

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de **INGENIERÍA EMPRESARIAL**

“ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LAS  
VENTAS EN LA EMPRESA GENUINO, TRUJILLO,  
2020”

Tesis para optar al título profesional de:

**Ingeniero Empresarial**

Autores:

Eduardo Martin Ordinola Rojas

Grace Lorena Zavaleta Chacon

Asesora:

Mg. Cesia Elizabeth Boñón Silva

<https://orcid.org/0000-0002-6525-3864>

Trujillo – Perú

**2022**

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Jorge Luis Alfaro Rosas</b>	<b>18127518</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Betty Lizby Suarez Torres</b>	<b>18121158</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Elizabeth Kristina Bravo Huivin</b>	<b>71053874</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	9
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.3. OBJETIVOS	12
1.3.1. Objetivo General	12
1.3.2. Objetivo Específicos	12
1.4. HIPÓTESIS	13
1.5. ANTECEDENTES	13
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS	57
ANEXOS	66

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach	31
Tabla 2: Matriz de Consistencia	66
Tabla 3: Matriz de operacionalización	67
Tabla 4: Respuestas Encuesta Cliente Externo	86
Tabla 5: Análisis PESTEL de la empresa Genuino S.A.C	102
Tabla 6: Oportunidades y Amenazas obtenidos del análisis de las 5 fuerzas de Porter	106
Tabla 7: Análisis de la matriz MEFE de la empresa Genuino S.A.C.	107
Tabla 8: Matriz del perfil competitivo de la empresa Genuino S.A.C.	109
Tabla 9: Descripción de la Cadena de Valor por procesos.	111
Tabla 10: Análisis de Grupos de interés	112
Tabla 11: Análisis AMOFHIT	114
Tabla 12: Análisis de la matriz MEFI de la empresa Genuino S.A.C.	115
Tabla 13: Análisis de FODA cruzado	117
Tabla 14: Estrategias de FODA	118
Tabla 15: Matriz cuantitativa del planeamiento estratégico	120
Tabla 16: Matriz PEYEA	123
Tabla 17: Matriz de la gran estrategia	125
Tabla 18: Matriz Interna - Externa	126
Tabla 19: Matriz de Decisión Estratégica	127
Tabla 20: Estrategias Retenidas	128
Tabla 21: Estrategia de Contingencia	129
Tabla 22: Matriz de estrategia y escenario	130
Tabla 23: Matriz de resistencia, riesgo y acción de mitigación	132
Tabla 24: Matriz de Estrategias vz Objetivos a Largo Plazo	133
Tabla 25: Cuadro de objetivos estratégicos y específicos	135
Tabla 26: Matriz OMEI	136
Tabla 27: Balance Scorecard	138
Tabla 28: Matriz de Causa – Efecto del impacto social y ambiental	140
Tabla 29: Proyección de costos de la empresa	142

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de las exportaciones peruanas de textiles y confecciones	10
Figura 2: Calificación del nivel de satisfacción de los clientes internos con las promociones	33
Figura 3: Calificación del nivel de satisfacción según clientes internos	34
Figura 4: Calificación del nivel de satisfacción con el financiamiento de la empresa.	35
Figura 5: Calificación de la satisfacción en la atención al cliente	36
Figura 6: Calificación de la satisfacción en la innovación y desarrollo del producto.	37
Figura 7: Calificación de la satisfacción en la atención de los reclamos y quejas.	38
Figura 8: Nivel de aceptación del producto por parte de los clientes.	39
Figura 9: Nivel de aceptación del precio del producto.	40
Figura 10: Nivel de satisfacción del cliente en base a la ubicación del local.	41
Figura 11: Nivel de satisfacción del cliente en base a las promociones.	42
Figura 12: Nivel de porcentaje de personal capacitado.	43
Figura 13: Nivel de porcentaje de productos entregados.	44
Figura 14: Porcentaje de clientes satisfechos con la presentación del local.	45
Figura 15: Modelo Estratégico de la investigación para la empresa Genuino S.A.C.	46
Figura 16: Ruc de la Empresa Genuino SAC	88
Figura 17: Estructura Organizacional de la Empresa Genuino S.A.C.	89
Figura 18: Mapa de procesos de la Empresa Genuino S.A.C.	90
Figura 19: Ventaja competitiva de la Empresa Genuino S.A.C.	92
Figura 20: 5 Fuerzas de Porter.	105
Figura 21: Cadena de Valor por procesos	110
Figura 22: Matriz Peyea	124
Figura 23: Mapa Estratégico	137

