

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA

ESCUELA DE POSGRADO



**MARKETING MIX Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA MYPE
ORTOPEDIA VASQUEZ, COMAS-2023**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
GESTION ESTRATÉGICA EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR LAS BACHILLERES
CORONADO CHAMAYA ROSA EDITA
OSORIO AVENDAÑO FIOLA MAYRA**

LIMA – PERÚ

2023



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE VERIFICACIÓN DE SOFTWARE ANTIPLAGIO

FECHA: 22/09/2023

NOMBRE DE LOS AUTORES: Rosa Edita Coronado Chamaya / Fiola Mayra Osorio Avendaño

ASESOR: Dr. Roberto Martin Gamarra López

TIPO DE PROINVESTIGACIÓN:

- PROYECTO ()
- TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (X)
- TESIS ()
- TRABAJO ACADEMICO ()
- ARTICULO CIENTIFICO ()
- OTROS ()

INFORMAMOS SER PROPIETARIOS (A) DE LA INVESTIGACIÓN VERIFICADA POR EL SOFTWARE ANTIPLAGIO TURNITIN, EL MISMO QUE TIENE EL SIGUIENTE TITULO: **“MARKETING MIX Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA MYPE ORTOPEDIA VASQUEZ, COMAS-2023”**.

CULMINADA LA VERIFICACIÓN SE OBTUVO EL SIGUIENTE PORCENTAJE: 9 %

Conformidad de Autor:

Rosa Edita Coronado Chamaya



Rosa Edita Coronado Chamaya
DNI: 09865213
Huella

Conformidad de Autor:

Fiola Mayra Osorio Avendaño



Fiola Mayra Osorio Avendaño
DNI: 46696153
Huella

Conformidad Asesor

Roberto Martin Gamarra López

Roberto Gamarra López
DNI: 43388320

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	10%	3%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
4	zdocs.tips Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Submitted on 1693000857658 Trabajo del estudiante	<1%
7	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad de Huanuco Trabajo del estudiante	<1%

RESUMEN

En la actualidad las empresas a nivel mundial están sujetos a cambios permanentes debido a que los clientes van mejorando sus intereses, necesidades y deseos, y cada vez son más exigentes y selectivos con sus productos. Los responsables de dirigir las organizaciones están obligados a gestionar y aplicar nuevos métodos, modelos y estrategias de marketing para impactar de manera positiva y ser líderes del mercado competitivo. El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación del marketing mix y la ventaja competitiva en la Mype Ortopedia Vasquez, del distrito de Comas-2023. La investigación es de carácter cuantitativa correlacional, no experimental, de tipo transversal. Se utilizó dos cuestionarios con una escala de Likert del 1 al 5. La muestra fue por conveniencia no probabilística, conformado por 80 clientes que compraron en el mes de enero y febrero en la Mype Ortopedia Vasquez. Para verificar la confiabilidad de los instrumentos se empleó el Alfa de Cronbach. Después de aplicar los instrumentos, con los datos obtenidos se ejecutó un análisis estadístico descriptivo e inferencial. Se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman para probar la correlación de las variables de la investigación. Se obtuvo un Rho de 0.745 con una significancia de 0.001, donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, el resultado de la correlación nos muestra que la variable marketing mix se relaciona con la variable ventaja competitiva. De esta manera se cumple el objetivo general y se acepta la hipótesis del estudio. Llegando a concluir que a mayor énfasis en el marketing mix se logrará una mayor ventaja competitiva en la Mype ortopedia Vasquez, Comas-2023.

Palabras clave: Marketing mix, ventaja competitiva, mype