

## RESUMEN

Autor [León Jara, G.W.](#)  
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)  
Título **Propuesta de una estrategia de promoción para la empresa de comida rápida Pandasia**  
Impreso Lima : UNALM, 2018

### Copias

| Ubicación    | Código   | Estado      |
|--------------|--|-------------|
| Sala Tesis   | <a href="#">E70. L579 - T</a>  | USO EN SALA |
| Descripción  | 50 p. : 14 gráficos, 6 cuadros, 12 ref. Incluye CD ROM   |             |
| Tesis        | Trabajo Monográfico (Ing Gestión Empresarial)  |             |
| Bibliografía | FAcultad : Economía y Planificación  |             |
| Sumario      | Sumario (Es)   |             |
| Materia      | <a href="#">RESTAURANTES</a><br><a href="#">COMIDA RAPIDA</a><br><a href="#">EMPRESAS PRIVADAS</a><br><a href="#">SERVICIOS DE ALIMENTACION</a><br><a href="#">MERCADERO</a><br><a href="#">PROMOCION DE VENTAS</a><br><a href="#">INVESTIGACION DE MERCADOS</a><br><a href="#">PERU</a><br><a href="#">CHIMBOTE (CAP PROV)</a><br><a href="#">SANTA (PROV)</a><br><a href="#">ANCASH (DPTO)</a> |             |
| N° estándar  | PE2020000044 B / M EUV E70   |             |

El presente trabajo tiene como finalidad brindar una estrategia de marketing, basada en los resultados del estudio de mercado aplicado a la empresa Pandasia, con el propósito de que la empresa pueda rediseñar su publicidad, consolidar su marca ante la competencia y los consumidores, obtener mayor participación de mercado y de esta forma incrementar sus ventas y utilidades. El lugar de estudio es el punto de venta de la empresa Pandasia, el cual se encuentra ubicado en el centro comercial Megaplaza – Chimbote. Para su elaboración se utilizó diferentes herramientas de investigación de mercado, con la finalidad de conocer el público objetivo, analizar el tráfico de personas

alrededor del punto de venta de la empresa y evaluar la percepción que tiene el consumidor sobre la marca. El resultado final que arrojó la investigación es que se debe desarrollar una estrategia enfocada en el posicionamiento de marca y promoción, que vaya dirigida al cliente meta, el cual está representado principalmente por dos segmentos de mercado en estudio: la familia y parejas. Para lo cual se recomienda generar publicidad externa en el punto de venta, promociones para los grupos de clientes más representativos y modificar el logo para que sea más versátil y amigable.

## **ABSTRACT**

The purpose of this work is to provide a marketing strategy, based on the results of the market study applied to the Pandasia company, with the purpose that the company can redesign its advertising, consolidate its brand in the face of competition and consumers, obtain greater market share and thus increase your sales and profits. The place of study is the point of sale of the company Pandasia, which is located in the Megaplaza - Chimbote shopping center. For its preparation, different market research tools were used, in order to know the target audience, analyze the traffic of people around the company's point of sale and evaluate the perception that the consumer has about the brand. The final result of the research is that a strategy focused on brand positioning and promotion must be developed, which is aimed at the target customer, which is represented mainly by two market segments under study: family and couples. For which it is recommended to generate external advertising at the point of sale, promotions for the most representative customer groups and modify the logo to make it more versatile and friendly.