



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EMPRESA
IMPORTADORA HIDROSTAL S.A, San Juan de Lurigancho-2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Zárate De La Rosa, Tania Paola

ASESOR:

DR. Sabino Muñoz Ledesma

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Mercados Emergentes

LIMA – PERÚ

2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, por darme la bendición de tener una hermosa familia a lado de mi Amayita y a mis padres por apoyarme a culminar es te paso tan importante en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme una vida llena de aprendizajes experiencias y sobretodo felicidad.

Un agradecimiento especial al profesor Dr. Sabino Muñoz Ledesma, quien fue el principal guía para que este proyecto se vaya fortaleciendo con el paso de las etapas y así sea un gran aporte para los lectores.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, ZÁRATE DE LA ROSA, TANIA PAOLA con DNI N° 46887439, 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 Negocios Internacionales, 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, 15 de Septiembre de 2016

ZÁRATE DE LA ROSA, TANIA PAOLA

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EMPRESA IMPORTADORA HIDROSTAL S.A, San Juan de Lurigancho-2016, con la finalidad de determinar las Estrategias de Marketing en la empresa Importadora Hidrostal SA del distrito de San Juan de Lurigancho, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Administrador de Empresas.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

ZÁRATE DE LA ROSA, TANIA PAOLA

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática.....	1
1.2 Trabajos Previos.....	2
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	4
1.3.1 Estrategias de Marketing.....	4
1.3.1.1 Estrategias de Marketing según Ferrel y Hartline.....	4
1.3.1.2 Estrategias de Marketing según Best, R.....	4
1.3.1.3 Estrategias de Marketing según Kotler & Armstrong.....	5
1.3.1.3.1 Producto.....	6
1.3.1.3.2 Precio.....	6
1.3.1.3.3 Plaza.....	6
1.3.1.3.4 Promoción.....	6
1.4 Formulación al problema.....	7
1.4.1 Problema General.....	7
1.4.2 Problemas Específicos.....	7
1.5 Justificación del estudio.....	7
1.6 Objetivos del estudio.....	8
1.6.1 Objetivo General.....	8
1.6.2 Objetivos Específicos.....	8

II.	MÉTODO.....	9
	2.1 Diseño de investigación.....	9
	2.2 Variables, operacionalización.....	9
	2.3 Población y muestra.....	10
	2.3.1 Población.....	10
	2.3.2 Muestra.....	10
	2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	10
	2.4.1 Técnicas.....	10
	2.4.2 Instrumento de recolección de datos.....	10
	2.4.3 Valides.....	11
	2.4.4 Confiabilidad.....	12
	2.5 Método de análisis de datos.....	12
	2.5 Aspectos éticos.....	12
III.	RESULTADOS.....	13
	3.1 Descripción de los datos.....	13
	3.1.1 Variable: Estrategias de Marketing.....	13
	3.1.2 Dimensión: Producto.....	16
	3.1.3 Dimensión: Precio.....	18
	3.1.4 Dimensión: Plaza.....	20
	3.1.5 Dimensión: Promoción.....	22
IV.	DISCUSIÓN.....	24
V.	CONCLUSIONES.....	26
VI.	RECOMENDACIONES.....	27
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	28
	ANEXOS	
	✓ Instrumentos	
	✓ Validación de los instrumentos	
	✓ Matriz de consistencia	
	✓ Fiabilidad	

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es describir las estrategias de marketing que aplica la empresa importadora Hidrostal SA, San Juan de Lurigancho - 2016. Se utilizaron las teorías; Marketing estratégico, Estrategia de marketing y Fundamentos de marketing. Para esta investigación el análisis es descriptivo, diseño No experimental de corte transversal. Se utilizó como unidades muestrales a 30 colaboradores de la empresa importadora Hidrostal SA. San Juan de Lurigancho-2016. La técnica para recopilación de datos fue el censo, utilizando como instrumento un cuestionario válido y confiable, conformado de 33 preguntas.

Palabras claves: Estrategias De Marketing, Marketing Estratégico, Importadora.

ABSTRACT

The objective of this research is to describe the marketing strategies applied by the importing company Hidrostal SA, San Juan de Lurigancho - 2016. Theories were used; Strategic Marketing, Marketing Strategy and Marketing Fundamentals. For this research the analysis is descriptive, non-experimental cross-sectional design. 30 units of the importing company Hidrostal SA were used as sample units. San Juan de Lurigancho-2016. The technique for data collection was the census, using as a tool a valid and reliable questionnaire, consisting of 33 questions.

Keywords: Strategies of marketing, strategic marketing, importer