



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Estrategias de marketing mix para reposicionar la empresa de gas  
Cvallejos en el pueblo joven San Antonio

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**AUTOR:**

Br. Vallejos Siguas, Cesar Martin (ORCID: 0000-0001-7540-9386)

**ASESOR:**

Dr. Dios Castillo, Christian Abraham (ORCID: 0000-0002-2469-9237)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelo y Herramientas Gerenciales

Chiclayo - Perú

2020

## **Dedicatoria**

Dedicar esta investigación de manera muy especial a mi madre, la Sra. María Elena Sigwas Guillermo, ella que en todo momento me brinda su apoyo incondicional a pesar de las circunstancias negativas que se presenten, ella que es una luchadora que está al frente de batalla como Enfermera estando al frente de lucha contra esta gran pandemia que es el Covid 19. A mi pequeña familia cuyos integrantes son mi hija Daniela Vallejos Duque y mi esposa Shirley Duque, ellas que siempre están ahí para alentarme en los momentos difíciles. No puedo dejar de mencionar a mis abuelos María Rosario Guillermo (mama chayo) e Inés Sigwas Saldívar (papá joje), ellos son mis patriarcas de la familia, son la raíz de nuestro existir y por último a todos los miembros de la familia Burga Sigwas y la familia Duque Serquén al mostrarme su apoyo en todo momento con palabras de aliento y deseos de superación.

## **Agradecimiento**

A nuestro asesor Christian Abraham Dios Castillo que nos orientó de manera muy paciente a pesar de las limitaciones que se mostraron por las circunstancias que se está viviendo hoy en día como es el caso de la pandemia del Covid 19, a mi cartera de clientes al momento de realizarles algunas consultas y a todas las personas que de alguna manera me brindaron su granito de arena para poder llevar a cabo con la elaboración de la presente investigación.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variable y operacionalización de variables.....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	14
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos .....	15
3.7. Aspectos éticos. - .....	15
IV. RESULTADOS .....	16
V. DISCUSIÓN .....	19
VI. CONCLUSIONES.....	23
VII. RECOMENDACIONES .....	24
VIII. PROPUESTA .....	25
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS .....	30
Anexo 1: Declaratoria de autenticidad (autores) .....	30
Anexo 2: Declaratoria de autenticidad (asesor).....	31
Anexo 3: Matriz de operacionalización de variables.....	32
Anexo 4: Instrumento de recolección de datos.....	40
Anexo 5: Validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos .....	42
Anexo 6: Prueba de confiabilidad del instrumento .....	75
Anexo 7: Validación de la propuesta de solución .....	76
Anexo 8: Datos procesados en PSPP. INK.....	88
Anexo 9: Autorización de la empresa .....	89
Anexo 10: Detalle de las fases de la propuesta .....	90
Anexo 11: Detalle de los resultados esperados .....	94
Anexo 12: Tablas y gráficos de las encuestas realizadas .....	96
Anexo 13: Análisis PESTEL de una empresa .....	99

## Índice de tablas

Tabla 1 Características del marketing .....	7
Tabla 2 Dimensiones del marketing mix.....	9
Tabla 3 Análisis del consumidor .....	10
Tabla 4 Dimensiones del reposicionamiento .....	11
Tabla 5 Variables .....	13
Tabla 6 Población .....	13
Tabla 7 Estadística de fiabilidad.....	18
Tabla 8 Fases de la propuesta .....	25
Tabla 9 Resultados esperados.....	26
Tabla 10 Personal/Materiales/Equipos/Servicios.....	26

## Resumen

EL presente estudio titulado “Estrategias de marketing mix para reposicionar la empresa de gas Cvallejos en el pueblo joven San Antonio”, tiene como objetivo general Determinar la manera en que las estrategias de marketing mix permitirán reposicionar la empresa de gas cvallejos en el pueblo joven San Antonio, para lo cual se realizó un estudio explicativo, con un diseño no experimental.

La población fue conformada por 305 clientes y las facturas de los últimos 24 meses a los cuales se les aplico los instrumentos del cuestionario y el análisis documental. Los resultados muestran que el 34,58% de los encuestados estiman que por limitaciones nuestras no suele llegar información donde se tendrá que corregir a través de acciones.

Finalmente concluye que El 54% de los encuestados están satisfechos con el producto brindado, solo tenemos que aplicar estrategias y mejorar los puntos débiles para captar a ese pequeño número de encuestados y lograr que éstos estén satisfechos.

Palabras claves: Marketing mix, estrategias, reposicionamiento

## **Abstract**

The present study entitled “Marketing mix strategies to reposition the gas company Cvallejos in the young town of San Antonio”, has the general objective of determining the way in which the marketing mix strategies will allow the gas company cvallejos to be repositioned in the young town of San Antonio, for which an explanatory study was carried out, with a non-experimental design.

The population was made up of 305 clients and the invoices of the last 24 months to which the instruments of the questionnaire and the documentary analysis were applied. The results show that 34.58% of the respondents estimate that due to our limitations, information does not usually arrive where it will have to be corrected through actions.

Finally, it concludes that 54% of the respondents are satisfied with the product provided, we just have to apply strategies and improve the weak points to capture that small number of respondents and make them satisfied.

**Keywords:** Marketing mix, strategies, repositioning

### Declaratoria de Autenticidad del Asesor


Yo, Christian Abraham Dios Castillo, docente de la Escuela de posgrado y Programa académico de Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad César Vallejo filial Chiclayo, asesor de la Tesis titulada:

"Estrategias de marketing mix para reposicionar la empresa de gas Cvallejos en el pueblo joven San Antonio", presentado por el Bachiller VALLEJOS SIGUAS CESAR MARTIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación / tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 14 de setiembre del 2020.

Apellidos y Nombres del Asesor: Dios Castillo, Christian Abraham	
DNI 18139168	Firma 
ORCID 0000-0002-2469-9237	