



# ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Plan estratégico de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa La Gruta del Cristal E.I.R.L en el mercado de Chiclayo.

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestro En Administración De Negocios - MBA**

## **AUTOR**

Br. Altamirano Fernandez Victor Joel

## **ASESOR**

Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo

## **LINEA DE INVESTIGACIÓN**

Modelos y Herramientas Gerenciales

## **SECCION**

Ciencias Empresariales

**CHICLAYO – PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

**A Dios;** por guiarme en el transcurso de mi vida, brindándome salud, fuerzas y sabiduría para lograr culminar con éxito la presente investigación y así poder obtener el grado académico de Maestro en Administración de Negocios.

**A mi familia;** especialmente a mis padres y abuelos quienes con su apoyo incondicional me brindaron la fuerza y confianza necesarias para seguir adelante y poder terminar exitosamente la investigación.

**A mis docentes;** que gracias a sus conocimientos y experiencias impartidas en aula permitieron desarrollarme de manera correcta como alumno y como profesional a la misma vez.

Victor Altamirano

## **AGRADECIMIENTO**

Al señor Francisco Javier Montero Pita dueño de la empresa La Gruta del Cristal por facilitarnos el acceso a la información y otorgarnos el permiso correspondiente para desarrollar la presente investigación.

Al M.B.A Francisco Remigio Esteban Jesús Morales Bermúdez Pedraglio por su constante apoyo brindándonos su amistad, sus conocimientos y fuentes bibliográficas para recaudar información.

A nuestro profesor del curso de Diseño y desarrollo del trabajo de Investigación, por su gran apoyo y conocimientos brindados y a todas aquellas personas que de alguna manera directa como indirecta hicieron posible la culminación de esta investigación.

Victor Altamirano

## **PRESENTACIÓN**

Señores del Jurado.

El presente informe de investigación pertenece a la tesis titulada: “Plan estratégico de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa La Gruta del Cristal E.I.R.L en el mercado de Chiclayo.”, con el propósito de obtener el grado académico de Magister en Administración de Negocios – MBA.

El presente trabajo tiene como objetivo proponer un plan de marketing estratégico para mejorar el posicionamiento de mercado de una empresa importadora y comercializadora de artículos decorativos para el hogar en la ciudad de Chiclayo.

Así mismo, es pretensión que al concluir el presente estudio y de acuerdo a los procedimientos estipulados en el reglamento para elaboración y sustentación de tesis de nuestra casa superior de estudios, pueda optar el grado académico de magister en administración de negocios.

Señores miembros del jurado espero su evaluación y que la misma merezca su aprobación.

## INDICE

DICTAMEN DE SUSTENTACION .....	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCION.....	12
1.1. REALIDAD PROBLEMATICA .....	12
1.2. TRABAJOS PREVIOS .....	17
1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA:.....	23
1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA: .....	35
1.5. JUSTIFICACION DEL ESTUDIO:.....	35
1.6. HIPOTESIS:.....	36
1.7. OBJETIVOS:.....	36
II. MARCO METODOLOGICO.....	37
2.3. DISEÑO DE ESTUDIO .....	37
2.4. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN.....	38
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA: .....	42
2.6. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD....	43
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	44
2.6. ASPECTOS ETICOS .....	44
III. RESULTADOS .....	46
IV. DISCUSIÓN.....	61
V. CONCLUSIONES .....	63
VI. RECOMENDACIONES .....	65
VII. PROPUESTA .....	67
VIII. REFERENCIAS.....	103
ANEXOS .....	107
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.....	136

