



UCV

UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“VENTAJA COMPETITIVA DE DIFERENCIACIÓN Y SU
RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO DE MERCADO DEL
COLEGIO PRIVADO PETER NORTON DE NUEVO CHIMBOTE - 2012”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Flores Abanto Milagros Belen

ASESORES:

Mg. Olenka Espinoza Rodríguez

Ing. Luis Quiroz Velis

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo Empresarial - Marketing

NVO. CHIMBOTE - PERÚ

2012

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo a Dios, porque me ha permitido llegar hasta el final y me ha otorgado salud para lograr mis metas.

A mis padres Olivia y Joaquín que han sabido conducirme, apoyarme y motivarme en todos los momentos de mi vida, por brindarme su amor y cariño.

A todos los profesores participes desde el inicio en mi formación profesional en especial a mis asesores Mg. Olenka Espinoza y el Ing. Luis Quiroz.

Flores Abanto, Milagros Belen.

AGRADECIMIENTO

A mis padres porque me han ayudado económicamente y me han dado desinteresadamente su dedicación y paciencia para culminar con éxito mi ciclo académico.

Al Fundador Rector de la Universidad César Vallejo, Dr. César Acuña Peralta, por su gran espíritu altruista y especial deferencia a la Educación.

A mis queridos maestros, por impartirme sus conocimientos en el proceso de aprendizaje dentro del ciclo universitario.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: Ventaja Competitiva de Diferenciación y su relación con el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012; elaborado con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

El presente estudio tuvo como objetivo: "Determinar la relación entre la Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012"

Expreso mi profundo agradecimiento a todos nuestros maestros que contribuyeron con su abnegada labor en el proceso de aprendizaje de mi ciclo universitario, en especial a mis asesores OlenKa Espinoza y Luis Quiroz, por brindarme su incondicional apoyo.

Con la convicción que le otorga el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, le agradezco por anticipado las sugerencias y apreciaciones que se brinden a la investigación.

Flores Abanto Milagros

INDICE GENERAL

DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	II
Presentación.....	III
Indice General.....	IV y V
Resumen.....	VI y VII
Abstract.....	VIII y IX
I. INTRODUCCIÓN	10 y 11 pág.
1.1. Problema de Investigación.....	11 pág.
1.1.1. Realidad Problemática.....	13 a 16 pág.
1.1.2. Formulación del Problema.....	16 pág.
1.1.3. Justificación.....	16 y 17 pág.
1.1.4. Antecedentes.....	18 a 23 pág.
1.1.5. Objetivos.....	23 pág.
1.1.5.1. General.....	23 pág.
1.1.5.2. Específico.....	23 pág.
1.2. MARCO REFERENCIAL.....	24 pág.
1.2.1. Marco teórico.....	24 a 62 pág.
1.2.2. Marco Conceptual.....	63 a 65 pág.
II. MARCO METODOLÓGICO.....	67 pág.
2.1. Hipótesis.....	67 pág.
2.2. Variables.....	67 y 68 pág.
2.2.1. Definición Conceptual.....	67 y 68 pág.
2.2.2. Definición Operacional.....	67 y 68 pág.
2.3. Metodología.....	68 pág.
2.3.1. Tipos de Estudio.....	68 pág.
2.3.2. Diseño.....	68 y 69 pág.

2.4.	Población y muestra.....	69 y 70 pág.
2.5.	Método de Investigación.....	70 y 71 pág.
2.6.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	71 y 72 pág.
2.7.	Métodos de Análisis de datos.....	72 y 73 pág.
III.	RESULTADOS.....	75 a 96 pág.
IV.	DISCUSIÓN.....	98 a 102 pág.
V.	CONCLUSIONES.....	104 pág.
VI.	SUGERENCIAS.....	106 y 107 pág.
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	109 a 113 pág.
VIII.	ANEXOS.....	115 a 126 pág.

