



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Marketing Mix y el Posicionamiento de la Empresa Santa María, Trujillo año
2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

Rosario Valentín Cindy Maribel.

ASESORA

Dra. Calvanapon Alva, Flor Alicia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO- PERÚ

2018

Dedicatoria



Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia
Presidenta



Mg. Ugarriza Gross, Gustavo
Secretario



Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jacqueline
Vocal

Dedico este trabajo de investigación:

A Dios:

Darle las gracias a él desde el fondo de mi corazón, porque está siempre conmigo, por darme la vida y salud para seguir adelante, darme las fuerzas necesarias Gracias por bendecirme y haber podido conocer a buenas personas.

A mis padres:

A mi mamá Isabel Valentín Barrionuevo, que hizo posible que yo pudiera retomar mis estudios fue la persona que me motivo para iniciar esta meta de ser alguien en la vida, que me dijo que no iba ser fácil pero siempre tuve su apoyo incondicional. Gracias por toda mami Te quiero mucho.

A mi papá Wilson Rosario Floriano, que siempre conté con su apoyo incondicional sabes que te quiero mucho y que eres todo para mí.

A mis hermanos:

Fanny Rosario Valentín, mi hermana gracias por el apoyo que me has dado por el cariño, sabes que tienes todo mi respeto y admiración a seguir, a mi hermano Luis Ángel Rosario por tu apoyo tu eres la persona que tuvo que aguantar todas mis tensiones, mi estrés y porque juntos nos pasamos muchas veces en vela estudiando o haciendo los trabajos a los dos los quiero mucho y siempre vamos a estar juntos.

Agradecimiento

Soy muy afortunada de tener a personas especiales que me apoyaron incondicionalmente y uno de ellos es:

A mi primo Juan Carlos García Rosario:

Que Dios te bendiga mucho siempre te dije que eres como mi ángel de la guarda siempre estuviste en cada momento que te necesite siempre en los malos y buenos momentos gracias por todo chavito voy a estar eternamente agradecida contigo porque gracias a ti conocí a Dios y eso es lo más importante en este mundo. Te quiero mucho.

A mis amigos:

En esta etapa de mi vida conocí a grandes personas que espero que no termine aquí que siempre los vea, hicimos un grupo muy unido el grupo 29A, yo los quiero a todos, pero todos tenemos un grupo y no puedo dejar de mencionarlos gracias chicos y gracias por su amistad y son:

Edgar Melo Vega

Luis Ángel Cojal Castro

Rocio Patricio Castillo

Ana Ninatanta Jave

Marita Vera Roncal

Marisella Castillo Veronico

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Cindy Maribel Rosario Valentín, con DNI N° 45619092, estudiante de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que el trabajo académico titulado: Marketing Mix y Posicionamiento de la Empresa Santa María, Trujillo 2018, presentada, para la obtención del grado académico de Licenciada en Administración de negocios, es de mi autoría. Por tanto, expongo lo siguiente:

- ❖ He citado todas las fuentes colocadas en el presente trabajo de investigación, identificando cabalmente toda cita textual o de paráfrasis derivada de otras fuentes, de acuerdo con lo determinado por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- ❖ No he manipulado ninguna otra fuente diferente de aquellas señaladas en este trabajo.
- ❖ Este trabajo de investigación no ha sido anticipadamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- ❖ Soy consciente de que mi trabajo puede ser examinado electrónicamente en averiguación de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Trujillo, diciembre del 2018.


Cindy Maribel Rosario Valentín
DNI N° 45619092

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 y Posicionamiento de la Empresa Dulcería Santa María, Trujillo año 2018; 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.

