



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Marketing mix y el posicionamiento de la empresa Desarrollo de Proyectos S.A.C,
Pacasmayo - 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Cotrina Tucto, Jaqueline (ORCID: 0000-0002-0801-6539)

Díaz Vértiz, Julio César Alexis (ORCID: 0000-0001-5048-4750)

ASESORA:

Dra. Alburuqueque Arana, Fausta Elizabeth (ORCID: 0000-0002-6656-1180)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHEPÉN - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Yo Cotrina Tucto, Jaqueline dedico a Dios por las fuerzas y empuje que me dio para culminar esta tesis e iluminar mi camino a diario.

A mi madre Gloria Tucto por lo que fue el pilar en mi vida para lograr mis objetivos y metas propuestas.

A mi hijo Justin Crisanto ya que es la razón por la cual lucho día a día para salir adelante y que tenga un mejor futuro.

Por último, dedicar este logro a todas las personas que siempre confiaron en mí y por su apoyo incondicional.

Yo Díaz Vértiz, Julio César Alexis sobre todo dedico esta tesis a Dios por las fuerzas y empuje que me dio para que siempre salga adelante a pesar de los obstáculos y por iluminar mi camino a diario.

A mis padres; Fabiola y Julio César por lo que fueron el pilar en mi vida para lograr todos mis objetivos y metas propuestas.

A mi hermana Angélica ya que es un claro ejemplo de que nunca debo de rendirme sin antes haberlo dado todo. Por último, dedicar este logro a todas las personas que siempre confiaron en mí y por su ayuda absoluta.

AGRADECIMIENTO

Principalmente dar las gracias a Dios por brindarnos salud ya que es lo más fundamental para nosotros en la vida cotidiana, guiarnos por el camino del bien y poder concluir nuestra carrera profesional, por otro lado, agradecer a los profesores quienes fueron la guía fundamental para lograr culminar esta etapa académica, y así haber sacado el mayor provecho de cada uno de ellos a través de sus enseñanzas. A nuestros padres, ya que sin ellos no fuéramos lo que somos hoy en día, por su apoyo incondicional en momentos críticos, nos han enseñado a que nunca dejes de creer en uno mismo, que siempre deben ser perseverantes por qué al final de todo llegan los éxitos y que siempre debemos de afrontar con la misma humildad que nos caracteriza.

Asimismo, también agradecer a las personas que siempre estuvieron apoyándonos para este logro más de nuestras vidas, amigos cercanos, primos, abuelos; quienes con sus motivaciones y entusiasmo a nos transmitieron confianza.

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Cotrina Tucto, Jaqueline y Díaz Vértiz, Julio César Alexis cuyo título es: "Marketing mix y el posicionamiento de la empresa Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo – 2019".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) catorce (letras).

Chepén 09 de 12 del 2019


.....
Dra. Alburquerque Arana, Fausta Elizabeth
PRESIDENTE


.....
Dra. Chávez Bejarano, Denis Guizela
SECRETARIO


.....
Mg. Paredes Morales, Ana Elizabeth
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Declaratoria de Autenticidad


Declaratoria de Autenticidad

Yo, Cotrina Tucto, Jaqueline con DNI N° 47729070 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 Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos, veraces y se encuentran con su referencia correspondiente.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chepén, diciembre del 2019



Cotrina Tucto, Jaqueline
DNI N° 47729070

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Díaz Vértiz, Julio César Alexis con DNI N° 72282939 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 Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos, veraces y se encuentran con su referencia correspondiente.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chepén, diciembre del 2019



Díaz Vértiz, Julio César Alexis
DNI N° 72282939

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	11
2.2. Operacionalización de Variables	12
2.3. Población, muestra y muestreo	13
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	13
2.5. Procedimiento	13
2.6. Método de análisis de datos	14
2.7. Aspectos éticos	14
III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	24
VI. RECOMENDACIONES	26
REFERENCIAS	27
ANEXOS	32

RESUMEN

El actual estudio cuenta con un propósito, determinar la relación entre el marketing mix y el posicionamiento de la empresa Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019.

El problema de esta investigación se planteó de la siguiente manera: ¿Cuál es la relación entre el marketing mix y el posicionamiento de la empresa Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019?; cuya hipótesis es: “El marketing mix tiene relación con el posicionamiento de la empresa Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019”.

La clase de indagación que se planteó es de tipo descriptivo correlacional y de diseño no experimental - transversal.

Se consideró una población de 30 clientes, la técnica fue la encuesta y el instrumento por el cual se recolectó los datos fue a través del cuestionario. Luego, se desarrolló la investigación mediante el cálculo deducción y la prueba de correlación de Pearson. Los resultados a los que se llegaron muestran que tiene correlación fuerte entre la variable marketing mix y el posicionamiento, con una correlación de Pearson 0,873 con nivel de significancia $p = 0,000$, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula.

Palabras clave: marketing mix, posicionamiento, correlación.

ABSTRACT

The current study has a purpose, to determine the relationship between the marketing mix and the positioning of the company Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019.

The problem of this research was posed as follows: What is the relationship between the marketing mix and the positioning of the company Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019 ?; whose hypothesis is: "The marketing mix is related to the positioning of the company Desarrollo de Proyectos S.A.C, Pacasmayo - 2019".

The kind of inquiry that was raised is of a descriptive correlational type and a non-experimental-transversal design.

A population of 30 clients was considered, the technique was the survey and the instrument by which the data was collected was through the questionnaire. Then, the investigation was developed through the calculation of deduction and the Pearson correlation test. The results reached show that it has a strong correlation between the marketing mix variable and the positioning, with a Pearson correlation 0.873 with a significance level of $p = 0.000$, accepting the alternative hypothesis and rejecting the null hypothesis.

Keywords: marketing mix, positioning, correlation.