

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
“BENEDICTO XVI”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**ESTRATEGIAS DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO
DE LA EMPRESA PRODUCTOS RAZZETO & NESTOROVIC
S.A.C,- TRUJILLO-2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORAS

Br. Rondan Camones Yessica Consuelo

<https://orcid.org/0000-0003-2745-8903>

Br. Cherre Navarro Shirley Stefani

<https://orcid.org/0009-0002-6667-959X>

ASESORA

Ms. Ramírez Arrascue, Catherine Ivette

<https://orcid.org/0000-0001-6552-0494>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y venta

TRUJILLO – PERÚ

2026

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Catherine Ivette Ramírez Arrascue DNI N° 72653205, como asesora del trabajo de investigación titulado “Estrategias de marketing y posicionamiento de la empresa productos Razzeto & Nestorovic S.A.C- trujillo-2023”, desarrollado por la egresada Rondan Camones, Yessica Consuelo con DNI N° 46208282; y la egresada Cherre Navarro, Shirley Stefani con DNI N° 70364395 del Programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones técnicas y científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el Reglamento de Estudiantes y de Grados y Títulos de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Ms. Catherine Ivette Ramírez Arrascue

Asesora

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

EXCMO. MONS. GILBERTO ALFREDO VIZCARRA MORI, SJ

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DR. MARCOANTONIO PACHERRES TORREJÓN

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. SILVIA ANA VALVERDE ZAVALA

Vicerrectora Académica

DRA. GINA GENARA ZAVALA ESPEJO

Vicerrectora de Investigación

MG. VICTOR MANUEL JIMENEZ UBILLUS

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN

Secretaria General

DEDICATORIA

Este trabajo dedica a mi esposo, compañero incansable en esta travesía. Tu apoyo incondicional y comprensión han sido fundamentales en cada etapa de este proceso. A mis hijas Khaleesi y Antonella que son razón de mi ser mi motivación para superarme.

La autora.

Con todo mi amor, dedico este trabajo a mi hija Flavia, fuente de inspiración y motivo de cada uno de mis logros.

Asimismo, a mis padres, por ser ejemplo de fortaleza y brindarme su apoyo incondicional, acompañándome en este arduo camino.

A mis hermanos, por sus palabras de aliento y la complicidad que me dieron ánimo en los momentos más desafiantes.

A mis amigos y compañeros de trabajo, por la confianza, la paciencia y la motivación que hicieron posible culminar esta meta.

La autora

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a Dios por su bendición y darme fuerzas y fortaleza en este proceso de investigación y aprendizaje.

También, a las personas que se involucraron directa e indirectamente en la elaboración de esta tesis.

Y finalmente a mi mentora, Catherine Ramírez, por su apoyo cooperación a las largo de la elaboración de esta tesis.

La autora.

Me agradezco a mí misma por la constancia, la determinación y la valentía de mantenerme firme en este camino, incluso en los momentos más difíciles. Por confiar en mis capacidades y no desistir hasta alcanzar esta meta tan importante.

Este logro es el reflejo del esfuerzo compartido y del apoyo de todos aquellos que creyeron en mí.

La autora

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Rondan Camones Yessica Consuelo con **DNI N° 46208282** y Cherre Navarro Shirley Stefani con **DNI N° 70364395** egresadas del **Programa de estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”**, damos fe que hemos seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos establecidos por la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas** para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: **“Estrategias de marketing y posicionamiento de la empresa productos Razzeto & Nestorovic S.A.C- trujillo-2023”**, el cual consta de un total de **92 páginas**, incluyendo tablas y figuras y **28 páginas en anexos**.

Dejamos constancia de la **originalidad y autenticidad** de la mencionada investigación y declaramos, bajo juramento y en cumplimiento de los principios éticos, que el contenido del documento es **de nuestra exclusiva autoría** en cuanto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están debidamente sustentados en fuentes bibliográficas, asumiendo la responsabilidad de cualquier omisión involuntaria en la citación de autores.