La Autora

Índice

Página del Jurado.....	¡Error! Marcador no definido.
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
Resumen	x
Abstrac	xi
I. Introducción.....	13
1.1. Realidad Problemática.....	13
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	18
1.3.1.1. Definición de Marketing.	18
1.3.2. Importancia del marketing	19
1.3.3. Marketing Mix.	19
1.3.3.1. <i>Producto</i>	19
1.3.3.2. <i>Precio</i>	20
1.3.3.3. <i>Plaza</i>	20
1.3.3.4. <i>Promoción</i>	20
1.3.4. Definición de Posicionamiento.	20
1.3.5. Bases para el Posicionamiento.....	21
1.4. Formulación del problema.....	26
1.5. Justificación del estudio.	26
1.6. Hipótesis	27

1.7.	Objetivos.....	27
1.7.1.	Objetivo General.....	27
1.7.2.	Específicos.....	27
II.	Método.....	29
2.1.	Diseño de investigación.....	29
2.2.	Variables, Operacionalización.....	29
2.5.	Población y Muestra	32
2.5.1.	Población.....	32
2.5.2.	Muestra.....	32
2.5.3.	Muestreo.....	32
2.5.4.1.	<i>Criterios inclusión</i>	32
2.5.4.2.	<i>Criterios exclusión</i>	33
2.6.	Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	33
2.6.1.	Técnica	33
2.6.2.	Instrumento	33
2.6.3.	Validación.....	33
2.6.4.	Confiabilidad.....	34
2.7.	Métodos de análisis de datos	35
2.8.	Aspectos éticos	36
III.	Resultados	37
IV.-	Discusión	46
V.-	Conclusiones	52
VI.-	Recomendaciones	54
VIII.-	Referencias	62
Anexos		65
Anexo 01:	Tablas o figuras de la encuesta.....	66
Anexo 02:	Cuestionario (Primera variable).....	68

Anexo 03: Fichas de validación (escaneados).....	71
Anexo 04: Base de datos y cálculo de V-Aiken 1	76
Anexo 05: Base de datos y cálculos de Confiabilidad (Alfa de Cronbach)	77
Anexo 06: Cuestionario (Segunda variable).....	78
Anexo 08: Base de datos y cálculo de V-Aiken 2	87
Anexo 09: Confiabilidad 2	89
Anexo 10: Formato de consentimiento.....	90
Anexo 11: Evidencias (Fotográficas)	91
Anexo 12: Base de datos	94

Resumen

La investigación referida al Marketing Mix y el Posicionamiento de la Empresa Dulcería Santa María, Trujillo 2018. La investigación tuvo un alcance correlacional, no experimental, transversal. Se trabajó con una población desconocida donde la muestra estuvo conformada por 385 clientes de la Empresa Santa María S.A.C., a quienes se les aplicó un cuestionario con respuestas basadas en la escala de Likert. El procesamiento y análisis de datos se realizó mediante la estadística descriptiva utilizando el SPSS 21, así como también se aplicó el coeficiente de correlación Rho Spearman el cual nos permitió conocer el grado de relación que existe entre ambas variables, los resultados obtenidos permiten conocer la relación de las dimensiones de marketing mix y el posicionamiento, donde el precio tiene una relación negativa débil, así mismo el producto, plaza y promoción se obtuvo una relación positiva débil, por último, se contrastó la hipótesis se utilizó Rho Spearman, así mismo en la tabla 3.5 donde se observa que existe relación entre el marketing mix y el posicionamiento de la Empresa Santa María Trujillo 2018, con un valor de prueba ($p=0.000$), así mismo el coeficiente de correlación de Spearman, es de 0.179^{**} , lo que indica que la relación es positiva débil con un nivel de significancia del (0.050).

Palabras clave: marketing mix, posicionamiento, precio, plaza, promoción y producto.

Abstrac

*The research refers to the mixed marketing and positioning of the company Santa María, Trujillo 2018. The research had a correlational, not experimental, transversal scope. This is an unknown population where the sample consisted of 385 clients of the Investment and Multiservice Company Santa María S.A.C., to whom a questionnaire is applied with answers based on the Likert escalation. The processing and analysis of the data have been translated through the descriptive statistics SPSS 21 has been used, as well as the correlation coefficient has been applied. of the dimensions of marketing mix and positioning, where the product and the price have a weak negative relation, likewise square and promotion a weak positive relation is obtained, finally, the hypothesis is contrasted Rho Spearman, likewise in the table 3.5 where it is observed that there is a relationship between the marketing mix and the positioning of the Santa María Trujillo Company 2018, with a test value ($p = 0.000$), as well as the Spearman correlation coefficient, is 0.179 **, which indicates that the relation is positive with a level of significance of (0.050).*

Keywords: *marketing mix, positioning, price, place, promotion and product.*