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar estrategias de marketing para las ventas en la empresa Genuino S.AC., apoyado de una metodología de investigación de enfoque cualitativo con tipo de estudio no experimental aplicada de diseño descriptivo, teniendo como muestra 50 clientes, con muestreo por conveniencia debido a la existencia del aislamiento social por el COVID – 19; se aplicó la técnica de la entrevista y como herramienta la encuesta. Otorgando el posicionamiento de la empresa, reflejado en el análisis interno y externo, identificando el problema en el área de marketing que conlleva a una disminución de ventas, este debe de ser reforzado; en la encuesta se obtuvo el 54% en el nivel de satisfacción del cliente y 54% en el nivel de I+D de productos, por ello se elaboró estrategias retenidas y contingencia, estas apoyarán a diferentes escenarios, identificando riesgos y acciones de mitigación que se podrían dar, analizando su impacto social y ambiental en el proceso de producción. Concluyendo que, las estrategias de marketing permiten tener una permanencia en el mercado e incrementar las ventas; los costos de implementación dan un total de S/.6,500.00 nuevos soles, lo que es viable para la ejecución de la propuesta en estudio.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategias de marketing, análisis interno, análisis externo, ventas.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## REFERENCIAS

- Agudelo, L., Urbina, V., & Gutiérrez, F. (2010). Estilos de aprendizaje basados en el modelo de Kolb en la educación virtual. *Apertura*, 2(1).
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Sebastián, A. (2012). Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor (Libros profesionales) (1.a ed.). ESIC.
- Byrne, A. (2020). El estado actual del gasto de los consumidores. Recuperado de <https://fashionunited.com.ar/noticias/retail/el-estado-actual-del-gasto-de-los-consumidores/2020082829305>
- Canal N (2021). Gobierno autoriza el funcionamiento de casinos, clubes deportivos y templos con aforo mínimo. Recuperado de <https://canaln.pe/actualidad/gobierno-autoriza-funcionamiento-casinos-clubes-deportivos-y-templos-aforo-minimo-n434105>
- Calderón, J., & Alzamora, L. (2018). Diseños de investigación para tesis de posgrado. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 7(2), 71-76. <https://doi.org/10.32544/psicologia.v7i2.660>
- Calle, K. et al. (2020). Marketing digital y estrategias online en el sector de fabricación de muebles de madera. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 339. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.698>
- CASER. (2019). Exportación de textiles y confecciones crecería 10% en 2019. *Alerta Económica*. Recuperado de <https://alertaeconomica.com/exportacion-de-textiles-y-confecciones-creceria-10-en-2019/>



- Chávez, L. (2020). Suspensión perfecta de labores: ¿qué es, en qué consiste y cuándo se aplica esta medida? 28/04/2020, de EL COMERCIO Sitio web: <https://elcomercio.pe/economia/personal/ministerio-de-trabajo-que-es-la-suspension-perfecta-de-labores-coronavirus-peru-licencia-sin-goce-de-haber-sueldos-noticia/>
- Cisneros, M. (2017). Plan de marketing para conseguir el incremento de las ventas en la empresa Premium Cotton SAC. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6582>
- ComexPerú (2018). El REPUNTE DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES. (2018). COMEX - Sociedad de Comercio Exterior del Perú. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-repunte-de-las-exportaciones-textiles>
- Corral, A. (2015). ¿Qué es el Análisis Documental? DOKUTEKANA. <https://archivisticafacil.com/2015/03/02/que-es-el-analisis-documental/>
- Cusin, J. (2018). Elaborar un plan de marketing para incrementar las ventas de la PYME “Confecciones Andrea”, ubicada en sector norte de distrito Metropolitano de Quito, Periodo 2017-2018.
- Decreto Supremo N° 013-2013- PRODUCE. (2013). Aprobación del Texto Unico Ordenado de la Ley de Impuesto al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. Lima, Perú. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-impulso-al-desarr-decreto-supremo-n-013-2013-produce-1033071-5/>
- De Vicuña, J. (2018). El plan de marketing en la práctica 22a ed (Libros profesionales) (22.a ed.). ESIC.