En este sentido, declaramos que el uso de herramientas de inteligencia artificial en el presente trabajo se ha limitado exclusivamente a la mejora de la redacción y corrección de errores gramaticales y sintácticos, sin que ello haya influido en la generación del contenido, análisis o interpretación de los resultados de la investigación.

Del mismo modo, reconocemos que cualquier vulneración a los derechos de autor derivada del presente trabajo será de nuestra exclusiva responsabilidad, asumiendo las consecuencias académicas y legales que pudieran derivarse conforme a la normativa vigente.

Las Autoras



Yessica Consuelo Rondan Camones
DNI 46208282



Shirley Stefani Cherre Navarro
DNI 70364395

ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	2
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
I. INTRODUCCIÓN	12
II. METODOLOGÍA.....	31
2.1. Enfoque, tipo	31
2.2. Diseño de investigación	31
2.3. Población, muestra y muestreo.....	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos:	34
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información.....	35
2.6. Aspectos éticos en investigación	36
III. RESULTADOS	37
IV. DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES	54
VI. RECOMENDACIONES	56
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	32
Tabla 2	35
Tabla 3	35
Tabla 4	37
Tabla 5	38
Tabla 6	39
Tabla 7	40
Tabla 8	41
Tabla 9	42
Tabla 10	43
Tabla 11	44
Tabla 12	45
Tabla 13	46
Tabla 14	47
Tabla 15	48
Tabla 16	49
Tabla 17	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	32
Figura 2	37
Figura 3	38
Figura 4	39
Figura 5	40
Figura 6	41
Figura 7	42
Figura 8	43
Figura 9	44

RESUMEN

La investigación consideró como objetivo principal la determinación de la importancia entre la estrategia de marketing y el posicionamiento de la empresa de Productos Razzeto & Nestorovic S.A.C. Teniendo un enfoque cuantitativo, concentrándose en la correlacional entre las variables de estudio, su diseño fue no experimental con un corte transversal. La población fue de 100 clientes de los cuales, 80 fueron tomados para la muestra y se aplicó el muestreo aleatorio simple; seguidamente, para la recopilación de datos se valió de la técnica de la encuesta. Los resultados arrojaron una relación entre la estrategia de marketing y el posicionamiento una confiabilidad del 0,803 indicando una correlación positiva. Por consiguiente, se respalda la aceptación de la hipótesis alternativa formulada, ya que se obtuvo un nivel de significancia de 0,01; en donde la relación entre las variables. En resumen, la estrategia de marketing mantiene una relación significativa con el posicionamiento de las marcas.

Palabras clave: Estrategia de Marketing, Posicionamiento, Mercado, Producto, Promoción, Plaza.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the importance between the marketing strategy and the positioning of the company Productos Razzeto & Nestorovic S.A.C. Taking a quantitative approach, focusing on the correlation between the study variables, its design was non-experimental with a cross-sectional section. The population was 100 clients, of which 80 were taken for the sample and simple random sampling was applied; the survey technique was used for data collection. The results showed a relationship between the marketing strategy and positioning with a reliability of 0.803, indicating a positive correlation. Therefore, the acceptance of the formulated alternative hypothesis is supported, since a significance level of 0.01 was obtained, which affirms a strong relationship between the variables. In summary, the marketing strategy maintains a significant relationship with brand positioning.

Keywords: Marketing Strategy, Positioning, Market, Product, Promotion, Place.

