



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y SU RELACIÓN CON EL
RELANZAMIENTO DEL ENERGIZANTE VOLT DE LA EMPRESA
AJEPER S.A. EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS - LIMA - AÑO 2015

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

SALAZAR LIÑER, ROMEL JAVIER

ASESOR

DR. LEÓN ESPINOZA, LESSNER AUGUSTO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ
2015

PÁGINA DEL JURADO

Dr. León Espinoza, Lessner
Presidente

Dr. Costilla Castillo, Pedro
Secretario

Ms. Alvares Armas, Raúl
Vocal

DEDICATORIA

El presente Proyecto de Investigación está dedicado a Dios porque ha dado la dicha de traer al mundo a un hijo sano, para mi esposa que estado conmigo en cada paso que doy, guiándome y dándome fortaleza para continuar, a mis Padres, y Hermanos, quienes son los pilares fundamentales en mi vida y han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en mí inteligencia y capacidad.

AGRADECIMIENTO:

La presente tesis “Estrategias de posicionamiento y su relación con el relanzamiento del energizante VOLT de la empresa Ajeper S.A en el distrito de los Olivos – Lima – Año 2015”, fue posible gracias a las fuerzas que me brindó toda mi familia en este largo proceso.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir y permitirme cumplir con la culminación de este trabajo.

A mi asesor: Dr. León Espinoza, Lessner Augusto, por guiarme, orientarme y brindarme las herramientas necesarias para sacar adelante esta tesis, a quien agradezco nuevamente por el apoyo brindado en este corto tiempo.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir y permitirme cumplir en culminación este trabajo. A la Universidad Cesar Vallejo por permitirme realizar mis estudios universitarios y por la enseñanza inculcada a mi persona. A mis padres Hilda Liñer y Hernán Cortéz por su apoyo incondicional y su orientación hacia al cumplimiento de mis objetivos. Finalmente agradezco esposa Yulissa Odar y a mi hijo Reymond Salazar quienes me dieron las fuerzas necesarias en los momentos más complicados.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **ROMEL JAVIER, SALAZAR LIÑER** con DNI N° **46723148**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias Empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la siguiente 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, 03 de Diciembre del 2015

SALAZAR LIÑER, ROMEL JAVIER

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y SU RELACIÓN CON EL RELANZAMIENTO DEL ENERGIZANTE VOLT DE LA EMPRESA AJEPER S.A EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS - LIMA - AÑO 2015” con la finalidad de determinar cómo las estrategias de posicionamiento se relacionan con el relanzamiento del energizante VOLT de la empresa Ajeper S.A en distrito de los Olivos - Lima – Año 2015, 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.

El Autor

INDICE

Páginas Preliminares	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCION.....	12
1.1 Problema de investigación.....	43
1.1.1. Problema General.....	43
1.1.2. Problemas Específicos.....	43
1.2 OBJETIVOS.....	43
MARCO METODOLÓGICO.....	44
2.1HIPÓTESIS.....	44
2.2.1 Variable Independiente: Calidad de Servicio.....	44
2.2.2 Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.....	44
2.3 Operacionalización de Variables.....	44
2.3.1 Identificación de Variables:.....	44
2.3.2. Definición Conceptual de variables:.....	44
2.3.3. Definición Operacional de Variables:.....	46
2.4 Metodología.....	51
2.5 Tipo de estudio.....	51
2.6 Diseño de investigación.....	52
2.7 Población, muestra.....	53

2.8 Técnica e instrumento de recolección de información.....	54
2.9 Método de análisis de datos.....	55
III.RESULTADOS.....	56
IV.DISCUSIÓN.....	81
V.CONCLUSIONES.....	82
VI.RECOMENDACIONES.....	83
IV.REFERENCIAS BLIOGRÁFICAS.....	84
ANEXOS.....	89

RESUMEN

El trabajo de investigación realizado que lleva por título “Estrategias de posicionamiento y su relación con el relanzamiento del energizante VOLT de la empresa Ajeper S.A en el distrito de los Olivos – Lima – Año 2015” el mismo que consta de la siguientes partes: Capítulo I, introducción del planteamiento del problema, donde consta de antecedentes y referencias de tesis pasadas y tomando base teórica y científica de autores que hablan de nuestra variable Independiente estrategias de posicionamiento y la variable dependiente relanzamiento. Y las justificaciones del problema de investigación, de qué manera las estrategias de posicionamiento se relacionan con el relanzamiento del energizante VOLT de la empresa Ajeper S.A. Siendo como Objetivo principal determinar cómo las estrategias de posicionamiento se relacionan con el relanzamiento del energizante VOLT de la empresa Ajeper S.A. Capitulo II En el marco metodológico la presente investigación es descriptivo correlacional, teniendo como una población de 200 y escogiendo una muestra de 30 bodegas distribuidoras del distrito utilizando el método de fiabilidad de alfa de conbrach y el juicio de expertos y una vez recolectada la información de nuestras encuesta se pasó a llenar la base de datos, y pasar los datos al SPSS utilizamos la prueba de normalidad de shapiro wilk ya que nuestra muestra es menor a 50, en donde nos salió que es un estudio No paramétrica y utilizamos RHO –Pearson, en donde nos salió los resultados de RHO de 99.3% donde existe relación directa y entre las estrategias de posicionamiento y el relanzamiento.

Palabras claves: Estrategias, posicionamiento, relanzamiento y empresa.

ABSTRACT

The investigation that has been made its intittle "Positioning strategies and its relationship with the launching of the energy drink VOLT of the company AJEPER S.A. located in Los Olivos - Lima - 2015" and consist of the following points : Chapter I The introduction of the approach to the problem where it states backgrounds and past tesis's referencies based on author's theory and science about our independent variant : Positioning strategies and the dependent variant of Relaunch. And the justification of the research question, how positioning strategies relate to the relaunch of the company VOLT energizing AJEPER SA The main objective being to determine how positioning strategies relate to the relaunch of the company VOLT energizing AJEPER SA Chapter II The methodological framework of this research is descriptive correlational, having a population of 200 and selecting a sample of 30 distribution warehouses in the district using the method Cronbach alpha reliability and expert judgment and once collected information our survey went on to fill the database, and pass the data to use SPSS test Shapiro-Wilk normality as our sample is less than 50, where we came to be a parametric study and use No RHO -Pearson, where we came RHO results of 99.3% where there is direct and between positioning strategies and relaunch relationship.

Keywords: Strategies, positioning and Relaunch Company.