D'Alessio, F. (2015). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia* (3.a ed.). Pearson Educación.

De Olazabal, H. & Astorga, F. (2017). “PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA TEXTIL CONFECCIONES MARITA -AREQUIPA”. Repositorio institucional UNSA. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6108>

Del Ambiente, L. G. (2005). Ley N 28611. *Lima, Lima, Perú: El Peruano*.

Diario América Retail (2021). Ecommerce: 76% de peruanos confía en recomendaciones por redes sociales antes de comprar online. Recuperado de <https://www.america-retail.com/ecommerce/ecommerce-76-de-peruanos-confia-en-recomendaciones-por-redes-sociales-antes-de-comprar-online/#:~:text=Perú%20mostró%20el%20más%20alto%20nivel%20de%20confianza%20con%2077%25.&text=Se%20proyecta%20que%20las%20ventas,11.9%25%20más%20que%20en%202020>.

Diario América Retail (2021). La industria textil peruana pide salvaguardas para superar desplome del 2020. Recuperado de <https://www.america-retail.com/peru/la-industria-textil-peruana-pide-salvaguardas-para-superar-desplome-del-2020/>

Diario El País (2019). El negocio se asienta con mayor conciencia social. Recuperado de: [https://elpais.com/economia/2019/11/26/actualidad/1574764051\\_537010.html](https://elpais.com/economia/2019/11/26/actualidad/1574764051_537010.html)

Diario El País (2019). *La economía mundial crecerá en 2019 y 2020 al ritmo más bajo desde la Gran Recesión, según la OCDE*. Recuperado de: [https://elpais.com/economia/2019/11/20/actualidad/1574269489\\_495403.html](https://elpais.com/economia/2019/11/20/actualidad/1574269489_495403.html)

Diario El Peruano (2020). Ley que incorpora a la enfermedad causada por el covid-19 dentro del listado de enfermedades profesionales de los servidores de la salud.

Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-incorpora-a-la-enfermedad-causada-por-el-covid-19-de-ley-n-31025-1868269-1/#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,los%20servidores%20de%20la%20salud.&text=Sexta.,los%20servidores%20de%20la%20salud>".

Diario El Peruano (2016). Modifican el Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el trabajo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2012-TR. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-el-reglamento-de-la-ley-n-29783-ley-de-seguridad-decreto-supremo-n-016-2016-tr-1466666-6/>

Diario Expreso (2021). Perú mantendrá tasa de desempleo superior a niveles pre pandemia este 2021. Recuperado de <https://www.expreso.com.pe/economia/peru-mantendra-tasa-de-desempleo-superior-a-niveles-prepandemia-este-2021/>

Diario Gestión (2015). Editorial: Golpe bajo a la industria textil. Recuperado de <https://gestion.pe/opinion/editorial-golpe-industria-textil-90702-noticia/>

Diario Gestión (2020). *LA ruta de la transformación empresarial en la era digital*. Recuperado de: [https://especial.gestion.pe/transformacionempresarial/?utm\\_source=ElComercio&utm\\_medium=Portada-Principal&utm\\_campaign=pacifico-business-school#cambio-de-paradigmas](https://especial.gestion.pe/transformacionempresarial/?utm_source=ElComercio&utm_medium=Portada-Principal&utm_campaign=pacifico-business-school#cambio-de-paradigmas)

Diario Gestión (2020). Perú, cuarto país más poblado de Sudamérica. Recuperado de <https://gestion.pe/peru/peru-cuarto-pais-mas-poblado-de-america-latina-noticia/?ref=signwall>

Díaz, L., et al. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica, 2(7), 162-167.

Domínguez, A., & Muñoz, G. (2010). Métricas del marketing (2.a ed.). ESIC.