Anexo 9: Reporte de Turnitin

Catherine Ivette Ramirez Arrascue RONDAN CAMONES Y CHERRE NAVARRO

 REPORTE 10

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:555251241

Fecha de entrega

10 feb 2026, 9:46 GMT-5

Fecha de descarga

10 feb 2026, 9:51 GMT-5

Nombre del archivo

RONDAN CAMONES Y CHERRE NAVARRO.docx

Tamaño del archivo

7.8 MB

92 páginas

14.728 palabras

85.575 caracteres




19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el Informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 17%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de Integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 17% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 17% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet		
hdl.handle.net			5%
2	Internet		
repositorio.uct.edu.pe			2%
3	Internet		
repositorio.ucv.edu.pe			2%
4	Trabajos del estudiante		
PREGRADO on 2025-09-30			1%
5	Trabajos del estudiante		
Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-17			<1%
6	Trabajos del estudiante		
Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-10			<1%
7	Trabajos del estudiante		
PREGRADO on 2025-10-01			<1%
8	Trabajos del estudiante		
Universidad Ricardo Palma on 2024-02-17			<1%
9	Trabajos del estudiante		
PREGRADO on 2025-10-11			<1%
10	Internet		
repositorio.unp.edu.pe			<1%
11	Trabajos del estudiante		
Universidad Cesar Vallejo on 2024-04-05			<1%

Anexo 10: Reporte de escritura de inteligencia artificial



Catherine Ivette Ramirez Arrascue RONDAN CAMONES Y CHERRE NAVARRO

 REPORTE 10

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:old::3117:555251241

Fecha de entrega

10 feb 2026, 9:46 GMT-5

Fecha de descarga

10 feb 2026, 9:51 GMT-5

Nombre del archivo

RONDAN CAMONES Y CHERRE NAVARRO.docx

Tamaño del archivo

7.8 MB

92 páginas

14.728 palabras

85.575 caracteres



*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de que haya falsos positivos. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral del 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Precaución: Se necesita revisión.

Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de tomar decisiones acerca del trabajo del estudiante. Te alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los académicos a identificar texto que podrían haberse preparado mediante una herramienta de IA generativa. Es posible que nuestra evaluación de escritura con IA no siempre sea precisa (existe la posibilidad de que identifique erróneamente redacciones probablemente generadas por humanos como generadas por IA, y redacciones probablemente generadas por IA como generadas por humanos), por lo que no debe usarse como único fundamento para aplicar sanciones a un estudiante. Para determinar si es un caso de deshonestidad académica, se necesita de un escrutinio mayor y el juicio humano, junto con la aplicación de las políticas académicas específicas de la organización.

Preguntas frecuentes

¿Cómo debería interpretar los falsos positivos y el porcentaje de escritura con IA de Turnitin?

El porcentaje que se muestra en el reporte de escritura con IA es la cantidad del texto calificado en la entrega que el modelo de detección de escritura con IA de Turnitin determina se generó probablemente con IA desde un modelo de lenguaje de gran tamaño.

Los falsos positivos (que marcan incorrectamente alertas de texto escrito por humanos como generado con IA) son una posibilidad en los modelos de IA.

Los puntajes de detección de IA inferiores al 20 %, que no aparecen en reportes nuevos, tienen una mayor probabilidad de ser falsos positivos. Para reducir la probabilidad de malinterpretación, no se atribuye ningún puntaje o resaltado y se indican con un asterisco en el reporte (*%).

El porcentaje de escritura con IA no debe ser el único fundamento para determinar si ha ocurrido una mala conducta. El revisor/instructor debería usar el porcentaje como un medio para iniciar una conversación formativa con sus estudiantes o usarlo para examinar el ejercicio entregado según las políticas de la escuela.

¿Qué significa 'texto calificado'?

Nuestro modelo sólo procesa texto calificado en la forma de escritura de formato largo. La escritura de formato largo se refiere a los enunciados individuales en párrafos que constituyen una parte más grande del trabajo escrito, como un ensayo, una disertación, un artículo, etc. El texto calificado que se ha determinado que se generó probablemente con IA se resaltarán en color cyan en la entrega.

El texto no calificado, como viñetas, bibliografías comentadas, etc., no se procesará y puede crear disparidad entre los puntos destacados de la entrega y el porcentaje mostrado.

