



**UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI**  
**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y**  
**PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**MARKETING ESTRATÉGICO**

**TESIS**

**INCIDENCIA DEL MARKETING ESTRATÉGICO**  
**EN EL POSICIONAMIENTO DE LA PANADERÍA**  
**LA NONI, EN EL PUERTO DE ILO, 2023**

**PRESENTADO POR**

**BACH. JESUS ALEJANDRO DEL XRISTO VALDIVIA TAPIA**

**ASESOR**

**MGR. JOSE MIGUEL DE LA PAZ RAMOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN**  
**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATÉGICO**

**MOQUEGUA – PERÚ**

**2024**



# Universidad José Carlos Mariátegui

## CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la \_FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación ( X ) / Tesis ( ) / Trabajo de suficiencia profesional ( ) /

“INCIDENCIA DEL MARKETING ESTRATÉGICO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA PANADERÍA LA NONI, EN EL PUERTO DE ILO, 2023”

Presentado por el(la):

BACH. JESÚS ALEJANDRO DEL XRISTO VALDIVIA TAPIA

Para obtener el grado académico ( ) o Título profesional ( X ) o Título de segunda especialidad ( ) de INGENIERO COMERCIAL asesorado por el/la LICENCIADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATÉGICO”, asesor por MGR. JOSE MIGUEL DE LA PAZ RAMOS con RESOLUCIÓN DE DECANATO N° 01001 - 2023-FCJEP-UJCM, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATEGICO	BACH. JESÚS ALEJANDRO DEL XRISTO VALDIVIA TAPIA	“INCIDENCIA DEL MARKETING ESTRATÉGICO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA PANADERÍA LA NONI, EN EL PUERTO DE ILO, 2023”	19%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 19%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 11 de julio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona

Jefe Unidad de Investigación FCJEP

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar de qué manera el marketing estratégico incidirá en el posicionamiento de la Panadería La Noni en el Puerto de Ilo 2023.

**Metodología:** La investigación que se llevó a cabo es de naturaleza cuantitativa, descriptiva y transversal en términos de enfoque o paradigma y el diseño de investigación es no experimental, transaccional.

**Resultados:** Se encontró una relación positiva y significativa entre la promoción como estrategia de marketing y el posicionamiento de Pulso Corporación Médica durante el año 2022 en Moquegua. Este resultado coincide con lo que se encontró en esta investigación, ya que las variables en estudio guardan relación.

**Conclusión:** Se ha determinado que el marketing estratégico incide de manera directa y es altamente muy significativa en el posicionamiento de la Panadería “La Noni” en el Puerto de Ilo, 2023, ya que existe una incidencia significativa del 93,5% del marketing estratégico en el posicionamiento de la Panadería “La Noni”

**Palabras clave:** marketing, posicionamiento, panadería, estrategias.

## ABSTRACT

**Objective:** Determine how strategic marketing will influence the positioning of La Noni Bakery in the Port of Ilo 2023.

**Methodology:** The research carried out is quantitative, descriptive and transversal in nature in terms of approach or paradigm and the research design is non-experimental, transactional.

**Results:** A positive and significant relationship was found between promotion as a marketing strategy and the positioning of Pulso Corporación Médica during the year 2022 in Moquegua. This result coincides with what was found in this research, since the variables under study are related.

**Conclusion:** It has been determined that strategic marketing has a direct impact and is highly significant in the positioning of the bakery “La Noni” in the Port of Ilo, 2023, since there is a significant impact of 93.5% of strategic marketing in the positioning of the bakery “La Noni”.

**Key words:** marketing, positioning, bakery, strategies.