<https://n9.cl/9415>

Fariza, I. (2020). El virus condena a Perú a la mayor recesión de América Latina en 2020

tras Venezuela. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2020-10-27/el-virus-condena-a-peru-a-la-mayor-recesion-de-america-latina-en-2020-tras-venezuela.html>

Gobierno del Perú (2020). Coronavirus: medidas para los centros de educación superior.

Recuperado de <https://www.gob.pe/8743-coronavirus-medidas-para-los-centros-de-educacion-superior>

Huayhua, R., & Quincho, W. (2017). Análisis de las estrategias comerciales utilizadas por

las PYMES del sector textil, del emporio comercial de Gamarra, de la línea de ropa para damas y caballeros con el fin de afrontar la competencia del mercado, y el impacto en su gestión comercial. Repositorio académico UPC. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622663>

Hernández, A. (2013). La generación multitasking y la publicidad interactiva (1.a ed.).

Área de Innovación y Desarrollo.

ISO 9001:2015, 2021. Cómo incluir los requisitos legales y principios de calidad del SGC,

Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/8-2-requisitos-los-productos-servicios/>

Izquierdo, G. (2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. Investigaciones

Andina, 17(30),1148-1150.

Jaén, I. (2019). La importancia de la marca en el desarrollo del negocio. Recuperado de

[https://ignaciojaen.es/la-importancia-de-la-marca-para-el-negocio/#La\\_importancia\\_de\\_la\\_marca\\_en\\_la\\_generacion\\_de\\_confianza](https://ignaciojaen.es/la-importancia-de-la-marca-para-el-negocio/#La_importancia_de_la_marca_en_la_generacion_de_confianza)

Jave, L. & Parimango, M. (2017). Estrategias de mezcla de marketing y su influencia en el comportamiento de compra de los consumidores de Oechsle del distrito de Trujillo 2015.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *DIRECCION DE MARKETING. 14ED.* Pearson Educación.

Küster, I., & Vila, N. (2010). La orientación al mercado y el marketing relacional: Efectos en la innovación y el éxito del textil español. *Ensayos De Economía*, 20(36), 165-202. Retrieved from

<https://search.proquest.com/docview/1677615738?accountid=36937>

León, M. et al. (2018). Valores integrados a estrategias de marketing ante el bajo posicionamiento de la Marca Paolé en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados. *DILEMAS CONTEMPORÁNEOS*, 6(1), 1-18.

León, M., Nuñez, L. & Vásquez, C. (2016). Impactos ambientales significativos generados por la actividad de la empresa Alpes Chiclayo S.A.C. en la producción de conservas de frijol de palo, distrito de Pacora, Lambayeque, Perú. Perú: Universidad Nacional de Trujillo.

López, L., & Mora, A. (2012). Estrategias de marketing en las empresas del sector manufacturero de Caldas, Quindío y Risaralda. Colombia: Universidad nacional de Colombia.

Manterola, C., & Otzen, T. (2014). Estudios observacionales: los diseños utilizados con mayor frecuencia en investigación clínica. *International Journal of Morphology*, 32(2), 634-645. Recuperado de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022014000200042&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022014000200042&script=sci_arttext&tlng=en)

Millán, A. et al., (2013). Fundamentos de Marketing (1.a ed.). ESIC EDITORIAL.

<https://n9.cl/v8hxt>

Ministerio de Salud. (2020). Minsa estandariza la producción de mascarillas ante la escasez

de este producto. Recuperado de

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/111615-minsa-estandariza-la-produccion-de-mascarillas-ante-la-escasez-de-este-producto>

Movistar (2020). ¿Por qué mi internet funciona lento? Recuperado de

<https://ww2.movistar.cl/blog/post/por-que-mi-internet-funciona-lento/>

Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. Liver Research Unit, 7.

Naciones Unidas (2017). Nuevo Informe sobre la globalización: tres mega tendencias que

afectarán a nuestro futuro. Recuperado de

[https://www.un.org/development/desa/es/news/intergovernmental-](https://www.un.org/development/desa/es/news/intergovernmental-coordination/new-globalization-report.html#:~:text=La%20globalización%20y%20la%20mayor,a%2075%20trillon%20en%202016.)

