

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

## **PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LA DEMANDA Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA AKYRA PERÚ S.A.C. EN EL MERCADO DE PINTURAS, 2025.**

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título  
profesional de:**

**Licenciado en Administración y Marketing**

**Autores:**

Jose Alonzo Caballero Rivera

Leslie Suarez Prado

**Asesor:**

**Mg. Nadia Jiménez Velásquez**

<https://orcid.org/0009-0001-2110-5210>

**Lima - Perú**

2025

## Informe de Similitud



Página 2 de 112 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1-3441850206

### 12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

#### Fuentes principales

- 11% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 3% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

##### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## **Tabla de contenido**

Índice de tablas	6
Índice de Figuras	7
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	12
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	13
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	15
REFERENCIAS	16
ANEXOS	17

## Índice de tablas

<b>Tabla 1 .</b> Evolución comparativa de ventas mensuales (2024-2025) .....	15
<b>Tabla 2 .</b> Definiciones de Plan de Marketing Estratégico .....	35
<b>Tabla 3.</b> Definición de incremento de la demanda .....	43
<b>Tabla 4</b> Definiciones de Optimización de Posicionamiento.....	52
<b>Tabla 5</b> Impacto de la propuesta según variables y dimensiones de la investigación.....	76

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Organigrama de AKYRA PERU S.A.C.....	12
<b>Figura 2.</b> Envases que ofrece AKYRA PERU S.A.C.....	14
<b>Figura 3</b> Causas de la dependencia de clientes y baja demanda en Akyra Perú S.A.C., mediante el diagrama de Ishikawa.....	63
<b>Figura 4</b> Diagrama de Gantt – Plan de implementación del plan de marketing estratégico para Akyra Perú S.A.C., 2026.....	70

## RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio analizó la problemática comercial de Akyra Perú S.A.C., donde la elevada dependencia de dos clientes principales genera inestabilidad en la captación de pedidos durante los meses sin campaña. El objetivo fue formular un plan de marketing estratégico orientado a incrementar la demanda y mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado industrial, mediante una metodología descriptivo–propositiva basada en diagnóstico y propuesta.

La fundamentación teórica se apoyó en los aportes del marketing estratégico planteados por Kotler y Keller (2020), Izquierdo et al. (2020) y Guzmán y Morón (2020), reconociendo la importancia de la planificación para la generación de demanda y la competitividad en entornos B2B. Se identificaron tres aspectos clave: alta concentración de ventas (aprox. 80 %), ausencia de catálogo institucional y limitada presencia comercial en nuevos sectores. La propuesta contempla el diseño de materiales institucionales, prospección semanal y visitas técnicas planificadas.

Como resultado, se proyecta reducir la dependencia comercial (de 80 % a cerca de 60 %), generar entre 15 % y 20 % de nuevas oportunidades y fortalecer la presencia institucional en sectores industriales afines. Se recomienda dar seguimiento mediante indicadores comerciales durante el 2026.

**Palabras clave:** Plan de marketing estratégico, demanda, posicionamiento, diversificación comercial, Akyra Perú S.A.C.

## **NOTA**

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

## REFERENCIAS

- Acosta Balabarca, K. (2025). El marketing mix y su relación con el posicionamiento de marca de una empresa de tecnología, Lima 2024. Universidad Ricardo Palma – URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/9085>
- Aguayo Peña, J. M. (2024). Marketing digital y posicionamiento de marca en una empresa comercializadora de productos deportivos, San Martín de Porres, 2024. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/167234>
- Alayo Guevara, L. F. (2025). Marketing digital y posicionamiento de marca en una empresa de venta de ropa en Trujillo, 2024. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/44756>
- Aldana Tarazona, J. B. (2020). Propuesta de un modelo de administración de ventas para mejorar la gestión comercial de la empresa Editorial Franco, 2020 [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c550edc3-05fc-4aa7-bfc9-ab155b362fc9/content>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 26–39. <https://doi.org/10.22161/ijreh.5.2.4>
- Altimira, A. (2024). Marketing Estratégico: Posicionamiento y Branding en la Era Digital. [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.%2C%20\(2025\)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20\(1\).pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.%2C%20(2025)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20(1).pdf)
- Armas Castro, M. V. (2024). Branding y el posicionamiento de marca en los mercados internacionales de las empresas peruanas del subsector de la restauración, 2023. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/14045>
- Arenas Torres, O. M. (2023). La calidad de servicio y su relación con la lealtad del cliente en los mercados de abastos de Arequipa, 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/8269/O.Arenas\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2023.pdf?sequence=1&utm](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/8269/O.Arenas_Tesis_Titulo_Profesional_2023.pdf?sequence=1&utm)

