

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSTGRADO**

**TESIS**

**EL POSICIONAMIENTO DE AL RIES Y JACK TROU  
Y LA GLOBALIZACION COMERCIAL**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS Y RELACIONES  
INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

**Br. EDINSON MIGUEL CHACÓN ARENAS**

**ASESOR:**

**Mgtr. Jorge Alberto Flores Morales**

**LIMA-PERÚ**

**2014**

## **DEDICATORIA**

A mis familiares por ser el sustento de todo esfuerzo

## **AGRADECIMIENTO**

A los docentes que con su apoyo han forjado conocimientos invaluable para mi desarrollo profesional

## **PRESENTACIÓN**

Presenta la tesis titulada "EL POSICIONAMIENTO DE AL RIES Y JACK TROTT Y LA GLOBALIZACIÓN COMERCIAL", con la finalidad de obtener el grado de Magister en Administración de Empresas y Negocios Internacionales

El documento consta de ocho capítulos

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
- 3 JUSTIFICACIÓN
- 4 OBJETIVOS
- 5 METODOLOGÍA
- 6 RESULTADOS
- 7 DISCUSIÓN
- 8 CONCLUSIONES

## INDICE

Carátula

Dedicatoria

Agradecimiento

Presentación

Índice

Resumen

Abstract

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
- 3 JUSTIFICACIÓN
- 4 OBJETIVOS
- 5 METODOLOGÍA
- 6 RESULTADOS
- 7 EVALUACION DEL ESTUDIO
- 8 DISCUSIÓN
- 9 CONCLUSIONES
- 10 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

# Índice

**Agradecimiento**

**Dedicatoria**

**Presentación**

**Índice**

**Resumen**

**Abstract**

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
1.1	Marco Referencial	6
1.1.1	Marco Teórico	7
1.1.2	Marco Conceptual	10
1.1.3	Marco Espacial y Temporal	18
1.1.4	Viabilidad	18
<b>II.</b>	<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>19</b>
2.1	Situación Problemática	20
2.1.1	Planteamiento del Problema	20
2.1.2	Formulación del Problema	21
<b>III.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>22</b>
3.1	Teórica	23
3.1.1	Metodológica	23
3.1.2	Práctica	24
<b>IV.</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>25</b>
4.1	Generales	26
4.2	Específicos	26
<b>V.</b>	<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>27</b>
5.1	Aspectos metodológicos	28
5.1.1	Método de Investigación	29

5.1.2 Fuentes de Información	29
5.1.3 Técnicas de Información	30
5.1.4 Tratamiento de la Información	31
<b>VI. RESULTADOS</b>	<b>33</b>
6.1 Categoría 01: Primeras carencias técnicas de la interpretación del concepto de posicionamiento actual	34
6.2 Categoría 02: La batalla por la mente	38
6.3 Categoría 03: Una interpretación que ya se hacía necesaria	43
6.4 Categoría 04: Los ciclos de vida del posicionamiento "nacen" por sí solos y se "crean" de liberadamente	48
6.5 Categoría 05: La importancia de administrar el desarrollo del ciclo de vida del Posicionamiento	53
<b>VII. DISCUSIÓN</b>	<b>63</b>
<b>VIII. CONCLUSIONES</b>	<b>68</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>73</b>

## Resumen

La investigación de la tesis titulada "El Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout y la Globalización Comercial", corresponde a interpretar los principales textos escritos por los autores, de dos formas principalmente. La primera, como una interpretación literal y la segunda, como una interpretación a partir de la reconstrucción del mundo del texto; de esta manera, se busca determinar una interpretación adecuada del concepto de posicionamiento comercial que permita enfrentar las nuevas exigencias que impone la globalización comercial.

Se ha enfocado una tesis cualitativa y el diseño utilizado en la investigación es el hermenéutico. En el transcurso del desarrollo de esta investigación, se tiene como fuentes de información directas a los principales libros escritos por los autores Al Ries y Jack Trout que sustentan los conceptos que se proponen. El tipo de muestra que se utiliza en esta investigación es no probabilística y de tipo teórica y conceptual. Una segunda fuente de información es la revisión e interpretación de textos de diferentes autores que tocan los temas de posicionamiento, cambio y globalización. También se ha procedido a realizar dos entrevistas a profesionales que han demostrado conocer el tema de posicionamiento además de entrevistas a consumidores habituales.

Después de realizar el proceso de la investigación se determinó una interpretación adecuada del concepto de posicionamiento que permite enfrentar las nuevas exigencias que impone la globalización comercial. Se determinó cómo afecta el factor tiempo a la interpretación del posicionamiento dentro de la globalización comercial. Se determinó cómo se debe administrar una nueva interpretación del concepto de posicionamiento.

**PALABRA CLAVE:** Posicionamiento, Ciclo de vida, tiempo, cambios, globalización

## Abstract

The research thesis entitled "Positioning Al Ries and Jack Trout Globalization and Trade" corresponds to interpret the main texts written by the authors, in two main ways. The first, as a literal interpretation and the second as an interpretation from the reconstruction of the world of the text, in this way, is to determine an appropriate interpretation of commercial positioning itself to face the new demands imposed trade globalization.

We have approach a qualitative thesis and the designed used in the research is hermeneutic. During the development of this research, it has the power to direct the main books written by authors Al Ries and Jack Trout that support the concepts proposed information. The type of sample used in this research is not probabilistic and theoretical and conceptual. A second source of information is the review and interpretation of texts by different authors that touch positioning issues change and globalization. He also proceeded to conduct two interviews with professionals who know the subject have shown positioning plus interviews with regular users.

After performing the research process proper interpretation of positioning that allows face the new demands imposed trade globalization was determined. We determined how the time factor affects the interpretation of positioning within the trade globalization. We determined how to manage a new interpretation of the concept of positioning.

**KEYWORD** Positioning, stages, time, changes, globalization