



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN

Estrategias en calidad del servicio y posicionamiento de marca para
productos cárnicos Los Gemelos en Chepén Región La Libertad, 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctora en Administración

AUTORA:

Alvitres Quiroz de García, Carola Catherine (orcid.org/0000-0003-2536-3556)

ASESOR:

Dr, Márquez Yauri, Heyner Yuliano (orcid.org/0000-0002-1825-9542)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo de herramientas gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO — PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres José Alvitres y Luz Olga Quiroz. Gracias por el apoyo que siempre me han brindado, por enseñarme que no hay obstáculos que no se puedan vencer, por demostrarme que son fuertes, trabajadores, cariñosos y un ejemplo a seguir, este trabajo está dedicado especialmente a mi esposo Luis García y a mi hijo Ángel Mathías García porque los logros míos son también logros suyos.

Gracias por todo su inmenso amor y apoyo incondicional.

A mis hermanas Judith Perales y Evelyn Alvitres. Gracias por todo el apoyo que me han brindado desde toda la vida, gracias por estar en los momentos buenos y malos, por demostrarme que en cualquier adversidad se puede salir adelante gracias por todo, las amo mucho.

Carola Catherine Alvitres Quiroz de García

Agradecimiento

Agradezco a todas las personas que formaron parte de mi desarrollo profesional. Quiero expresar mi total agradecimiento a mi asesor Dr. Márquez Yauri, Heyner Yuliano, por todo el apoyo que me brindó a lo largo del proceso de tesis, por sus consejos, aportaciones y dedicación hacia este importante trabajo de investigación.

Mis respetos y mi agradecimiento por su paciencia y motivación continua.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	01
II. MARCO TEÓRICO	04
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	33
VIII. PROPUESTA.....	34
REFERENCIAS	41
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Nivel de estrategias en calidad del servicio respecto a sus dimensiones.....	19
Tabla 2: Nivel de estrategias en calidad del servicio	20
Tabla 3: Nivel de posicionamiento de marca respecto a sus dimensiones	21
Tabla 4: Nivel de posicionamiento de marca	22
Tabla 5: Resultados a través de la correlación de Pearson sobre de la variable estrategias en calidad del servicio respecto a sus dimensiones	23
Tabla 6: Resultados a través de la correlación de Pearson sobre de la variable posicionamiento de marca respecto a sus dimensiones	24
Tabla 7: Resultados a través de la correlación de Pearson sobre determinar la relación de las estrategias en calidad del servicio y posicionamiento de marca	25

Resumen

La investigación se ha centrado en la problemática del posicionamiento de marca de Productos cárnicos los Gemelos en Chepén La Libertad 2022. Se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad del servicio y posicionamiento de marca?. El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y posicionamiento de marca. La hipótesis estuvo enfocada que entre calidad del servicio y posicionamiento existe una relación positiva y directa. Metodológicamente el estudio fue descriptivo, nivel correlacional, enfoque cuantitativo con un diseño no experimental. La investigación se desarrolló en una muestra de 150 habitantes. El cuestionario que se aplicó, comprende 2 partes, la primera hace referencia a la variable calidad del servicio y la segunda parte a posicionamiento de marca. Con los resultados obtenidos se corroboró que fueron altamente confiables (alfa = .833). La prueba de contrastación de hipótesis demostró la relación altamente significativa ($r=0.754$) considerando que la relación es significativa en el nivel 0.01 de dos colas entre el Calidad de servicio y posicionamiento de marca para productos cárnicos Los Gemelos. Es decir, se acepta la hipótesis general.

Palabras clave: Estrategias, Calidad de Servicio, Posicionamiento de Marca

Abstract

The research has focused on the problem of brand positioning of Productos cárnicos los Gemelos in Chepén La Libertad 2022. The following question was formulated: What is the relationship between service quality and brand positioning? The general objective of this research was to determine the relationship between service quality and brand positioning. The hypothesis was focused that between service quality and positioning there is a positive and direct relationship. Methodologically, the study was descriptive, correlational level, quantitative approach with a non-experimental design. The research was developed in a sample of 150 inhabitants. The questionnaire that was applied comprises 2 parts, the first refers to the service quality variable and the second part to brand positioning. With the results obtained, it was confirmed that they were highly reliable ($\alpha = .833$). The hypothesis contrast test highlighted the highly significant relationship ($r=0.754$) considering that the relationship is significant at the two-tailed 0.01 level between Quality of service and brand positioning for Los Gemelos meat products. That is, the general hypothesis is accepted.

Keywords: Strategies, Service Quality, Brand Positioning.