



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

Estrategias de marketing para orientar el posicionamiento de la empresa de seguridad y
vigilancia El Águila S.R.L. en Talara - 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Br. Espinoza Florián, Miguel Christopher (ORCID: 0000-0003-3777-917X)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Agradecimiento

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial mi Madre que con su esfuerzo y dedicación me ayudo a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco infinitamente a mis Hermanas y Esposa que con sus palabras me hacían sentir orgulloso de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en ser fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a mi Director de Tesis, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo. A los Profesores que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichoso y contento.

Página del jurado



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura,
siendo las 7:00 pm del día SABADO 30 de NOVIEMBRE del 2019

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**“Estrategias de marketing para orientar el posicionamiento de la empresa de
seguridad y vigilancia El Águila S.R.L. en Talara – 2019”**

Sustentada por:

ESPINOZA FLORIÁN MIGUEL CHRISTOPHER

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:
Administración.
ACUERDAN:

Aprobar

RECOMIENDAN:

Presidente (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios
Nombres y Apellidos

Freddy Castillo Palacios
Firma

Miembro del Jurado: Dra. Nelida Rodríguez de Peña
Nombres y Apellidos

Nelida Rodríguez de Peña
Firma

Miembro del Jurado: Mgtr. Iván Vegas Palomino
Nombres y Apellidos

Iván Vegas Palomino
Firma

Declaratoria de autenticidad

Yo, Espinoza Florián, Miguel Christopher, identificado con DNI N° 44768220 con el propósito de cumplir las disposiciones vigentes establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, por lo cual declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se han mencionado anteriormente en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Piura, diciembre de 2019



Espinoza Florián, Miguel Christopher
DNI N° 44768220

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1. Diseño de Investigación.....	10
2.2. Variables de Operacionalización	10
2.3. Población, muestra y muestreo	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
2.5. Procedimiento.....	14
2.6. Método de análisis de datos.....	14
2.7. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	33
V. CONCLUSIONES.....	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. PROPUESTA	43
REFERENCIAS	52
ANEXOS.....	54
Anexo 1 Matriz de Consistencia	55
Anexo 2 Instrumento: Cuestionario aplicado a gerentes de empresas de Talara	57
Anexo 3 Validaciones de jueces expertos	59
Anexo 4 Acta de aprobación de originalidad de tesis	69
Anexo 5 Pantallazo del Software Turnitin	70
Anexo 6 Autorización de publicación de tesis	71
Anexo 7 Autorización de la versión final del trabajo de investigación	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de empresas totales activas por tamaño de empresa según la provincia de Talara.....	13
Tabla 2 Número de empresas como parte de la población objetivo de Él Águila S.R.L. en la provincia de Talara	13
Tabla 3 Tamaño de las empresas encuestadas.....	16
Tabla 4 Sector económico de las empresas encuestadas	16
Tabla 5 Total de empresas que cuentan con un servicio de seguridad privada	17
Tabla 6 Total de los principales servicios de seguridad que demanda su empresa	18
Tabla 7 Cantidad de agentes que demanda su organización	18
Tabla 8 Empresa de seguridad mejor posicionada en Talara según criterio de los encuestados.....	19
Tabla 9 Empresa de seguridad y vigilancia que le ha brindado o le brinda servicios actualmente.....	20
Tabla 10 Tiempo que lleva recibiendo el servicio de seguridad y vigilancia.....	21
Tabla 11 Nivel de satisfacción sobre el servicio de seguridad actual en la empresa.....	22
Tabla 12 Dificultades comunes que se presenta en el desarrollo del servicio por parte del agente de seguridad	22
Tabla 13 Razones determinantes para contratar servicio de seguridad según criterio de encuestados.....	23
Tabla 14 Elección entre una empresa de seguridad local y una nacional según criterio de encuestados.....	23
Tabla 15 Factores que influyen en la elección entre una empresa de seguridad local y una nacional	24
Tabla 16 Atributo ideal referente al servicio de seguridad en criterio de los encuestados .	24
Tabla 17 Atributo más importante que debe poseer el perfil de un agente de seguridad	25
Tabla 18 Lapso de tiempo ideal entre una y otra capacitación del agente de seguridad	25
Tabla 19 Calificación del servicio que ofrece la empresa Él Águila S.R.L,	26
Tabla 20 Punto de vista de calidad de servicios de seguridad comparado con la competencia.....	26
Tabla 21 Principales atributos de la empresa Él Águila S.R.L., según el criterio de los encuestados.....	27

Tabla 22 Fortaleza de una empresa de seguridad y vigilancia según criterio de los encuestados.....	27
Tabla 23 Debilidad de una empresa de seguridad y vigilancia según criterio de los encuestados.....	28
Tabla 24 Conclusiones al conocer el establecimiento de la empresa El Águila S.R.L	29
Tabla 25 Empresas locales de seguridad y vigilancia que brindan más confianza.....	30
Tabla 26 Nivel de posicionamiento sobre la empresa El Águila S.R.L. en la ciudad de Talara.....	30
Tabla 27 Nivel de conocimiento de los tipos de servicios que ofrece la empresa El Águila S.R.L.....	31
Tabla 28 Monto promedio de facturación por el servicio de seguridad y vigilancia en su empresa.....	31
Tabla 29 Medio adecuado para publicitar una empresa según criterio de los encuestados	32

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo establecer estrategias de marketing para orientar el posicionamiento de la empresa de seguridad y vigilancia El Águila S.R.L. en la ciudad de Talara. Se tomó como población a las pequeñas, medianas y grandes empresas de la localidad, aplicándose un muestreo no probabilístico. Los datos obtenidos fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS 25 y Microsoft Excel 2010. Los resultados de esta investigación permiten establecer estrategias de marketing pertinentes adecuadas para el posicionamiento de la empresa El Águila S.R.L. Estas se fundamentaron en las preferencias del servicio basados en los atributos, así también en el estudio del posicionamiento actual de la empresa, análisis de la competencia y los medios más adecuados para la publicidad de la empresa, generando acciones que satisfagan las necesidades del cliente y de la empresa, logrando un posicionamiento privilegiado en el mercado.

Palabras claves: Estrategias de marketing, posicionamiento, diferenciación, atributos, seguridad.

ABSTRACT

This research work aims to establish marketing strategies to guide the positioning of the security and surveillance company El Águila S.R.L. in the city of Talara. The small, medium and large companies of the locality were taken as population, applying a non-probabilistic sampling. The data obtained were processed by means of the statistical package SPSS 25 and Microsoft Excel 2010. The results of this investigation allow establishing appropriate marketing strategies suitable for the positioning of the company El Águila S.R.L. These were based on the preferences of the service based on the attributes, as well as the study of the current positioning of the company, analysis of the competition and the most appropriate means for the advertising of the company, generating actions that meet the needs of the client and of the company, achieving a privileged position in the market.

Keywords: Marketing strategies, positioning, differentiation, attributes, security.