RESUMEN

La investigación de la tesis titulada: "Ventaja Competitiva de Diferenciación y su relación con el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012", corresponde a determinar si existe una buena, media o baja Ventaja Competitiva de Diferenciación, aplicando el mismo criterio para el Posicionamiento de Mercado de la Institución Peter Norton, determinando así si existe relación alguna entre ambas variables. Es por ello que se ha planteado la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuál es la relación entre la Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012?*

Entre los Objetivos planteados en la presente investigación se encuentran: Determinar la relación entre la Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012; analizar la Ventaja Competitiva de Diferenciación, analizar el Posicionamiento de Mercado y establecer la relación entre ambas variables analizadas.

Para el presente trabajo se planteó como hipótesis de Investigación la siguiente afirmación: Existe relación entre Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012. Y como hipótesis nula se planteó la siguiente negación: No existe relación entre la Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton de Nuevo Chimbote – 2012.

La población estuvo constituida por los habitantes de Nuevo Chimbote, dando una muestra de 319 habitantes de la Ciudad de Nuevo Chimbote. El tipo de Investigación fue descriptivo – correlacional; la técnica y el Instrumento usados fueron una encuesta y un cuestionado elaborado por el mismo investigador, validado por "Juicio de Expertos" y confiado por el "Alfa de Cronbach".

Luego de realizar el proceso de la investigación se han logrado las conclusiones, dentro de las cuales se ha considerado el Posicionamiento de Mercado del Colegio Privado Peter Norton se encuentra en tercer puesto (nivel medio), en

relación a su competencia; asimismo con respecto a la Ventaja Competitiva de Diferenciación se ha llegado a la conclusión de que la perciben a un nivel medio, es decir ni bueno ni malo. Asimismo se encontró una relación Significativa de 0,021, entre la Ventaja Competitiva de Diferenciación y el Posicionamiento de Mercado que se determinó con el análisis general y estadístico plasmado y que fue demostrado con la contrastación de resultados en base a la prueba Chi cuadrado.

Consecuentemente se realizó las recomendaciones que se han observado convenientes a realizar para la Institución Educativa.

ABSTRAC

The thesis research entitled: "Competitive Advantage Differentiation and its relationship with the Market Positioning of the private school of Nuevo Chimbote Peter Norton - 2012" corresponds to determine if there is a good, medium or low Differentiation Competitive Advantage, by applying the same criteria for market positioning of the Institution Peter Norton, thereby determining whether any relationship exists between the two variables. That is why we have raised the following research question: What is the relationship between Competitive Advantage Differentiation and Positioning Market Private College of New Chimbote Peter Norton - 2012?

Among the objective raised in this research are: To determine the relationship between the competitive advantage of differentiation and positioning of the private school market in Nuevo Chimbote Peter Norton - 2012; analyze Differentiation Competitive Advantage, analyze its market position and establish the relationship between the two variables.

For this paper hypothesized Research statement: There is a relationship between Competitive Advantage Differentiation and Positioning Market Private College of New Chimbote Peter Norton - 2012. And as null hypothesis raised the following disclaimer: There is no relationship between Competitive Advantage Differentiation and Positioning Market Private College of New Chimbote Peter Norton - 2012.

The population consisted of residents of Nuevo Chimbote, yielding a sample of 319 residents of the City of New Chimbote. The type of research was descriptive - correlational technique and instrument used was a survey and questioned prepared by the same investigator, validated by "expert judgment" and entrusted by the "Cronbach Alpha".

After conducting the research process has been made conclusions, within which is considered the market positioning of the Peter Norton Private School is in third place (middle), in relation to its competition also regarding Differentiation Competitive Advantage has concluded that the perceived average level, ie neither

good nor bad. Also found a significant relationship of 0.021, between Competitive Advantage Differentiation and Market Positioning is determined by general and statistical analysis that was captured and shown with the contrast of results based on the Chi square test.

Consequently the recommendations were that there have been convenient to carry for the Educational Institution.