



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Análisis de las Estrategias de Marketing en la Comercialización de Calzado en la Empresa Porvenir de la Ciudad De Huaraz - 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

SANTILLAN RODRIGUEZ, LUCELENA KATERINE

ASESOR:

Dr. BUSTAMANTE CABELLO JULIO CESAR


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

HUARAZ – PERÚ

2018


Acta de aprobación de tesis

	ACTA DE APROBACION DE TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	------------------------------------	---


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **SANTILLAN RODRIGUEZ LUCELENA KATERINE** cuyo título es: "ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO EN LA EMPRESA PORVENIR DE LA CIUDAD DE HUARAZ - 2018"

Reunido en la fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiantes, otorgándole el calificativo de:**12**.....(numero)
.....**doce**.....(letras).

HUARAZ:**10**.....de **Julio**.....del 20**18**


.....
DR. BUSTAMANTE CABELLO JULIO CESAR
PRESIDENTE


.....
MGTR. LANDERS MOSCOL MARIO ARTURO
SECRETARIO


.....
DR. SAENZ RODRIGUEZ ROLANDO REMIGIO
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

A Dios: Por haberme permitido llegar a este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor de nuestro Señor Jesús y la Virgen María.

A mi Madre Rosa: Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi Papa Avelino (QEPD) y mi hermano Nilton (QEPD): Agradezco por la gran bendición, protección y guía que ellos me iluminaron desde el cielo, ya que no les tengo junto a mí, porque se encuentran con Dios sé que con su manto me guiaron siempre poder alcanzar mi meta.

A mi Novio: Agradezco por su gran apoyo moralmente y por el impulso que siempre me dio para poder seguir adelante, y no rendirme jamás para ser una gran profesional y persona.

La autora.

Agradecimiento

A Dios: Por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por ser la gran fortaleza en los tiempos de mi debilidad.

A mi Madre: Por su gran apoyo y su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A las autoridades: de la Universidad por darme la oportunidad de culminar mi carrera profesional.

A mis docentes por haberme ofrecido su ayuda incondicional y por transmitirme sus enseñanzas para lograr mis objetivos; por su labor y dedicación por mi formación profesional.

Al Dr. Julio Bustamante Cabello y al Lic. Landers Moscol Mario Arturo, asesores de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento de la misma.

La Autora.

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Yo, Lucelena Katherine Santillan Rodriguez, con DNI N° 46901988 afecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veredicto y autentico.

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 Cesar Vallejo.

Huaraz, Julio del 2018.



Lucelena Katherine Santillan Rodriguez

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “Análisis de las Estrategias de Marketing en la Comercialización de Calzado en la Empresa Porvenir de la Ciudad De Huaraz - 2018”, con la finalidad de describir las estrategias de marketing en la comercialización de Calzado en la ciudad de Huaraz - 2018, 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.

La autora.

Índice

Acta de aprobación de tesis	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
CAPÍTULO I.....	i
I. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.3.1 Gestión del talento humano	19
1.3.2 Importancia de marketing estratégico.....	23
1.3.3 Dimensiones de marketing estratégico	26
1.3.4 Desarrollo por productos	28
1.3.5 Estrategias competitivas	29
1.3.6 Teoría de la comercialización	31
1.3.7 Dimensiones de comercialización	33
1.3.8 Satisfacción del cliente	34
1.3.9 Información del mercado	35
1.4. Formulación del problema	37
1.4.1. Problema general	37
1.4.2. Problemas específicos.....	37
1.5. Justificación del estudio	37
1.6. Objetivos	37

1.6.2. Objetivo general.....	37
1.6.2. Objetivos específicos	38
II. MÉTODOS.....	40
2.1. Diseño de investigación	40
2.2. Variables y operacionalización	41
2.3. Población y muestra.....	42
2.3.1. Población.....	42
2.3.1. Muestreo	42
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ...	43
2.4.1. Escala de medición	43
2.4.2. Validación	44
2.5. Métodos de análisis de datos.....	44
2.6. Aspectos éticos.....	44
45	
III. RESULTADOS	46
3.1. Tratamiento De Los Resultados	46
3.2. Resultado según los objetivos de estudio	46
3.2.1. Resultado respecto al objetivo general.....	46
3.2.2. Resultado respecto a los objetivos específicos	47
IV. DISCUSIÓN.....	52
V. CONCLUSIONES.....	55
VI. RECOMENDACIONES.....	58
VII. REFERENCIAS.....	60
Abascal, E. (2005). <i>Análisis de encuesta</i> . Madrid: Esic Editorial.....	60
VIII. ANEXOS	63
8.1. Anexo 01 Modelo de cuestionario.....	63
Anexo 02. Matriz de investigación.....	66

Anexo 03. Prueba de confiabilidad.	68
Anexo 4: Validaciones de los expertos	70
Anexo 5: Fotografías	79
Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de tesis	81
Anexo 7: Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV..	82
Anexo 8: Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	83

RESUMEN

La investigación denominada, “Análisis de las Estrategias de Marketing en la Comercialización de Calzado en la Empresa Porvenir de la Ciudad De Huaraz - 2018”, tuvo por finalidad describir las estrategias de Marketing en la comercialización de calzados en la empresa Porvenir, se utilizó un diseño no experimental descriptivo, con una muestra de 108 clientes; a quienes se les aplicó un cuestionario para recolectar información a las variables de estudio. Se concluyó que se observa que las estrategias de Marketing son **óptimas** en un 75%, mientras que en el nivel no optimo 25% con respecto a la comercialización, para el nivel óptimo es 59.3% y para el nivel **no optimo** el 40,7%. Los resultados nos muestran que las estrategias de marketing que se están empleando en la empresa porvenir de Huaraz son óptimas, lo cual se refleja en el alto índice de comercialización, ello se aprecia en la preferencia de los clientes.

Palabras claves: Estrategias de Marketing, Comercialización, y Estrategias Genéricas.

ABSTRACT

The research called, "Analysis of Marketing Strategies in the Marketing of Footwear in the Porvenir Company of the City of Huaraz - 2018", was aimed at describing Marketing strategies in the marketing of footwear in the company Porvenir, using a non-experimental descriptive design, with a sample of 108 clients; to whom a questionnaire was applied to collect information on the study variables. It was concluded that it is observed that marketing strategies are optimal by 75%, while at the non-optimal level 25% with respect to marketing, for the optimum level is 59.3% and for the non-optimal level 40.7% . The results show us that the marketing strategies that are being used in the future company of Huaraz are optimal, which is reflected in the high commercialization index, this can be seen in the preference of the clients.

Keywords: Marketing Strategies, Marketing, and Generic Strategies.