

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR  
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LA EMPRESA  
RENZO COSTA SAC TRUJILLO - 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**Br. ESTELA RUIZ, LUIS ANTONIO**

**ASESORA:**

**Dra. CALVANAPON ALVA, FLOR ALICIA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ**

**2013**

**PAGINA DEL JURADO**

.....  
**Dra. Calvanapon Alva Flor Alicia**  
**Presidente**

.....  
**Dra. Baltodano Nontol Luz Alicia**  
**Secretario**

.....  
**Dra. Moreno Rodriguez Rosa**  
**Vocal**

## DEDICATORIA

A mi padre Francisco Estela, a mi madre Marina Ruiz por sus consejos y valores, por ser mi constante motivo cada día.

A mi familia, amigos y profesores.

A todas las personas que me alentaron y me brindaron todo su apoyo en estos años de formación profesional.

## AGRADECIMIENTO

A mis padres, por confiar en mis decisiones, por hacer posible con su labor constante mi formación como profesional y sobre todo por haberme formado como persona.

A los Docentes de la Escuela de Administración, un especial agradecimiento para mi asesor Dra. Alicia Calvanapón Alva, por el asesoramiento permanente, sin el cual no hubiésemos podido cristalizar el presente trabajo de investigación.

A la Universidad César Vallejo que me brindó conocimientos necesarios para el desarrollo de este trabajo y la elaboración final de este.



## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Estela Ruiz con DNI N° 47084472, a efecto de cumplir con la 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 y autentica.

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

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamente 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

---

Luis Antonio Estela Ruiz

DNI N° 47084472

## **PRESENTACIÓN**

**SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:**

En cumplimiento con las disposiciones establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo de Trujillo, presento a su consideración, el informe de investigación titulado **ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LA EMPRESA RENZO COSTA SAC TRUJILLO – 2013**. Con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

En el trabajo menciono cuales son las estrategias de marketing para mejorar posicionamiento en el mercado de la empresa RENZO COSTA SAC Trujillo, así mismo analizo el posicionamiento en el mercado de la empresa RENZO COSTA SAC en la ciudad de Trujillo.

Señores miembros del jurado, espero que esta investigación sea igualada y merezca su aprobación.

**Atentamente**

**El Autor**

## ÍNDICE

	Pág.
Página del jurado.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaración De Autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Resumen	
Abstract	
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>25</b>
2.1 Variables.....	26
2.2 Operacionalizacion De VARIABLES .....	27
2.2.1 Definición conceptual.....	27
2.2.2Definición operacional .....	27
2.2.3 Los Indicadores.....	27
2.3.4 Escalas De Medición.....	27
2.3 METODOLOGIA .....	28
2.4 Tipo de estudio.....	28
2.5 Diseño De Investigacion.....	28
2.6POBLACIÓN Y MUESTRA .....	28
2.7TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	30
2.8MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	30
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>31</b>
<b>IV.DISCUSIÓN .....</b>	<b>66</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>70</b>
<b>VI. SUGERENCIAS .....</b>	<b>72</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>74</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>78</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de analizar las estrategias de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa Renzo Costa ya que debido al crecimiento empresarial dado en los últimos años, cada vez el mercado se vuelve más competitivo.

La investigación es descriptiva con diseño no experimental de corte transversal, se estudia una muestra de 384 personas, que usan artículos de cuero. Llegando a la conclusión de que la empresa Renzo Costa en la ciudad de Trujillo no está aplicando estrategias de marketing correctamente y en función a la competencia la calificación del diseño es de 40% superior seguido de un 38% intermedio también se puede ver que los factores críticos de éxito más importante y que tienen alta satisfacción es el diseño y atención al cliente. Mientras que poco importante y baja satisfacción tenemos las promociones. Se llega a la conclusión que si se llegan a retroalimentar, esto contribuiría a mejorar posicionamiento en la ciudad de Trujillo, al finalizar esta investigación se recomienda repotenciar y dar un seguimiento constante a algunas de las estrategias de marketing de promoción, publicidad, precio, calidad de producto ya que son los atributos con más baja calificación según respuestas de las personas analizadas en el estudio para mejorar posicionamiento en la empresa Renzo Costa SAC en la ciudad de Trujillo -2013, colocar énfasis en mejorar estos aspectos de manera que contribuya a la rentabilidad de las mismas.

Palabras clave: Estrategias, marketing, posicionamiento, mercado.

## ABSTRACT

This research was conducted in order to analyze the marketing strategies to improve the positioning of the company as Renzo Costa due to the business in recent years as growth, growing the market becomes more competitive.

The research is descriptive with no experimental cross-sectional design; a sample of 384 people who use leather is studied. Concluding that the company Renzo Costa in the city of Trujillo is implementing strategies to successfully marketing and according to competition design qualification is 40 % higher followed by a 38 % intermediate can also see that the factors most important critical success and satisfaction is high with design and customer service. While unimportant and promotions have low satisfaction. It concludes that if you come to feedback , this would help to improve positioning in the city of Trujillo, at the end of this research is recommended to repower and constant monitoring to some of the marketing strategies of promotion, advertising , price, quality product attributes as they are lower rated according to responses of individuals analyzed in the study to improve positioning the company Renzo Costa SAC in Trujillo -2013 , placing emphasis on improving these aspects in a way that contributes to profitability thereof.

Keywords: strategies, marketing, positioning, market.