



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**MARKETING ESTRATÉGICO Y  
POSICIONAMIENTO DE FITNESS FORCE GYM  
JAYANCA LAMBAYEQUE**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Administración

**Autores:**

Bach. Soto Descalzi Dikinson Smith  
Bach. Villanueva Calvay José Antonio

Pimentel, Perú - 2015

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado: Marketing Estratégico Y Posicionamiento De Fitness Force Gym Jayanca Lambayeque, tiene por objetivo determinar la relación que existe entre el marketing estratégico y el posicionamiento en la empresa.

La metodología de investigación utilizada es de tipo correlacional descriptiva, propositiva tomando una muestra de 66 encuestados siendo la población de la empresa (2880 clientes). La hipótesis se centra en demostrar si existe relación entre marketing estratégico y posicionamiento en la empresa Fitness Force Gym, basado en la teoría del Sistema: marketing estratégico y del posicionamiento. La técnica e instrumento utilizado en la investigación fue la encuesta y el cuestionario.

Como se ha podido observar en los resultados, en la investigación realizada se evidenció que el nivel de marketing estratégico, presentando un promedio de 2.01 (40% se muestra de acuerdo, 39% en desacuerdo y 21% indiferente), y la variable posicionamiento tuvo un promedio de 1.98 (42% se muestra de acuerdo, 44% desacuerdo y 14% indiferente).

Se concluye que existe correlación entre el marketing estratégico y posicionamiento de la empresa Fitness Force Gym, siendo el coeficiente de correlación de Pearson ( $r=0.505$ ). Así mismo, el diseño de un plan de estrategias mejorará la situación en la que se encuentra la empresa, generando cambios positivos que beneficien tanto al propietario y colaboradores de la empresa.