Arroyo Salas, J. O. (2024). Calidad de atención y fidelización de clientes en la empresa distribuidora Linde en Huancayo, 2019–2023 [Tesis de licenciatura, Universidad Continental].

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/16446/5/IV\\_FCE\\_315\\_TE\\_Arroyo\\_Salas\\_2024.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/16446/5/IV_FCE_315_TE_Arroyo_Salas_2024.pdf?utm)

Balbín Tapia, F. Y., & Guerra, K. I. (2025). Valor y posicionamiento de marca en la mente de los consumidores de la empresa Ecolácteos Mantaro del distrito de Concepción, 2024 [Tesis, Universidad Continental].

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17680/3/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_Balbin\\_Tapia\\_Guerra\\_De%20La%20Cruz%202025.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17680/3/IV_FCE_318_TE_Balbin_Tapia_Guerra_De%20La%20Cruz%202025.pdf)

Barzola Luna, R. M., & Chaparro Condori, J. A. (2022). Influencia del CRM en la fidelización y retención de los clientes del Hotel Sonesta Cusco, 2022.

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12321/2/IV\\_FIN\\_14\\_TE\\_Barzola\\_Chaparro\\_2022.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12321/2/IV_FIN_14_TE_Barzola_Chaparro_2022.pdf?utm)

Berrú López, R. J., & Luzuriaga Carpio, R. X. (2024). La gestión de marketing y su incidencia en la fidelización de los clientes de la empresa de servicios “CEC Latido”. Universidad de las Américas.

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/16122/1/UDLA-EC-TMDEGES-2024-09.pdf>

Bonifaz, A. (2025). Estrategias de marketing y ventas en la Asociación de Productores San Pedro de Licto.

[http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.,%20\(2025\)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20\(1\).pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.,%20(2025)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20(1).pdf)

Breña Arrasco, M. A., & Galarza Napan, K. A. (2023). Análisis de la influencia del marketing de supermercados de Lima Metropolitana en la fidelización de clientes de 18 a 40 años, 2015–2020 [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima].

[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18541/T018\\_702\\_48126\\_T.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18541/T018_702_48126_T.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm)

Cabanillas Vasquez, J. P., & Guerrero Medina, D. P. (2025). Redes sociales en el sector hotelero en Cajamarca, 2023.

[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/43602/D-1-N00242395-6CDCE3D256\\_PDF\\_TOTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/43602/D-1-N00242395-6CDCE3D256_PDF_TOTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Canchucaja Ruiz, J. A. (2024). Sitio web y la demanda de Corporación Gatrix, 2023. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17381/1/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_Canchucaja\\_Ruiz\\_2024.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17381/1/IV_FCE_318_TE_Canchucaja_Ruiz_2024.pdf?utm)
- Cao, J., Jiang, H., Ren, X., & Shi, J. (2024). Consumers' risk perception, market demand, and firm innovation: Evidence from China. PLOS ONE, 19(5), e0301802. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0301802>
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2022). Principles of Economics. OpenStax. <https://openstax.org/books/principles-economics/pages/3-2-shifts-in-demand>
- Caycho Porras, M. L., & Meza Pandal, M. G. (2023). La gestión del área de postventa sobre la competitividad de las empresas de distribución de insumos de oficina en Lima Metropolitana, 2021 [Tesis de licenciatura, UPC]. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/669371/Caycho\\_PM.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm\\_source](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/669371/Caycho_PM.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm_source)
- Cervantes, V. J., & Prats, G. M. (2021). Comercio electrónico como medio de estrategia para el impulso de productos artesanales. <https://europadelesteunida.com/cargar/wp-content/uploads/2021/11/5-Valeria-et-al-OFICIAL-ARTICULO-NUM-11-2021-ene-jun-EUROPA-DEL-ESTE-UNIDA.pdf>
- Chen, Q., Xing, H., & Chen, C. (2024). Research on vegetable replenishment and pricing strategy based on time series comprehensive model. In Proceedings of the International Conference on Digital Economy, Blockchain and Artificial Intelligence (DEBAI 2024) (pp. 309–313). ACM. <https://doi.org/10.1145/3700058.3700106>
- Cobeña-Mera, F. (2025). Estrategias de marketing digital para mejorar la competitividad empresarial. Revista de Marketing y Estrategias, 12(4). <https://www.investigarmqr.com/2025/index.php/mqr/article/view/535>
- Custodio Silva, M. F., & Hernández Chacaltana, M. A. (2023). Campaña de lanzamiento para la nueva marca de suplementos deportivos: Mutant Store [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de Lima]. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19664/T018\\_74477119\\_T.pdf?sequence=1&utm](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19664/T018_74477119_T.pdf?sequence=1&utm)
- Durán Reyes, A. R. (2020). Estrategias de marketing y el incremento de ventas. Universidad Continental.

