



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Marketing mix en la comercialización de jeans Cr79, de la empresa  
Nogadagroup SAC, en el Emporio de Gamarra, en el año 2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

RIVAS TELLO, GÉNESIS NICOLE

ASESOR:

Dr. RAÚL DELGADO ARENAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

**Presidente**

---

**Secretario**

---

**Vocal**

## **DEDICATORIA**

A mis profesores, que me motivan cada día para fortalecer mi desempeño profesional como estudiante. A mi familia, que con su apoyo, moral y confianza depositada en mí, a través de sus consejos y ejemplos de vida recta y dedicada a la superación personal me brinda la guía necesaria para alcanzar tan anhelada meta.

## **AGRADECIMIENTO**

Especial agradecimiento a la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de seguir formándome en esta etapa. A los docentes la Escuela de Pregrado de la Universidad Cesar Vallejo que con esfuerzo y paciencia dan cátedra de experiencia y conocimiento.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Génesis Nicole Rivas Tello, con DNI N° 47655073, 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 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.

San Juan de Lurigancho, 16 Mayo del 2016

---

Genesis Nicole Rivas Tello

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “MARKETING MIX EN LA COMERCIALIZACIÓN DE JEANS CR79, DE LA EMPRESA NOGADAGROUP SAC, EN EL EMPORIO DE GAMARRA, EN EL AÑO 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Génesis Nicole Rivas Tello

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
LISTA DE GRAFICOS .....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
I. INTRODUCCION.....	14
1.1. Realidad Problemática .....	15
1.2. Trabajos previos .....	18
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	22
1.4. Formulación del problema .....	32
1.5. Justificación del estudio .....	32
1.6. Objetivos.....	34
II. METODOLOGÍA .....	35
2.1. Diseño de investigación .....	36
2.2. Variable: Operacionalización.....	36
2.3. Población y muestra .....	37
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	38
2.5. Métodos de análisis de datos.....	41
2.6. Aspectos Éticos.....	42
III. RESULTADO .....	43
IV. DISCUSION.....	54
V. CONCLUSIONES .....	57
VI. RECOMENDACIONES.....	60
VII. REFERENCIAS.....	62
ANEXO .....	65
-Matriz de consistencia .....	67
-Encuesta.....	68
-Validacion del instrumento por juicio de expertos.....	71
-Analisis descriptivo por cada pregunta.....	81

## LISTA DE TABLAS

1	Operacionalización de la variable	36
2	Estadísticos de Fiabilidad	39
3	Juicio de expertos	40
4	Análisis descriptivo de Marketing Mix	43
5	Análisis de preguntas sobre producto / expresado en porcentaje	44
6	Análisis descriptivo de Producto	45
7	Análisis de preguntas sobre precio / expresado en porcentaje	46
8	Análisis descriptivo de Precio	46
9	Análisis de preguntas sobre promoción / expresado en porcentaje	48
10	Análisis descriptivo de Promoción	48
11	Análisis de preguntas sobre plaza / expresado en porcentaje	50
12	Análisis descriptivo de Plaza	50
13	Análisis de resultado 1	81
14	Análisis de resultado 2	82
15	Análisis de resultado 3	83
16	Análisis de resultado 4	84
17	Análisis de resultado 5	85
18	Análisis de resultado 6	86
19	Análisis de resultado 7	87
20	Análisis de resultado 8	88
21	Análisis de resultado 9	89
22	Análisis de resultado 10	90
23	Análisis de resultado 11	91
24	Análisis de resultado 12	92
25	Análisis de resultado 13	93
26	Análisis de resultado 14	94
27	Análisis de resultado 15	95
28	Análisis de resultado 16	96
29	Análisis de resultado 17	97
30	Análisis de resultado 18	98
31	Análisis de resultado 19	99

32	Análisis de resultado 20	100
33	Análisis de resultado 21	101
34	Análisis de resultado 22	102
35	Análisis de resultado 23	103
36	Análisis de resultado 24	104
37	Análisis de resultado 25	105
38	Análisis de resultado 26	106
39	Análisis de resultado 27	107
40	Análisis de resultado 28	108
41	Análisis de resultado 29	109
42	Análisis de resultado 30	110
43	Análisis de resultado 31	111

