



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Gestión Comercial y Posicionamiento de Marca del Grupo Vega Distrito de Comas,  
2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Pastor Serrano, Liliana (ORCID: 0000-0002-0093-866X)

ASESOR:

Mg. Maurtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (ORCID: 0000-002-0812-3473)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

LIMA – PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres y hermanos porque gracias a su apoyo he logrado concluir mi proyecto de ser una profesional.


A mis hijos por su comprensión y dejar que muchas veces use el tiempo de ellos en los trabajos y reuniones que este proyecto me demanda.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito.

## **Agradecimiento**

A mis Asesores Académicos, quienes me brindaron su valioso conocimiento, paciencia y motivación, al Grupo Vega Distribución por el apoyo incondicional en los horarios laborales, que han sido fundamentales para nuestra formación de investigadores y para el término de esta tesis.

## Página del jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 10
		Fecha : 10-06-2019
		Página : 1 de 1

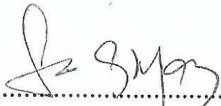
El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por don(ña) Milena Pastor Serrano cuyo título es:  
" Cestión Comercial y Posicionamiento de Marca del Grupo  
Uega Distrito de comas 2019. "

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13 (número) Trecp (letras).

Los Olivos, 21 de julio de 2019

  
.....  
**Mgtr. Jan Kei Samir Molina Guillén**  
**PRESIDENTE**

  
.....  
**Mgtr. Jesus Enrique Barca Barrientos**  
**SECRETARIO**

  
.....  
**Mgtr. Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi**  
**VOCAL**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

## Declaratoria de autenticidad

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Paster Serrano Liliana con DNI Nº 09974051  
en la senda de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que los documentos que se adjuntan son fidedignos.

Asimismo, indico bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En el caso que hubiera falta, omisión o falsedad asumo los correspondientes procesos investigativos y sanciones de acuerdo a las normas internas de la Universidad.

En concordancia, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, con las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 21 de Julio del 2019.

Paster Serrano Liliana  
Apellidos y Nombres  
D.N.I. 09974051

## Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tipo y Diseño de Investigación .....	13
2.2 Operacionalización de la variable .....	14
2.3 Población, muestra y muestreo .....	14
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	15
2.5 Métodos de análisis de datos .....	17
2.6 Aspectos éticos .....	17
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>32</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>34</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>36</b>
Anexo 1. Matriz de consistencia .....	37
Anexo 2. Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos.....	38
Anexo 3. Acta de aprobación de originalidad de tesis .....	49
Anexo 4. Pantallazo del software Turnitin .....	50
Anexo 5. Formulario de autorización para la publicación electrónica de la tesis .....	51
Anexo 6. Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	52

## **Resumen**

La presente investigación está cimentada en el análisis de la Gestión Comercial y Posicionamiento de Marca del Grupo Vega en el Distrito de Comas 2019, cuyo propósito principal es determinar la relación entre la Gestión Comercial y el posicionamiento que es una de las herramientas más relevantes de la gestión empresarial y la cual potencializa a la empresa para lograr sus metas trazadas en función al mercado, ejecutando tareas inmersas en el ámbito del marketing y las metas, incluyendo las gestiones de producto, ventas y proceso.

La presente investigación según su finalidad ha sido de tipo descriptiva y de nivel correlacional, tiene un enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por los colaboradores del área de la fuerza de ventas del Grupo Vega Distribución. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumentos para la recolección de datos, los cuestionarios permitiendo así el logro de los objetivos programados. La confiabilidad se determinó mediante el Alfa de Cronbach.

Concluyendo que el Grupo Vega Distribución posee una gestión de marca en proceso, esto no le permite tener un lugar competitivo en el mercado.

*Palabras claves:* Gestión comercial, Posicionamiento de marca y Marketing.

## **Abstract**

The present investigation is based on the analysis of the Commercial Management and Brand Positioning of the Vega Group in the District of Comas 2019, whose main purpose is to determine the relationship between the Commercial Management and the positioning that is one of the most relevant tools of the business management and which empowers the company to achieve its goals set according to the market, executing tasks immersed in the field of marketing and goals, including product, sales and process management.

The present research according to its purpose has been descriptive and correlational, has a quantitative approach and non-experimental design of cross-section. The population and sample consisted of the employees of the area of the sales force of the Vega Distribution Group. The survey technique was used and as instruments for data collection, the questionnaires thus allowing the achievement of the programmed objectives. Reliability was determined by Cronbach's Alpha.

Concluding that the Vega Distribution Group has a brand management in process, this does not allow it to have a competitive place in the market.

*Keywords:* Commercial management, Brand positioning and Marketing.