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8431/3/IV\\_FIN\\_10\\_8\\_TE\\_Duran\\_Reyes\\_2020.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8431/3/IV_FIN_10_8_TE_Duran_Reyes_2020.pdf?utm)

Escárraga Martínez, Y. P., & Giraldo Morales, C. F. (2021). Estrategia de posventa para las distribuidoras al por mayor de productos domésticos, farmacéuticos y cosméticos en la ciudad de Villavicencio [Tesis de grado, CECAR].

<https://repositorio.cecar.edu.co/server/api/core/bitstreams/8af39e10-c184-4cc4-9d37-9e4fb0ef60dd/content>

ESIC Editorial. (2024). Plan de marketing estratégico: fundamentos y aplicación corporativa. ESIC Business & Marketing School.

<https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-un-plan-de-marketing>

Espejo Terrazos, M. S. (2024). Comportamiento de compra en el canal online de la Generación X y Millennials post pandemia en Lima Metropolitana, 2021 [Tesis de licenciatura, USIL].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/06ea3678-fd0b-49e9-a8b5-b0dd4e51d97d/content>

Espinoza Ramos, M. A. (2025). Relación del marketing digital y el posicionamiento de la marca en el mercado de seguros de Lima. Universidad de Lima.

<https://hdl.handle.net/20.500.12724/22823>

Farías Cabrejo, N. D. R., & Orihuela Carrasco, K. V. (2023). Estrategias de marketing mix para la captación de clientes en la empresa Servisalud Nort S.A.C., Chiclayo 2020.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10874/Farias%20Cabrejo%20Naira%20&%20Orihuela%20Carrasco%20Katherin.pdf?sequence=11>

Ferreira, P. (2022). Guía práctica para la elaboración de un Plan de Marketing Estratégico.

[http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.%20C%20\(2025\)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20\(1\).pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14587/1/Bonifaz%20A.%20C%20(2025)%20Estrategias%20de%20marketing%20y%20ventas%20en%20la%20Asociación%20de%20productor%20(1).pdf)

Flores Medina, C. N. (2022). Modelo de gestión comercial para la recordación de marca en una empresa del sector calzado: Contexto COVID-19.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32208/Flores%20Medina%20Claudia%20Natalia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Fonkeng, E. (2021). How sales promotion affects sales volume: Guinness Cameroon S.A.