## LISTA DE GRAFICOS

1 Marketing	37
2 Producto	39
3 Precio	41
4 Promoción	43
5 Plaza	45
6 Grafico de análisis de resultado 1	81
7 Grafico de análisis de resultado 2	82
8 Grafico de análisis de resultado 3	83
9 Grafico de análisis de resultado 4	84
10 Grafico de análisis de resultado 5	85
11 Grafico de análisis de resultado 6	86
12 Grafico de análisis de resultado 7	87
13 Grafico de análisis de resultado 8	88
14 Grafico de análisis de resultado 9	89
15 Grafico de análisis de resultado 10	90
16 Grafico de análisis de resultado 11	91
17 Grafico de análisis de resultado 12	92
18 Grafico de análisis de resultado 13	93
19 Grafico de análisis de resultado 14	94
20 Grafico de análisis de resultado 15	95
21 Grafico de análisis de resultado 16	96
22 Grafico de análisis de resultado 17	97
23 Grafico de análisis de resultado 18	98
24 Grafico de análisis de resultado 19	99
25 Grafico de análisis de resultado 20	100
26 Grafico de análisis de resultado 21	101
27 Grafico de análisis de resultado 22	102
28 Grafico de análisis de resultado 23	103
29 Grafico de análisis de resultado 24	104
30 Grafico de análisis de resultado 25	105
31 Grafico de análisis de resultado 26	106

32 Grafico de análisis de resultado 27	107
33 Grafico de análisis de resultado 28	108
34 Grafico de análisis de resultado 29	109
35 Grafico de análisis de resultado 30	110
36 Grafico de análisis de resultado 31	111

## RESUMEN

El presente estudio descriptivo consiste en el “Marketing mix en la comercialización de jeans CR79, de la empresa NOGADAGROUP SAC, en el emporio de gamarra, en el año 2016”, tiene como objetivo principal describir como se viene aplicando el marketing mix en la comercialización de jeans CR79, en el emporio de gamarra y la teoría utilizada fue el de las Cuatro P’s, analizando las estrategias del producto, precio, promoción y plaza. La investigación es de tipo descriptivo de nivel No experimental y de corte transversal, ya que no hay manipulación de la variable en estudio. La población censal estudiada es de 30 clientes los cuales fueron seleccionados bajos criterios de inclusión y exclusión, la recolección de datos fue realizada a través de una encuesta, que contuvo 31 preguntas con alternativas cerradas de Likert. Se utilizará el método de análisis cuantitativo basadas en las estadísticas descriptivas y los resultados tienen un proceso computacional. La información de las encuestas se procesará utilizando el paquete estadístico (SPSS), versión 21, lo cual nos generó los cuadros y gráficos porcentuales, la discusión fue realizada a través de una comparación de datos y los antecedentes consignados en la investigación. La empresa NOGADAGROUP SAC, obtuvo una puntuación baja respecto a la dimensión plaza, por lo cual se consideró que se requiere de un análisis de marketing mix considerando las variables que exija su entorno interno y externo, de esta forma el análisis mostrara con exactitud cada una de las deficiencias del plan de estrategias del marketing mix.

**PALABRAS CLAVES:** Marketing mix, comercialización, empresa.

## **ABSTRACT**

This descriptive study consists of "Marketing mix in marketing jeans CR79, company NOGADAGROUP SAC, in the emporium of Gamarra, in 2016", whose main objective is to describe how it is implementing the marketing mix in marketing CR79 jeans in the emporium of Gamarra and the theory used was that of the Four P's, analyzing the strategies of product, price, promotion and place. The research is descriptive and non-experimental cross-sectional level, as there is no manipulation of the variable under study. The census population studied 30 clients which were selected low inclusion and exclusion criteria, data collection was conducted through a survey, which contained 31 questions with alternatives Likert closed. the quantitative analysis method based on descriptive statistics and the results have a computational process will be used. The survey data will be processed using the statistical package (SPSS) version 21, which generated us the pictures and graphics percentage, the discussion was conducted through a comparison of data and records entered in the investigation. The company NOGADAGROUP SAC, scored low compared to the size square, which was considered required an analysis of marketing mix considering the variables required by their internal and external environment, thus analysis shows the precise coverage the shortcomings of plan marketing mix strategies.

**KEYWORDS:** Marketing mix, marketing company.