



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EL MERCHANDISING Y SU INFLUENCIA EN EL
POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO PUMA COFFEE, JESÚS
MARÍA, 2015**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

TANIA MILAGROS CAMARGO CRUZ

ASESOR:

DR. VÍCTOR DEMETRIO DÁVILA ARENAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza
Presidente

Dr. Antonio Díaz Saucedo
Secretario

Dr. Lessner Augusto León Espinoza
Vocal

DEDICATORIA

A mis queridos padres, porque ellos son los que están en tiempos buenos y malos, por su apoyo para desarrollar una vida profesional, por su deseo y motivación por verme crecer, los amo demasiado.

A mis amigas del alma, Allison Mezthal, Lili Bustos, Fabiola Soto, Mariclara More, Mónica Campana, Mishel Arias, porque gracias a ellas pude pasar momentos maravillosos durante mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A mis padres:

Por darme la motivación y el apoyo que necesito para desarrollarme profesionalmente.

A mi Asesor Metodológico:

Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza por su experiencia científica para la elaboración y corrección de este trabajo de investigación.

A Dios:

Por darme salud y fortaleza para seguir con mis metas.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Tania Milagros Camargo Cruz con DNI N° 71064067, 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.

Lima, Diciembre del 2015

TANIA MILAGROS CAMARGO CRUZ

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "El Merchandising y su influencia en el Posicionamiento del producto Puma Coffee, Jesús María, 2015", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Tania Milagros Camargo Cruz

La Autora

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN	IX
ABSTRACT.....	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática:	10
1.2. Trabajos previos:.....	11
1.3. Teorías relacionadas con el tema	13
1.4. Formulación del problema:	19
1.6. Objetivos:	20
1.5. Justificación del estudio:	20
1.7. Hipótesis:	21
II. MÉTODO:.....	22
2.1. Diseño de la investigación.....	22
2.2. Variables, Operacionalización	22
2.3. Población, muestra y muestreo	25
2.4. Técnicas e instrumentos de selección de datos	25
2.5. Métodos de análisis de datos	26
2.6. Aspectos éticos:	26
III. RESULTADOS.....	27
3.1. Prueba de Normalidad:	27
3.2. Prueba de Hipótesis:	27

3.3. Gráficos a nivel de Dimensiones:	29
IV. DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES.....	36
VI. RECOMENDACIONES	37
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
ANEXOS.....	41
ANEXO 1: Elaboración del Instrumento:.....	41
ANEXO 2: Validación por expertos:	43
ANEXO 3: Matriz de Consistencia:	49

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del Merchandising en el Posicionamiento del producto PUMA COFFEE, para lo cual se tuvo como muestra censal a 60 clientes, los datos fueron recogidos mediante la técnica de la encuesta y a través del cuestionario de tipo Likert, se procesaron en el programa IBM SPSS Statistics 22. La validación del instrumento se realizó mediante el juicio de expertos, se halló la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach y se realizó la prueba de normalidad la cual indicó como resultado utilizar el Coeficiente Rho de Spearman para medir el nivel de influencia entre las variables. Se llegó a la conclusión que existe influencia positiva media del Merchandising en el Posicionamiento del producto PUMA COFFEE.

Palabras Clave: Merchandising, Posicionamiento.

ABSTRACT

The thesis had as general objective to determine the influence of Merchandising in Positioning of Product PUMA COFFEE, for which he had as census that shows 60 customers, data were collected through the survey technique and through the questionnaire Likert are was processed in the IBM program SPSS 22 statistics, the instrument validation was performed by expert judgment, reliability was found using Cronbach's alpha and the normality test results which indicated using Spearman Rho coefficient was performed to measure the level of influence between variables. It was concluded that there merchandising average positive influence on positioning of product PUMA COFFEE.

Keywords: Merchandising, Positioning.