- Centria University of Applied Sciences.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/432231/Fonkeng\\_Esther.pdf?utm](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/432231/Fonkeng_Esther.pdf?utm)
- Guzmán Bravo, A. E., & Salvador Ludeña, A. A. (2025). El servicio post venta y la fidelización de los clientes de la empresa AQUA KAM Chiclayo 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú].  
[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/12143/A.Salvador\\_A.Guzman\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2025.pdf?sequence=1&utm\\_source](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/12143/A.Salvador_A.Guzman_Tesis_Titulo_Profesional_2025.pdf?sequence=1&utm_source)
- Guzmán, J., & Morón, C. (2020). Planificación Estratégica en la Mercadotecnia: Del Mix a la Ventaja Competitiva. *Revista de Ciencias Empresariales*, 12(3), 45–62.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/23337/1/UCSG-C385-22901.pdf>
- Gutiérrez Navarro, M. A. (2024). Marketing digital y captación de clientes en la empresa Electro Comercial Sernale E.I.R.L., ubicado en el distrito de San Martín de Porres, 2020. <https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/daec5900-dd31-477b-90db-3d19b05d2456/content?utm>
- Guzmán, J., & Morón, C. (2020). Planificación Estratégica en la Mercadotecnia: Del Mix a la Ventaja Competitiva. *Revista de Ciencias Empresariales*.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/23337/1/UCSG-C385-22901.pdf>
- Herrera-Enríquez, G., Campoverde-Bastidas, I. F., & Zambrano-Ramirez, D. N. (2022). Publicidad como estrategia de ventas para nuevos productos en Santo Domingo de los Colorados.  
<https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/48/263>
- Hernández Iglesias, C. L., Rey del Holmo, B., & García, D. J. (2023). Estrategia y Plan de Marketing. Editorial Pirámide.  
[https://www.researchgate.net/publication/375086624\\_Plan-de-Marketing-para-pymes](https://www.researchgate.net/publication/375086624_Plan-de-Marketing-para-pymes)
- Huamán Flores, Y. (2022). Implementación del marketing digital en la captación de clientes en la empresa Fénix Corporation FIDF JALUCA, Huancayo – 2021.  
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12463/1/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_%20Huaman\\_Flores\\_2022.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12463/1/IV_FCE_318_TE_%20Huaman_Flores_2022.pdf?utm)
- Huamán Ramírez, R. E. (2020). Diseño de un plan de marketing para incrementar las ventas. Universidad Señor de Sipán.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7617?utm>
- Izquierdo Morán, A. M., Viteri Intriago, D. A., Baque Villanueva, L. K., & Zambrano

- Navarrete, S. A. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-399.pdf>
- Jhayl Alejandro, V. N. (2020). La gestión comercial y el volumen de ventas en la empresa AL-VID de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo periodo 2019–2020 [Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7038/1/Jhayl%20Velasco%20tesis%20final%20-ING-COM.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing management (15th ed.). Pearson. <https://books.google.com/books?id=fGm3DwAAQBAJ>
- López Velásquez, S. G. (2020). Estrategias del post venta en el valor de marca en la categoría deco hogar en las tiendas por departamento [Trabajo de investigación de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. [https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/652696/L%C3%B3pez\\_VS.pdf?isAllowed=y&sequence=3&utm\\_source](https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/652696/L%C3%B3pez_VS.pdf?isAllowed=y&sequence=3&utm_source)
- Machuca Bautista, D. J. (2020). Impacto en la frecuencia de compra y lealtad de marca en supermercados ante regulaciones socioambientales en Lima Metropolitana [Trabajo de investigación para optar el grado de bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c840e019-adc2-44e6-bd1b-78788b82f4f4/content>
- Martínez Morales, D. C., & Medina Moreno, N. V. (2024). Propuesta para la consolidación de la participación en el mercado de la empresa D'ela Beauty S.A.S. <https://backend.uniagustiniana.edu.co/server/api/core/bitstreams/17eaf1d0-b833-4184-8ac5-73f66e26e0c5/content>
- Márquez Silva, X. A., & Mallqui Huaranca, J. B. (2024). Estrategias de marketing para una empresa de fabricación de colchones del distrito de Carabayllo, Lima 2024. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/58f27822-3675-4035-ae61-299fd78b3f4f/content>
- Matto Salazar, R. A. (2023). Relación del marketing digital con la captación de clientes de la empresa Hielo Impacto, Arequipa 2023. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1fcd56a3-5562-4ab6-ba6b-37c1ff6fe5c4/content>
- Mayta Mendoza, K. D. (2024). El branding y el posicionamiento de la marca Naturemarket, Huancayo, 2023 [Tesis, Universidad Continental].

