



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa de transportes Cruz del Norte SAC de la ciudad de Chimbote - 2016”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Carranza Horna Luis Alberto (<https://orcid.org/0000-0002-9600-4051>)

ASESORA:

Dra. Olenka Espinoza Rodríguez (<https://orcid.org/0000-0003-3058-816X>)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

CHIMBOTE- PERÚ

2019

El jurado encargado de evaluar el trabajo de investigación presentada por don (a)

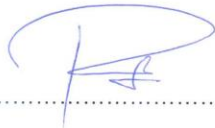
Luis Alberto Carranza Horna

Cuyo título es:

"Estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa de transportes
Cruz del Norte SAC de la ciudad de Chimbote - 2016"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el
estudiante, otorgándole el calificativo de: 11.... (Número)...Once... (Letras).

Chimbote 15 de 01 Del 2019



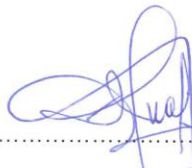
PRESIDENTE

DR. RAFAEL ALBA CALLACNA



SECRETARIO

DR. CARLOS MENDOZA HERNANDEZ



VOCAL

DRA. JAELA PEÑA ROMERO

Dedicatoria

En primer lugar a Dios, por bendecirme todos los días, por iluminar mi camino y estar fortaleciéndome siempre como persona y profesional.

En honor a mis queridos padres, gracias a ellos tenemos la vida y gracias a su apoyo logre conseguir este objetivo profesional.

A mis maestros, que formaron parte de este proceso integral de formación profesional, por sus enseñanzas y orientaciones.

El autor.

Agradecimiento

A Dios, por la vida y salud de todos los días, y sobre todo por iluminarme y guiarme en mi etapa académica en la universidad.

A mis padres por su amor incondicional.

A los docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, por su aporte en nuestra formación profesional.

El autor.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Carranza Horna Luis Alberto, identificado con DNI N° 42478005, 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 y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que toda la información y los datos que se muestra en el presente trabajo de investigación son auténticos y veraces.

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

Chimbote, 07 de enero de 2019.



DNI: 42478005

INDICE

Acta de aprobación del trabajo de investigación	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
I. INTRODUCCIÓN	VIII
II- MÉTODO	15
2.1 Tipo y diseño de investigación	15
2.2 Población y muestra, selección de la unidad de análisis	17
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
Técnica de recolección de datos	Error! Bookmark not defined.
2.4 Procedimiento	18
2.5 Método de análisis de datos	18
2.6 Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	32
VI. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	38

RESUMEN

La investigación “Estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa de transportes Cruz del Norte SAC de la ciudad de Chimbote - 2016”, tiene por finalidad determinar de qué manera las estrategias de marketing contribuyen con el posicionamiento de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A.C. de la ciudad de Chimbote. El método de investigación aplicado se ubica dentro del enfoque cuantitativo, el tipo de estudio es descriptivo y el diseño es no experimental y transversal, solo se describe el comportamiento de los sujetos sin influir sobre ellos. La población y muestra estuvo constituida por 95 personas de Chimbote y la recolección de datos se recogió a través de la encuesta. Los principales resultados del estudio destacan que, en cuanto al posicionamiento un 38.95% de personas encuestados opina que la empresa es mejor que otras, mientras que un 12.63% opinan que es peor a otras, así mismo en cuanto a la difusión de los servicios un 58% de las personas se enteran de los servicios que brindan por los propios jaladores que trabajan directamente en el terminal terrestre, frente a un 3% solo se enteran por internet de los servicios que brinda la empresa. Finalmente el resultado indicó que las necesidades presentadas por los clientes si se pueden corregir utilizando estrategias de marketing específicamente en los criterios a mejorar que se mencionaron anteriormente.

Palabras claves: estrategias, posicionamiento.

ABSTRACT

The research "Marketing strategies for the positioning of the transport company Cruz del Norte SAC of the city of Chimbote - 2016", aims to determine how marketing strategies contribute to the positioning of the transport company Cruz del Norte North SAC from the city of Chimbote. The applied research method is located within the quantitative approach, the type of study is descriptive and the design is non-experimental and cross-sectional, only the behavior of the subjects is described without influencing them. The population and sample consisted of 95 people from Chimbote and the data collection was collected through the survey. The main results of the study highlight that, in terms of positioning, 38.95% of people surveyed believe that the company is better than others, while 12.63% think it is worse than others, as well as the diffusion of services. 58% of people find out about the services provided by the jaladores themselves that work directly in the terrestrial terminal, compared to 3% they only find out about the services provided by the company through Internet. Finally, the result indicated that the needs presented by the clients can be corrected using marketing strategies specifically in the criteria to improve mentioned above.

Keywords: strategies, positioning