



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO EN LA  
EMPRESA COPIER MARKET IMPORT S.R.L. LIMA – PERÚ 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

CANCINO LEANDRO, MARY NELLY

**ASESOR:**

RANDALL JESÚS SEMINARIO UNZUETA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

COMERCIO INTERNACIONAL

**LIMA – PERÚ**

**2015- II**

**PAGINA DEL JURADO**

---

**PRESIDENTE**

---

**SECRETARIO**

---

**VOCAL**

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación, a mi familia por estar ahí cuando más los necesité y brindarme siempre su ayuda y constante cooperación.

*Agradezco a mis hijos que me impulsan a ser mejor persona, también agradezco a todos los docentes que han contribuido significativamente en nuestra educación y formación profesional. Además agradezco por su tiempo y apoyo a la empresa Copier Market Import S.R.L. por su aporte a la presente investigación.*

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo CANCINO LEANDRO, MARY NELLY con DNI N° ....., 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 Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y 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.

Lima, .. de .... del .....

CANCINO LEANDRO, MARY NELLY

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO EN LA EMPRESA COPIER MARKET S.R.L. con la finalidad de aplicar una estrategia de mercado de la empresa COPIER MARKET S.R.L. con respecto a la diferenciación del producto, diferenciación dl servicio y al posicionamiento de marcas de la empresa COPIER MARKET S.R.L., en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de licenciado de Negocios Internacionales. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

CANCINO LEANDRO, MARY NELLY

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	V
PRESENTACIÓN .....	VI
INDICE .....	VII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT .....	X
I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. PROBLEMA .....	28
1.1.1. PREGUNTA GENERAL .....	28
1.1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS .....	28
1.2. OBJETIVOS .....	29
1.2.1. OBJETIVO PRINCIPAL .....	29
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	29
II. MARCO METODOLOGICO .....	29
2.1. VARIABLE .....	29
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	30
2.3. METODOLOGÍA .....	31
2.4. TIPO DE ESTUDIO .....	31
2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	31
2.6. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO .....	31
2.6.1. POBLACIÓN .....	31
2.6.2. MUESTRA .....	31
2.6.3. MUESTREO .....	32
2.6.4. UNIDADES DE ANÁLISIS .....	32
2.6.5 CRITERIOS DE INCLUSIÓN .....	32

2.7.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	32
2.7.1. TECNICA.....	32
2.7.2. INSTRUMENTO .....	33
2.8. METODOS DE ANALISIS DE DATOS.....	33
III. RESULTADOS .....	34
3.1. DE LA VALIDEZ Y LA FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO .....	34
3.1.1. DE LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO .....	34
3.1.2. DE LA FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO .....	34
3.2. VARIABLE.....	35
3.2.1. VARIABLE: ESTRATEGIA DE MERCADO .....	35
IV. DISCUSIONES.....	39
V. CONCLUSIONES.....	40
VI. RECOMENDACIONES.....	41
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	42
ANEXOS.....	44
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	44
ANEXO 2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	45
ANEXO 3: RESULTADOS DE LA DIMENSION DIFERENCIACION DEL SERVICIO .....	48
ANEXO 4: RESULTADOS DE LA DIMENSION POSICIONAMIENTO DE MARCA .....	52
ANEXO 5: RESULTADOS DE LA DIMENSION DIFERENCIACION DEL PRODUCTO.....	56
ANEXO 6: INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	64



## RESUMEN

Esta investigación tiene la finalidad de describir los acontecimientos de la empresa Copier Market S.R.L.; teniendo como objetivo principal aplicar la estrategia de mercado de la empresa, para lo cual se desarrolló un estudio de tipo descriptivo de la estrategia de mercado de la empresa. Esta investigación pretende describir el proceso que tiene la empresa Copier Market en aplicar las estrategias de mercado para la atracción de nuevos clientes. Además se aspira a mejorar el desempeño comercial competitivo y de distribución para brindar un mejor servicio, en la diferenciación del producto, del servicio y el posicionamiento de la marca, así como también seguir fomentando el crecimiento y desarrollo como empresa importadora fomentando satisfacer de manera eficiente y eficaz los requerimientos del cliente. Se utilizó: enfoque cuantitativo, descriptivo, diseño No Experimental, muestra de 30 empresas, las cuales son clientes de la empresa Copier Market S.R.L. , se desarrolló un instrumento de evaluación (cuestionario) con el propósito de conocer la aplicación de estrategias de mercado en la diferenciación del producto, diferenciación del servicio y el posicionamiento de marca. El estudio presentado a continuación muestra una amplia investigación sobre la aplicación de la estrategia de mercado en la empresa Copier Market S.R.L., con respecto a la venta de sus productos y el impacto que tiene hacia sus clientes mediante la aplicación de estrategias de mercado.

### **Palabra Clave:**

Strategy, Market, importer

## **ABSTRACT**

This research aims to describe the events of the company Copier Market Import S.R.L.; which has the main objective to apply the market Strategy of the company for which a descriptive study of market Strategy the company evolved, this research aims to describe the process that the company Copier Market S.R.L. has to apply the strategies. In addition, it aims to improve the competitive business performance and distribution to provide better service in product differentiation, brand positioning and service differentiation, as well as continue to promote the growth and development as importing company promoting satisfy efficiently and effectively customer requirements, is used: quantitative approach, descriptive, No Experimental design, sample of 30 companies, which are customers of the company Copier Market Import SRL. An assessment tool (questionnaire) in order to know the level of customer satisfaction through service, product quality, price and customer service developed. The study presented below shows extensive research on customer satisfaction in the company Copier Market SRL, regarding the sale of products and the impact it has to its customers through the apply of market strategy

**Keyword:**

Strategy, Market, importer