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/16238/1/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_Mayta\\_Palacios\\_2024.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/16238/1/IV_FCE_318_TE_Mayta_Palacios_2024.pdf)

Mejía Huamán, A. J., & Rivas Díaz, S. M. (2021). Estrategias de marketing digital para impulsar la producción y exportación. [Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

[https://www.researchgate.net/publication/354098002\\_Estrategias\\_de\\_marketing\\_digital\\_para\\_impulsar\\_la\\_produccion\\_y\\_exportacion\\_del\\_camaron\\_de\\_la\\_Empresa\\_Freddyshrimps\\_Cia\\_Ltda\\_ubicada\\_en\\_la\\_provincia\\_de\\_Guayas\\_Via\\_a\\_la\\_Costa\\_periodo\\_2020-2025\\_Digital\\_m](https://www.researchgate.net/publication/354098002_Estrategias_de_marketing_digital_para_impulsar_la_produccion_y_exportacion_del_camaron_de_la_Empresa_Freddyshrimps_Cia_Ltda_ubicada_en_la_provincia_de_Guayas_Via_a_la_Costa_periodo_2020-2025_Digital_m)

Nakamine Castro, A. M., & Nakamine Castro, J. M. (2022). Plan de marketing para el posicionamiento de la marca X [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/9011/1/TL\\_NakamineCastroAxelMarcelo.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/9011/1/TL_NakamineCastroAxelMarcelo.pdf)

Ordinola Flores, J. J. (2021). El perfil del consumidor de una tienda virtual B2C de Lima Norte, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30037/Ordinola%20Flores%20C%20Joffre%20Jose.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm>

Pacheco Cancino, J. F. (2024). Estrategia de marketing y su influencia en la maximización de ventas de la Ferretería PACCO en Lince, 2024.

<https://repositorio.isil.pe/bitstream/123456789/1210/1/Estrategia%20de%20marketing%20y%20su%20influencia%20en%20la%20maximizaci%C3%B3n%20de%20ventas%20de%20la%20Ferreter%C3%ADa%20PACCO%20en%20Lince.pdf?utm>

Parkin, M. (2021). Economics (12<sup>a</sup> ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/economics/P200000003805/9780136714397>

Patti, C., Van Dessel, M., & Hartly, J. (2020). Marketing intelligence and strategic planning: Leveraging customer data for competitive advantage. Wiley.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/25402/1/UCSG-C479-24857.pdf>

Peñate Santana, Y., Arce Recalde, J., Lozada Núñez, D., & Intriago Toledo, N. V. (2021). Estrategias de marketing como factor determinante del fracaso de las pymes. Revista Universidad y Sociedad.

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-391.pdf>

- Pereyra Cárdenas, W. (2021). Determinantes para la fidelización del cliente a partir de las quejas y reclamos en el área de posventa del sector electrónico: Caso Coolbox [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28138/Pereyra%20C3%A1rdenas%20Waldir.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm\\_source](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28138/Pereyra%20C3%A1rdenas%20Waldir.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm_source)
- Poma Moya, N. A. (2020). Impacto de las exportaciones de Perú en la participación de mercado de EE. UU., pre y post tratado de libre comercio (2006–2016). [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9135/4/IV\\_FCE\\_3\\_15\\_TI\\_%20Poma\\_Moya\\_2020.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9135/4/IV_FCE_3_15_TI_%20Poma_Moya_2020.pdf?utm)
- Pretel Pimentel, C. A., & Sánchez Herrera, J. S. (2023). Branding y su relación con el posicionamiento de marca de la empresa Multillantas Pimentel, Trujillo, 2022. Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/37782>
- Ramírez Vergaray, M. A., Rodríguez Julca, K. F., & Susaníbar Verástegui, K. R. (2021). Propuesta de Inbound Marketing para la captación de nuevos clientes en plataformas digitales: Caso Las Traperas. <https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d284458f-30c5-42c3-a2cb-229618a63264/content>
- Ramos Valencia, H. Á. (2022). Marketing digital e incremento de ventas... UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cff315f9-337b-48e7-8936-e6017c95ba5d/content>
- Reaño Miranda, L. J. (2021). Plan de comunicación y marketing digital para incrementar... Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/684580?utm>
- Reátegui Ojanama, K., & Saavedra Jiménez, A. (2022). Estrategias de marketing para incrementar las ventas... UNAP Iquitos [Tesis]. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/items/4a1e0747-3999-4f6f-8e2a-cc78f58f3ad5?utm>
- Rivera Sandoval, M. D. P. (2024). Plan de marketing para incrementar las ventas en la empresa Montero Ingeniería y Manufactura S.A.C. [Trabajo de titulación, Universidad Tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/9511/M.Rivera\\_Te](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/9511/M.Rivera_Te)

