



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO BASADO EN EL SERVICIO
PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LA MICROEMPRESA
MULTISERVICIOS JB – JAÉN 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

JUAN BECERRA CARRASCO

ASESOR

MG. JULISSA REYNA GONZALEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: MARKETING

**JAÉN – PERÚ
2016**

PÁGINA DE JURADO

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO BASADO EN EL SERVICIO PARA EL
INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LA MICROEMPRESA MULTISERVICIOS JB –
JAÉN, 2016

AUTOR:



JUAN BECERRA CARRASCO
TESISTA

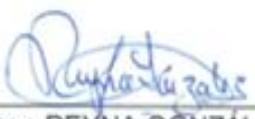
APROBADO POR:



Mg. Rafael MARTEL ACOSTA
PRESIDENTE



Mg. José Fernando Enrique URBINA CARRANZA
SECRETARIO



Mg. Julissa REYNA GÓNZALEZ
VOCAL

Jaén, 19 de diciembre del 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Juanita, Anais y Cristian, quienes comparten conmigo los momentos gratos y me brindan todo su apoyo y tolerancia para seguir especializándome en mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad César Vallejo, a los catedráticos, quienes guiaron mi formación profesional y a mi familia por brindarme su apoyo incondicional.

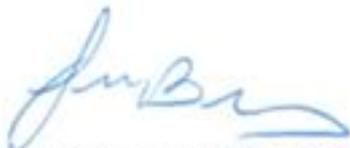
DECLARACIÓN JURADA

Yo, **BECERRA CARRASCO JUAN**, de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, Sede Chiclayo; declaro que el trabajo académico titulado: **“ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO BASADO EN EL SERVICIO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LA MICROEMPRESA MULTISERVICIOS JB – JAÉN 2016 ”** presentado en 2 folios para la obtención del título profesional de Administración de Empresas es de mi autoría.

Por lo tanto declaro lo siguiente:

- He mencionado todas fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Jaén, diciembre del 2016



.....
Juan Becerra Carrasco
DNI N° 27722975

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado calificador:

Ante ustedes pongo a disposición la evaluación de la Tesis titulada "Estrategias de Posicionamiento basado en el servicio para el Incremento de las Ventas de la Microempresa Multiservicios JB – Jaén 2016", en cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Universidad "César Vallejo" y obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

El informe estudia dos variables: estrategias de posicionamiento; con sus dimensiones diferenciación del producto, diferenciación por medio del personal, diferenciación por medio del canal, diferenciación por medio de la imagen, y diferenciación por servicio. La variable ventas, sus dimensiones: segmentación de mercados por patrones de ventas, integración de las fuerzas de ventas, concentración y captura de información, obtención de reportes de información, y presentación periódica de resultados.

El presente informe contiene 7 capítulos: el primero se refiere a la realidad problemática, trabajos previos, el sustento teórico, la justificación, hipótesis y objetivos. El capítulo II contiene el diseño de investigación, las variables de estudio, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, el método de análisis de datos y los aspectos éticos. En el capítulo III presentamos las conclusiones, en el IV la discusión de resultados, en el V las conclusiones, en el VI las recomendaciones y el último la bibliografía consultada y anexos

La valoración que resulte de su análisis, es importante y estoy dispuesto a levantar sus observaciones porque mejorarán el presente estudio.

El autor

ÍNDICE

PÁGINA DE JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad Problemática.....	12
1.1.1. Antecedentes Históricos.....	14
1.1.2. Ubicación	15
1.1.3. Misión	15
1.1.4. Visión.....	15
1.1.5. Principios Corporativos.....	15
1.1.6. Organigrama.....	16
1.1.7. Descripción de los servicios que ofrece Multiservicios JB.....	17
1.2. Trabajos Previos.....	18
1.2.1. A nivel internacional	18
1.2.2. A nivel Nacional	21
1.3. Teorías relacionadas al tema	23
1.3.1. Posicionamiento.....	23
1.3.2. Estrategia.....	23
1.3.3. Estrategia de Posicionamiento	24
1.3.4. Marketing	24
1.3.5. Ventas	30
1.4. Formulación del Problema	35
1.5. Justificación	35
1.6. Hipótesis	36
1.7. Objetivo	36
1.7.1. Objetivo General.....	36
1.7.2. Objetivos Específicos.....	36

CAPÍTULO II	38
II. MÉTODO	39
2.1. Diseño de investigación.....	39
2.1.1. Tipo de Estudio	39
2.1.2. Diseño del Estudio.....	39
2.2. Variables, operacionalización	40
2.2.1. Definición conceptual de las variables	40
2.2.2. Definición operacional.....	40
2.2.3. Operacionalización de variables	41
2.3. Población y muestra	42
2.3.1. Población	42
2.3.2. Muestra	42
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	43
2.4.1. Técnicas.....	43
2.4.2. Validez y confiabilidad	45
2.5. Métodos de análisis de datos	45
2.6. Aspectos éticos.....	45
III. RESULTADOS.....	48
3.1 Descripción del posicionamiento.....	48
3.2 Descripción de la ventas	54
3.3 Correlación entre las variable estrategia de posicionamiento y ventas.....	55
IV. DISCUSIÓN.....	56
V. CONCLUSIONES	61
VI. RECOMENDACIONES.....	62
VII. REFERENCIAS.....	63
ANEXOS	48
CUESTIONARIO	68
VALIDACIONES	72
MATRIZ DE CONSISTENCIA	84
AUTORIZACIÓN.....	85
CONSENTIMIENTO.....	86
BASE DE DATOS.....	87

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre estrategias de posicionamiento basado en el servicio y las ventas de la microempresa Multiservicios JB de la ciudad de Jaén, en el año 2016.

El diseño de la investigación es el descriptivo correlacional. Se aplicó un cuestionario para medir las estrategias de posicionamiento de la microempresa Multiservicios JB a una muestra de tipo no probabilística conformada por 171 clientes y una entrevista al gerente de dicha organización para evaluar el nivel de ventas. La confiabilidad del instrumento de estrategias de posicionamiento y ventas fue calculada con el coeficiente alfa de Conbrach, teniendo como resultado un coeficiente de 0,835, mostrando una confiabilidad alta para las estrategias de posicionamiento; permitió determinar la siguiente conclusión:

La correlación entre estrategias de posicionamiento y ventas, es positiva baja, equivalente a un coeficiente de correlación de Pearson 0,204; induciendo que ambas variables se favorecen positivamente.

Palabras claves: Estrategias de Posicionamiento, Ventas.

ABSTRACT

The investigation had as aim determine the relation between strategies of positioning based in the service and the sales of the microcompany Multiservices JB of the city of Jaen, in the year 2016.

The design of the investigation is the descriptive correlacional. A questionnaire was applied to measure the strategies of positioning of the microcompany Multiservices JB to a sample of type not pirobabilística shaped by 171 clients and an interview to the manager of the above mentioned organization to evaluate the level of sales. The reliability of the instrument of strategies of positioning and sales was calculated by the coefficient Conbrach's alpha, having like a coefficient of 0,835 proved, showing a high reliability for the strategies of positioning; it allowed to determine the following conclusion:

The correlation between strategies of positioning and sales, is positive low, equivalent to a coefficient of Pearson's correlation 0,204; inducing that both variables favor positively.

Key words: Strategies of Positioning, Sales.