



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**MARKETING MIX Y EL POSICIONAMIENTO COMO IMAGEN DE LA
EMPRESA CARIBEAN BEACH E.I.R.L. EN LA CIUDAD DE PIURA –**

AÑO 2015

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

RIVERA BURNEO, DAVID ALBERTO

ASESOR:

MG. MORE VALENCIA, RUBEN ALEXANDER

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

PIURA- PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

MG. RUBÉN ALEXANDER MORE VALENCIA

SECRETARIO

MG. MÁXIMO JAVIER ZEVALLOS VÍLCHEZ

VOCAL

DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

DEDICATORIA

A mi madre... por sus tantos sueños interrumpidos por mis errores, por sus tantas alegrías llenas de lágrimas para que todo sea mejor para mí...

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer de manera especial y sincera a mis asesores, Mg. Mercedes Palacios Briceño y Mg. Rubén More Valencia, por el apoyo brindado durante estos meses, guiándome con conocimientos suficientes en mi investigación.

Agradecer de igual forma a esta casa de estudios, la Universidad Cesar Vallejo – Piura y a los profesores de la misma por haberme transmitido sabiduría, bases y valores para convertirme en un buen profesional.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, David Alberto Rivera Burneo con DNI N° 45524037, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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 César Vallejo.

Piura, 24 de febrero de 2016

RIVERA BURNEO, DAVID ALBERTO

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 EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA CARIBEAN BEACH EIRL EN LA CIUDAD DE PIURA - AÑO 2015”, 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.

El Autor.

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCION.....	12
1.1 Realidad problemática	12
1.2 Trabajos Previos	16
1.3 Teoría Relacionada al Tema.....	19
1.3.1 Marketing	19
1.3.2 Posicionamiento.....	23
1.4 Formulación del problema	24
1.4.1 Pregunta General:	24
1.4.2 Preguntas específicas:	24
1.5 Justificación	25
1.6. Objetivos	27
1.6.1. Objetivo General.....	27
1.6.2. Objetivos Específicos.....	27
II. METODO	28
2.1 Diseño de investigación.....	28
2.1.1 Tipo de estudio.....	28
2.2 Variables y Operacionalizacion	29
Definición Conceptual – Marketing Mix:.....	29
Definición Conceptual - Posicionamiento:	29
Operacionalización de variables	30
2.3 Población y muestra.....	32
2.3.1 Población	32
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad.	32

2.4.1	Criterios:.....	32
	De inclusión:	32
2.4.2	Técnicas.....	32
2.4.3	Instrumentos.....	33
2.4.4	Validación y confiabilidad del instrumento.....	33
2.4.5	Métodos de análisis de datos	34
2.5	Aspectos éticos.....	34
III.	RESULTADOS.....	35
	Tabla N° 1: Edad de los clientes	35
	Tabla N° 2: Grado de instrucción de los clientes	35
	Tabla N° 3: Nivel de ingresos de los clientes.....	36
	Tabla N° 4: Zona de residencia de los clientes	36
	Tabla N° 5: Comparación entre la frecuencia de visita a tiendas y frecuencia de compras de prendas de vestir.....	37
	Tabla N° 6: Ocasiones de compra de prendas de vestir.....	37
	Tabla N° 7: Monto a gastar en prendas de vestir.....	38
	Tabla N° 8: Cantidad de prendas de vestir por compra	38
	Tabla N° 9: Atributos del producto ofrecido por Caribbean Beach EIRL.....	39
	Tabla N° 10: Calificación del producto ofrecido por Caribbean Beach EIRL.....	39
	Tabla N° 11: Conformidad con el precio pagado por los clientes de Caribbean Beach EIRL.	40
	Tabla N° 12: Ubicación de la tienda Caribbean Beach EIRL.	40
	Tabla N° 13: Sucursal para la tienda Caribbean Beach EIRL.....	41
	Tabla N° 14: La promoción en Caribbean Beach EIRL.....	41
	Tabla N° 15: Guía de Análisis: Resumen mensual de prendas vendidas.....	42
IV.	DISCUSIÓN.....	43
V.	CONCLUSIONES.....	45
VI.	RECOMENDACIONES.....	47
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
	ANEXOS	56
	Anexo N° 01: Matriz de consistencia.....	57
	Anexo N° 02: ENCUESTA	59

Anexo N° 03: Guía de Análisis: Resumen mensual de prendas vendidas.....	64
Anexo N° 04: Validaciones de instrumentos	65

RESUMEN

El presente trabajo de investigación responde a la necesidad de investigar acerca de la realidad en la que la mayoría de micro y pequeñas empresas vienen actuando dentro del mercado de comercio de ropa dentro de la ciudad de Piura. En este sentido la investigación aportará a cerca del Marketing mix de la empresa Caribbean Beach EIRL, así como el posicionamiento de la misma dentro del mercado en el que se encuentra. Como datos saltantes dentro de la investigación hemos recopilado lo siguiente: los clientes con los que cuenta la empresa Caribbean Beach EIRL, están entre 41 y 70 años (86.21%); la frecuencia de compra en su mayoría es mensual (72.41%); el producto de la empresa es considerado de calidad, con un buen precio y acorde a la moda; los clientes indican que la empresa no cuenta presencia en las redes sociales, y que es necesario estar presentes en un medio de comunicación tan masivo como lo es ahora. De igual forma indicaron que la empresa no cuenta con herramientas tecnológicas para la atención y para los procesos de ventas.

Palabras claves: Marketing Mix, posicionamiento, servicio post venta, marketing viral

ABSTRACT

This research responds to the need to investigate the reality that the majority of micro and small enterprises are acting within clothing business market in Piura City. In this sense, the research will contribute to the Marketing Mix and being in the top of mind of the costumers in the market which is located Caribbean Beach EIRL. As salient data within the research have compiled the following: customers with whom the company has, are between 41 and 70 years old (86.21%); purchase frequency is mostly monthly (72.41%); the company product is considered of high quality, with good price, and according to fashion. Customers indicated that the company has no presence in social networks, and the need to be present at such a massive media as it is now. Similarly, they indicated that the company has no care for technological tools for process of sales

Key words: Marketing Mix, positioning, after sales service, viral marketing