



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“ESTRATEGIAS DEL MARKETING Y POSICIONAMIENTO DE LA
EMPRESA LIVI GYM TARAPOTO 2014”

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

JHONATAN KEIVIN GUERRERO CASTRO

ASESOR:

ING. FERNANDO RUIZ SAAVEDRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE MARKETING

TARAPOTO – PERÚ

2014

PÁGINAS DEL JURADO

.....
Presidente

.....
Secretaria

.....
Vocal

DEDICATORIA

Con todo mi respeto y cariño dedico esta tesis al ser supremo que me dio la sabiduría e iluminó mi camino con fe y humildad, en los momentos más difíciles de mi vida ante toda adversidad que con su inspiración y su gracia llenaron con su misericordia mi vida entera.

A DIOS

A las personas más importantes que Dios me pudo dar y que al mismo tiempo me dieron el derecho a la vida; que día a día incansablemente entregaron todo por mí que con su apoyo no hubiera podido lograr este gran objetivo.

A MIS QUERIDOS PADRES

AGRADECIMIENTO

Mis más sincero y profundo agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo por la oportunidad dada de haber emprendido esta aventura de conocimientos que forjaron en mí la actitud y el perfil de un profesional que crecerá y se convertirá parte de una sociedad sumamente cambiante y competitiva.

Agradecer de igual manera con el aprecio y el reconocimiento a mi asesor al **Ing. Fernando Ruiz Saavedra** por su colaboración y enseñanzas para poder desarrollar esta investigación de manera correcta.

A mis maestros que con sus conocimientos pudieron fortalecer los míos y empezar esta carrera con entusiasmo con el fin de culminarlo con mucho éxito.

Quiero agradecer a mis amigos y compañeros por la perseverancia y el empeño para poder encaminarnos con éxito en este gran objetivo de vida además quiero agradecer al Gerente y Administrador de la empresa Lyvi Gym por brindarme el apoyo incondicional, la información oportuna que fueron soporte fundamental para mi desarrollo de tesis.

JHONATAN KEIVIN GUERRERO CASTRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **JHONATAN KEIVIN GUERRERO CASTRO**, estudiante de la escuela de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Cesar Vallejo identificado con DNI N° 70181618, con la tesis titulada "**Estrategias del Marketing y Posicionamiento de la empresa Lyvi Gym Tarapoto 2014**" a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Metodología de la Investigación Científica, 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.

Tarapoto, Diciembre del 2014

.....
JHONATAN KEIVIN GUERRERO CASTRO

COD. UNIV. 1000076999

DNI 70181618

PRESENTACIÓN

Respetables miembros del jurado; de acuerdo a lo dispuesto en el plan curricular de la facultad Ciencias Empresariales, en el estatuto y reglamento interno de la Universidad César Vallejo, someto a vuestros elevados criterio, el presente informe de la investigación denominado **“ESTRATEGIAS DEL MARKETING Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA LIVI GYM 2014”**

Con la finalidad de dar a conocer la relación que tiene la primera con la segunda variable; las estrategias del marketing con el posicionamiento que será evaluada en los clientes de la empresa Lyvi Gym periodo 2014.

El presente informe de investigación es producto del estudio realizado en el desarrollo de la investigación de acuerdo a la normatividad vigente y la aplicación de los conocimientos teóricos y científicos para que a través de ellos se pueda cumplir con el presente objetivo.

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO -----	Pág.II
DEDICATORIA -----	Pág.III
AGRADECIMIENTO -----	Pág.IV
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD -----	Pág.V
PRESENTACION -----	Pág.VI
INDICE -----	Pág.VII
RESUMEN -----	Pág.VIII
ABSTRACT -----	Pág.IX
I. INTRODUCCIÓN-----	Pág.10
1.1. Problema -----	Pág.38
1.2. Hipótesis -----	Pág.41
1.3. Objetivos -----	Pág.41
1.3.1. Objetivo General -----	Pág.41
1.3.2. Objetivo Especifico -----	Pág.41
II. MARCO METODOLOGICO -----	Pág.44
2.1. Variables -----	Pág.42
2.2. Operacionalización de variables -----	Pág.42
2.3. Metodología -----	Pág.43
2.4. Tipo de estudio -----	Pág.43
2.5. Diseño -----	Pág.43
2.6. Población, Muestra y Muestreo -----	Pág.44
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos -----	Pág.45
2.8. Métodos de análisis de datos -----	Pág.45
2.9. Aspectos Éticos -----	Pág.46
III. RESULTADOS -----	Pág.47
IV. DISCUSIÓN -----	Pág.57
V. CONCLUSIONES -----	Pág.58
VI. RECOMENDACIONES -----	Pág.60
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	Pág.62
VIII. ANEXOS -----	Pág.65

RESUMEN

La presente investigación **“ESTRATEGIAS DEL MARKETING Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA LIVI GYM TARAPOTO 2014”** tienen como principal objetivo Establecer la relación existente entre estas dos variables y resolver al mismo tiempo la hipótesis planteada.