[sis\\_Titulo\\_Profesional\\_2024.pdf?sequence=5&utm](#)

- Rodríguez Lezama, I. H., & Romero Hinostrroza, A. N. (2021). Análisis de los canales de distribución y las ventas en la empresa Ugaval S.R.L., Chancay entre los años 2017 y 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30931/Rodriguez%20Lezama%20Ivonne%20Helen%20-%20Romero%20Hinostrroza%20Astri\\_removed.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30931/Rodriguez%20Lezama%20Ivonne%20Helen%20-%20Romero%20Hinostrroza%20Astri_removed.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2024). El plan de marketing en la práctica (25.<sup>a</sup> ed.). ESIC Editorial. <https://www.esic.edu/sites/default/files/2024-01/978-84-11920-19-3%20El%20plan%20de%20marketing%20en%20la%20pr%C3%A1ctica%2025%20C2%AA%20edici%C3%B3n.pdf>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2020). Economics (20<sup>a</sup> ed.). MIT Press. <https://mitpress.mit.edu/9780073511290/economics/>
- Sánchez, Y. P. M., Tenelanda, M. V. S., & Peñafiel, V. G. A. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926892>
- Sandoval López, M. A. (2022). Estrategias de posicionamiento de marca para la empresa de startups [Tesis, Universidad de Lima]. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/17177>
- Sanyal, R. K., Islam, M., & Hasan, F. (2021). Demand and supply cross-explanation and their magnitude in changing open market economy. Journal of Economics and Finance. [https://www.researchgate.net/publication/350451944\\_DEMAND\\_AND\\_SUPPLY\\_CROSS-EXPLANATION\\_AND THEIR MAGNITUDE IN CHANGING OPEN-MARKET ECONOMY](https://www.researchgate.net/publication/350451944_DEMAND_AND_SUPPLY_CROSS-EXPLANATION_AND THEIR MAGNITUDE IN CHANGING OPEN-MARKET ECONOMY)
- Siesquén Ballena, D. C. (2024). Posicionamiento de la marca Caja Huancayo en la Ciudad de Chiclayo, 2022. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/7686>
- Sun, H., & Li, H. (2024). Pricing strategies for end-of-life vehicle regarding reward-penalty mechanism and customers' environmental awareness. RAIRO – Operations Research, 58(1), 397–421. <https://doi.org/10.1051/ro/2023132>
- Traverso Sierra, M., & Villafuerte Portuguez, R. E. (2024). Campaña de lanzamiento para

- nueva marca de alimento para perros: Dr. Mascota [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de Lima].  
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/22074/T018\\_70461496\\_T.pdf?sequence=1&utm](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/22074/T018_70461496_T.pdf?sequence=1&utm)
- Vargas Alfaro, K. J. (2020). Marketing digital y fidelización de clientes en la empresa Natural Plant, Santiago de Surco – 2020.  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1676/Vargas%20Alfaro%2c%20Kevin%20Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vilca Cusi, K. M. (2025). La calidad de servicio y fidelización al cliente en el grifo Petromass – 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Continental].  
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17542/1/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_Vilca\\_Cusi\\_2025.pdf?utm](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17542/1/IV_FCE_318_TE_Vilca_Cusi_2025.pdf?utm)
- Waalaxy. (2023). Plan de marketing estratégico: La hoja de ruta para tu crecimiento.  
<https://blog.waalaxy.com/es/marketing-estrategico-y-operativo/>
- Yang, Y., & Xia, X. (2021). A systematic literature review on pricing strategies in the sharing economy. Sustainability, 13(17), 9762.  
<https://doi.org/10.3390/su13179762>
- Zendesk. (2023). Qué es el plan de marketing estratégico y cómo crearlo. Zendesk Blog.  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/plan-estrategico-de-mercadotecnia/>