

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

TESIS

“DETERMINAR EL NIVEL DE POSICIONAMIENTO DE LA CERÁMICA DE CHULUCANAS EN RELACIÓN A LOS ATRIBUTOS DEL PRODUCTO EN LA LOCALIDAD DE PIURA -2010.”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO:

MENCIÓN: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORES:

- Huanca Abad Irma Zenovia.

- Ocaña Pauta Greta Ibérica

ASESOR:

MBA. Ricardo Espinoza Bayona.

PIURA – PERÚ

2011

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15 del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo - Piura y el de la escuela profesional de Administración de empresas y Ciencias empresariales, de optar el grado de Licenciado en administración de empresas.


Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

“DETERMINAR EL NIVEL DE POSICIONAMIENTO DE LA CERÁMICA DE CHULUCANAS EN RELACIÓN A LOS ATRIBUTOS DEL PRODUCTO EN LA LOCALIDAD DE PIURA -2010.”

Con la convicción de que se le otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que se brinden a la investigación.



Lic. Lemín Abanto Cerna
SECRETARIO



Lic. Erick Salazar Montoya
VOCAL



MBA. Ricardo Bayona Espinoza
PRESIDENTE

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a Dios por ser la luz de nuestra existencia, por darnos la vida y ser nuestro guía eterno. A nuestros padres por su ayuda incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos con inmenso cariño a todas las personas que nos han brindado su apoyo para la realización de este "TRABAJO DE INVESTIGACIÓN", en especial: a nuestros padres y profesores de la universidad César Vallejo donde nos hemos formado profesionalmente.

RESUMEN

En el presente estudio se determina el nivel de posicionamiento de la cerámica de chulucanas en la localidad de Piura. La muestra analizada fue de 100 pobladores que compran cerámica de chulucanas en la localidad en mención.

La técnica e instrumento empleado en esta investigación es la encuesta (formulario de encuesta), la validez y confiabilidad de dicho instrumento fue debidamente demostrado y los datos fueron procesados con el programa informático "Excel".

El principal objetivo en el presente proyecto de investigación fue "determinar el nivel de posicionamiento de la Cerámica de chulucanas, en relación a los atributos que forman parte del producto: cultura, diseño, tamaño y precio".

Al procesar la información se determinó los siguientes resultados:

- Existe un bajo nivel de posicionamiento de la "Cerámica de Chulucanas" en la localidad de Piura en relación a los atributos: cultura, diseño y tamaño.
- Existe un alto nivel de posicionamiento de la "Cerámica de Chulucanas" en la localidad de Piura en relación al atributo Precio.

Por lo tanto, la hipótesis formulada carece de validez, debido a que sólo uno de los atributos analizados tiene un alto posicionamiento, llegando a la conclusión que existe en el ámbito de la investigación un bajo posicionamiento del producto.

ABSTRACT

In the present study determines the level of positioning Chulucanas pottery in the town of Piura. The sample was 100 people who purchase Chulucanas pottery in the town in question.

The technique and instrument used in this research is the survey (survey form), the validity and reliability of the instrument was duly established and the data were processed with the software "Excel."

The main objective of this research project was "to determine the level of positioning Chulucanas pottery in relation to the attributes that are part of the product: culture, design, size and price."

By processing the information was determined the following results:

- There is a low positioning of the "Pottery Chulucanas" in the town of Piura in relation to the attributes: culture, design and size.
- There is a high level of positioning of the "Pottery Chulucanas" in the town of Piura in relation to the attribute Price.

Therefore, the assumption made is invalid, because only one of the attributes analyzed has a high position, concluding that exists in the research field of low product positioning.

ÍNDICE

Presentación.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice.....	vii-viii
Introducción.....	1-2

I. PLAN DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Realidad problemática.....	4
1.3. Formulación del problema.....	5
1.3.1. Pregunta general.....	5
1.3.2. Preguntas Específicas.....	5
1.4. Justificación.....	5
1.5. Limitaciones.....	6
1.6. Antecedentes.....	7-9
1.7. Objetivos.....	10
1.7.1. General.....	10
1.7.2. Específicos.....	10
1.8. Marco Teórico.....	11-58
1.9. Hipótesis.....	59
1.9.1. Hipótesis General.....	59
1.9.2. Demostración de la de la hipótesis.....	59
1.10. Variables.....	59
1.10.1. Definición conceptual.....	59
1.10.2. Definición operacional.....	60

II. METODOLOGÍA

2.1. Diseño de investigación.....	61
2.2. Población y muestra.....	61
2.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	62
2.4. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	62

III. RESULTADOS

3.1. Descripción de Resultados por atributos del producto.....	63-82
3.2. Discusión de Resultados.....	83-84
3.3. Contratación de la Hipótesis.....	85

IV. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

4.1. Conclusiones.....	86-87
4.2. Sugerencias.....	88-89

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

5.1. Bibliografía.....	90
------------------------	----

ANEXOS	91-100
---------------------	---------------