Es importante saber que las estrategias del marketing es base fundamental para el proceso y direccionamiento de las empresas a un mercado altamente cambiante y así mismo se expande en una variable dependiente que es el posicionamiento otra base fundamental del marketing que mide y evalúa en 4 dimensiones fundamentales: diferenciación, relevancia, estima y conocimiento.

En este contexto la presente investigación consta de VIII capítulos:

El I capítulo se conforma por la **INTRODUCCIÓN**, donde se resuelve el problema, la hipótesis, objetivo general y objetivo específico.

El II capítulo está conformado por el **MARCO METODOLÓGICO**, donde se detalla las variables, operacionalización de variables, la metodología, tipo de estudio, diseño, población, muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de recolección de datos, y los aspectos éticos que se sostiene la investigación.

En el III capítulo se establecen los **RESULTADOS** de la investigación.

En el IV capítulo se resuelve la **DISCUSIÓN**.

El V capítulo está conformado por las **CONCLUSIONES** que va a margen de los objetivos planteados.

El VI capítulo está conformado por las **RECOMENDACIONES** que se resume de los resultados encontrados que va dirigido a la mejora de dicha empresa.

El VII capítulo está conformado por las **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**, donde se detalla todos los libros, revistas, tesis, webs y otras fuentes de información que se usó para el desarrollo de dicha investigación.

El VIII capítulo está conformado por **ANEXOS**, se exponen las herramientas adicionales que permitieron el desenlace de la investigación.

RESUMEN

La presente investigación “**ESTRATEGIAS DEL MARKETING Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA LIVI GYM TARAPOTO 2014**” tienen como principal objetivo Establecer la relación existente entre estas dos variables y resolver al mismo tiempo la hipótesis planteada.

Es importante saber que las estrategias del marketing es base fundamental para el proceso y direccionamiento de las empresas a un mercado altamente cambiante y así mismo se expande en una variable dependiente que es el posicionamiento otra base fundamental del marketing que mide y evalúa en 4 dimensiones fundamentales: diferenciación, relevancia, estima y conocimiento.

En este contexto la presente investigación consta de VIII capítulos:

El I capítulo se conforma por la **INTRODUCCIÓN**, donde se resuelve el problema, la hipótesis, objetivo general y objetivo específico.

El II capítulo está conformado por el **MARCO METODOLÓGICO**, donde se detalla las variables, operacionalización de variables, la metodología, tipo de estudio, diseño, población, muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de recolección de datos, y los aspectos éticos que se sostiene la investigación.

En el III capítulo se establecen los **RESULTADOS** de la investigación.

En el IV capítulo se resuelve la **DISCUSIÓN**.

El V capítulo está conformado por las **CONCLUSIONES** que va a margen de los objetivos planteados.

El VI capítulo está conformado por las **RECOMENDACIONES** que se resume de los resultados encontrados que va dirigido a la mejora de dicha empresa.

El VII capítulo está conformado por las **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**, donde se detalla todos los libros, revistas, tesis, webs y otras fuentes de información que se usó para el desarrollo de dicha investigación.

El VIII capítulo está conformado por **ANEXOS**, se exponen las herramientas adicionales que permitieron el desenlace de la investigación.

ABSTRACT

The present investigation "**MARKETING STRATEGIES AND POSITIONING OF THE COMPANY LYVI TARAPOTO GYM 2014**" Its main objective establish the relationship between these two variables and solve simultaneously the hypothesis.

Importantly marketing strategies is essential for processing and routing of companies based on a rapidly changing market and likewise expands in a dependent variable that is positioning another fundamental base of marketing that measures and evaluates four fundamental dimensions : differentiation, relevance, esteem and knowledge.

In this context the present investigation consists of chapters VIII:

The chapter I is formed by the Introduction, where the issue is resolved, the hypothesis, overall objective and specific objective.

The chapter II is comprised of the **METHODOLOGICAL FRAMEWORK**, where the variables, operationalization of variables, methodology, type of study design, population, sample, techniques and tools for data collection, analysis methods of data collection is detailed, and ethical aspects of research holds.

In the chapter III are established, research **RESULTS**.

In the chapter IV **DISCUSSION** resolved.

The Chapter V consists of the conclusions that will range objectives.

The chapter VI is made up of Recommendations summarized the results which is aimed at improving the company.

The chapter VII is made up of References, where all books, journals, theses, websites and other sources of information used for the development of this research is detailed.

The chapter VIII is comprised of Annexes, additional tools that allowed the outcome of the investigation are set.