[coordination/new-globalization-](https://www.un.org/development/desa/es/news/intergovernmental-coordination/new-globalization-report.html#:~:text=La%20globalización%20y%20la%20mayor,a%2075%20trillon%20en%202016.)

[report.html#:~:text=La%20globalización%20y%20la%20mayor,a%2075%20trillon%20en%202016.](https://www.un.org/development/desa/es/news/intergovernmental-coordination/new-globalization-report.html#:~:text=La%20globalización%20y%20la%20mayor,a%2075%20trillon%20en%202016.)

Navarro, M. (2012). *TÉCNICAS DE VENTAS. I ED.* Red Tercer Milenio S.C.

Núñez, J. Alvarado, A., Rosales, D. & Báez, Y. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para

medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. CULCyT: Cultura Científica y

Tecnológica, 13(59), 146-156.

Pascual, Y. (2018). Análisis sobre estrategias comerciales: una revisión sistemática de la

literatura científica en el periodo 2013 -2018. UPNBOX Repositorio Institucional.

Pereira, Z. (2011). Los Diseños de un Método Mixto en la Investigación en Educación: una

experiencia concreta. Revista Electrónica Educare. Vol. XV. No 1

Perilla, Y., & Cortés, C. Desarrollo e implementación de un nuevo producto para generar ingresos que beneficien a las adolescentes de Fundea Colombia.

Rivera, J., & de Garcillán, M. (2012). Dirección de marketing fundamentos y aplicaciones. España: ESIC

Riveros, K. (2019). La gestión de los residuos oleosos en el marco del Decreto Legislativo 1278 en el terminal portuario APMTC, 2019.

Redacción Gestión (2020). Producción textil nacional en medio de la emergencia sanitaria, Lugar de publicación: Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/coronavirus-produccion-textil-nacional-en-medio-de-la-emergencia-sanitaria-noticia/>

Richardson, N., Carroll, A., & Gosnay, R. (2014). *Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales* (Vol. 3). Ediciones Granica.

Rodríguez, P. (2018). Ley de Facilitación del Comercio Exterior–Ley N 28977 y su influencia en la gestión de riesgo del régimen aduanero especial de envíos de entrega rápida (EER) por la Intendencia de Aduana Aérea y Postal, Perú 2007–2010.

Salvadó, I. (2016). Tipos de muestreo. Disponible en: [file:///C:/Users/DELL%202018/Zotero/storage/Z5DBMG5K/SALVADÓ%20-%20TIPOS%20DE%20MUESTREO. pdf], 22, 66.

Sánchez, J. (2014). Aplicación Neuro-inductiva de la Escala de Likert al Neurocomercio. *Universidad Técnica Nacional*.

Sellers, R., & Casado, A. (2010). Introducción al Marketing (1.a ed.). Alianza Editorial.

Silva, C. (2020). Bolsas y petróleo caen en el mundo por coronavirus. 10/03/2020, de LA REPUBLICA Sitio web: <https://larepublica.pe/economia/2020/03/10/bolsas-y-petroleo-caen-en-el-mundo-por-coronavirus/>

- Tesen, W. (2017). Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de mercado en la Empresa Textiles Allegra S.A.C en el distrito de Trujillo - La Libertad en el año 2017. Repositorios de Tesis UPAO. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12759/3496>
- Tixilima, M. (2019). Estrategias mercadológicas para incrementar las ventas de los productos confeccionados por la empresa textil la Marka en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura (Bachelor's thesis). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9729>
- Toledo, S. (2012). Diferencias entre cuestionario y encuesta. Universidad virtual de salud Manuel Fajardo.
- UP Posgrados Empresariales (2019). Las 7 P del marketing. CENTROS CULTURALES DE MÉXICO A.C. <https://blog.up.edu.mx/las-7-ps-de-marketing>
- Zurita, E. (2011). Plan Estratégico de Marketing para las Ventas de la empresa de ropa deportiva Piscis de la ciudad de Ambato. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/1181>
- Zuzunga, F. (2019) Propuesta de plan de marketing para la marca Maniquí de la empresa Waka-s Textiles Finos SAC Arequipa 2018.