

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**“NEUROMARKETING Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA MYPE BENY,  
CHORRILLOS, 2021”**

**TESIS**

**PRESENTADA POR BACHILLER**

**CORONADO CHAMAYA ROSA EDITA**

**OSORIO AVENDAÑO FIOLA MAYRA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**LIMA-PERÚ**

**2022**

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación del neuromarketing y la ventaja competitiva en la tienda Beny, del distrito de Chorrillos-2021. La investigación es no experimental, tipo transversal y correlacional debido a que mide la relación que existe entre las variables. La población y la muestra fue conformado por 50 clientes que asisten a comprar diariamente a la tienda Beny. El instrumento usado fue la encuesta tanto para la variable neuromarketing y para ventaja competitiva, ambos instrumentos fueron validadas por expertos. La prueba de la hipótesis general fue con el coeficiente Rho de Spearman donde se obtuvo el valor de 0.325 con la sig.  $0.021 < 0.05$  donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, si existe un nivel de relación entre el neuromarketing y la ventaja competitiva en la tienda Beny, Chorrillos-2021.

**PALABRAS CLAVE:** Neuromarketing y ventaja competitiva