



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL
POSICIONAMIENTO DE LAS MYPES DEL SECTOR CALZADO DEL
DISTRITO EL PORVENIR**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:
Br. KARLA LIZBETH VARGAS VALENCIA**

**ASESORA:
Dra. CALVANAPÓN ALVA FLOR ALICIA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ
2013**

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia
Presidente

Dra. Baltodano Nontol, Luz Alicia
Secretaria

Dra. Moreno Rodríguez, Rosa Ysabel
Vocal

DEDICATORIA

A Dios por darme la fuerza de voluntad, para superarme cada día más y ser la luz que guía e ilumina mi camino.

A mis padres Jorge y Silvia por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos Andy y Melissa por estar siempre presentes, acompañándome y apoyándome.

A mi abuelas Hermencia y Francisca, así como mis tías Erika y Milagros por su apoyo constante y por sus muestras de cariño incondicional.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y compartir conmigo buenos y malos momentos

AGRADECIMIENTO

A mi profesora, Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol, ya que nos ha brindado a lo largo de la carrera sus conocimientos en los cursos de estadística, que han sido necesarios para el desarrollo de nuestra tesis.

A la Dra. Luz Alicia Calvanapón Alva por su apoyo constante en la realización de esta investigación.

A los docentes que me han enseñado durante el largo camino, brindándome todos los conocimientos necesarios para nuestra formación académica.

A Dios, por haberme dado fuerzas en momentos difíciles y guiarme en cada decisión tomada.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Karla Lizbeth Vargas Valencia identificada con DNI N° 47389976, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Diciembre del 2013



KARLA LIZBETH VARGAS VALENCIA
DNI N° 47389976

PRESENTACIÓN

Señores miembros el Jurado, presento ante ustedes la Tesis Titulada “Los Canales de Distribución y su influencia en las Mypes del sector calzado del Distrito El Porvenir”, con la finalidad de analizar los Canales de distribución que influyen en el posicionamiento de las MYPES del Sector Calzado del Distrito el Porvenir, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora

ÍNDICE

Pág.

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN.....	2
II. MARCO METODOLÓGICO	
2. Marco Metodológico	27
2.1. Variables	28
2.2. Operacionalización de Variables	28
2.3. Metodología	29
2.5. Diseño de Investigación	29
2.6. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	30
2.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	31
2.8. Métodos de Análisis de Datos	31
2.9. Aspectos Éticos.....	31
III. RESULTADOS	
3. Resultados	33
IV. DISCUSIÓN.....	69

V. CONCLUSIONES.....74

VI. RECOMENDACIONES.....76

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....78

ANEXOS80

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar los Canales de distribución que influyen en el posicionamiento de las MYPES del Sector Calzado del Distrito El Porvenir. La tesis presenta una metodología de estudio descriptivo, aplicado con un diseño No Experimental y de tipo Transversal realizando 152 encuestas a los fabricantes de calzado y 150 encuestas a los intermediarios que adquieren los productos. Para identificar el posicionamiento se realizó un mapa perceptual de atributos. Los resultados obtenidos muestra que los microempresarios utilizan para la distribución de sus productos canales múltiples representados con un 43%, a su vez los canales indirectos representados en un 36% y los canales directos con un 21% del total de los encuestados. Por otro lado el 29% de los encuestados piensa que los principales atributos antes de comprar un producto son el precio, el 27% en la calidad del calzado, y el 20% se fija principalmente en la ubicación, demostrando así que la distribución influye significativamente en el posicionamiento. Para concluir con dicho estudio se probó que los canales de distribución influyen significativamente en el posicionamiento de las MYPES del Sector Calzado del Distrito El Porvenir.

Palabras Clave: Canales de distribución, posicionamiento.

ABSTRACT

The present research is to analyze the overall distribution channels that influence the positioning of MSEs Footwear Sector District El Porvenir. The thesis presents a descriptive study methodology, applied with a No Transversal Experimental design and type conducting surveys 152 footwear manufacturers and 150 surveys to intermediaries who buy the products. To identify a perceptual positioning map of attributes was conducted. The results shows that entrepreneurs use to distribute their products with multiple channels represented 43%, in turn indirect channels represented 36% and direct channels with 21 % of all respondents. On the other hand 29% of the respondents think that the main attributes before purchasing a product are Price, 27% in quality footwear, and 20% are mainly fixed in location, thus demonstrating that the distribution significantly influences positioning. To conclude this study proved that the distribution channels significantly influence the positioning of MSEs Footwear Sector District El Porvenir.

Keywords: Distribution channels, positioning.