketing in the purchasing behavior of women of segment B and C in the district of Chimbote in 2013" corresponds to determining whether all the different types of advertising used by the retail any influence on consumers creating a need in a way that lead to a purchase.

The implementation of retail marketing is an important tool in the management of these facilities, so that the problem that has been investigated is: What is the influence of retail marketing in the purchasing behavior of women of segment B and C district Chimbote?

In developing research that is looking to meet and know if the retail marketing positively influences the buying behavior of the consumers, if you can generate a purchase and if it has also led to a change in the consumption of women , which is our study population. To which has required the theoretical support that has provided valuable information on our variables to be treated and thus able to contrast it with the results.

Among the objectives in this research is included to describe the buying behavior of women in the B and C segment, analyze the influence of retail marketing in the city of Chimbote, as well as a possible relationship between the two variables, this means that if the retail marketing influences buying behavior.

The population consisted of 382 women Chimbote district between 25 and 50 years old, considering that this is the sample population.

For statistical analysis according to descriptive research, correlational non-experimental design, we used statistical tests such as chi-square, to demonstrate the relationship between the two variables under study, and that way you can test the acceptance of the research hypothesis is: "The retail marketing positively influences the buying behavior of women BYC segment Chimbote District.

After performing the entire process of research has come to the conclusions, within which it is considered that the level of women who prefer to shop in a

department store is high with a percentage of 89% of the sample in general, which would somehow highlight that women now in segments B and C have a preference for a retail store that other establishments and / or local retail stores.

We have determined that the prevailing motive by which consumers prefer to do their shopping in a retail, 30% stated that personalized attention that is given and another 30% also by the location and order of products which facilitates purchase.

Consequently they made the recommendations and / or suggestions are relevant thought to perform.