ACTA DE ORIGINALIDAD .....	137
REPORTE DE TURNITIN .....	138
AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	139

## **INDICE DE TABLAS:**

Tabla 1: Interrogantes del proceso de planificación estratégica de marketing .....	23
Tabla 2: Fases y etapas en la elaboración de un plan de marketing.....	31
Tabla 3: Aspectos éticos .....	45
Tabla 4: Ficha RUC .....	68
Tabla 5: Valores que se practican en la empresa.....	70
Tabla 6: Tipo de cambio .....	72
Tabla 7: Análisis FODA .....	75
Tabla 8: Matriz EFE .....	77
Tabla 9: Indicadores de matriz EFE .....	77
Tabla 10: Matriz EFI .....	77
Tabla 11: Indicadores de matriz EFI.....	78
Tabla 12: Estrategias de la empresa la gruta del cristal .....	78
Tabla 13: Estrategias de la empresa la gruta del cristal .....	79
Tabla 14: Estrategias de la empresa la gruta del cristal .....	80
Tabla 15: Distribución de personas según edades.....	81
Tabla 16: Distribución de personas según área donde residen.....	82
Tabla 17: Distribución de personas según provincias .....	82
Tabla 18: Ranquin de las principales ciudades .....	83
Tabla 19: Distribución socioeconómica de Lambayeque.....	84
Tabla 20: Sectores con mayor crecimiento en Lambayeque .....	85
Tabla 21: Datos del Clima en Lambayeque.....	85
Tabla 22: Objetivo 1 identificar el mercado meta.....	99
Tabla 23: Objetivo 2 Diseñar un plan publicitario .....	100
Tabla 24: Objetivo 3 Mejorar la capacitación del personal .....	100
Tabla 25: Objetivo 4 Desarrollar promociones para clientes frecuentes.....	100
Tabla 26: Presupuesto total.....	101
Tabla 27: Cronograma de actividades.....	101

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso de planificación estratégica .....	24
Figura 2: Análisis de la situación.....	25
Figura 3: Ventaja competitiva.....	34
Figura 4: Ventajas adicionales .....	28
Figura 5: Proceso de elaboración del plan de marketing.....	30
Figura 6: Sexo de los encuestados .....	49
Figura 7: Decisión de compra .....	50
Figura 8: Frecuencia de visitas .....	51
Figura 9: Variedad de productos ofrecidos .....	52
Figura 10: Opinión sobre la calidad de los productos .....	53
Figura 11: Incidencia del precio en la compra .....	53
Figura 12: Incidencia de la calidad en la compra.....	54
Figura 13: Opinión sobre política de precios.....	55
Figura 14: Opinión sobre la atención .....	55
Figura 15: Opinión sobre atención personalizada.....	56
Figura 16: Opinión sobre el tiempo de entrega.....	56
Figura 17: Opinión sobre promociones .....	57
Figura 18: Opinión sobre recomendación de la empresa a familiares o amigos .....	58
Figura 19: Opinión sobre conocimiento de plataformas virtuales .....	59
Figura 20: Frecuencia de visita a las plataformas virtuales de la empresa .....	59
Figura 21: Opinión sobre la apariencia de las plataformas virtuales .....	60
Figura 22: Organigrama organizacional.....	69
Figura 23: Local.....	73
Figura 24: Mapa de la ciudad de Chiclayo .....	86
Figura 25: Croquis de la ubicación de la empresa.....	87
Figura 26: Productos ofrecidos en la empresa .....	88
Figura 27: Logo de la empresa .....	91
Figura 28: Logo navideño.....	92
Figura 29: Logo fiestas patrias .....	92
Figura 30: Folleto promocional.....	93
Figura 31: Folleto promocional.....	94
Figura 32: Propuesta de llaveros .....	95
Figura 33: Uniforme actual de la empresa .....	96
Figura 34: Propuesta de foto Che .....	97
Figura 35: Pagina de Facebook de la empresa .....	98

## RESUMEN

El presente estudio titulado “Plan estratégico de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa La Gruta del Cristal E.I.R.L en el mercado de Chiclayo 2018.” tiene como objetivo general proponer un plan estratégico de marketing que permita mejorar el posicionamiento de la empresa La Gruta del Cristal E.I.R.L. en el mercado de Chiclayo.

El diseño que se empleó en esa investigación es no experimental, descriptiva con un enfoque cuantitativo con una población de 992,300 y una muestra de 150 personas residentes en la ciudad de Chiclayo mayores de 18 y menores de 60 años.

Para recopilar información se empleó la ayuda de instrumentos como una entrevista dirigida hacia el gerente de la empresa y un cuestionario dirigido hacia los clientes de la empresa con la finalidad de conocer la tendencia del consumidor así como la percepción del mismo sobre la empresa.

El resultado principal de la investigación permitió concluir que un plan estratégico es una herramienta que permite analizar el entorno de la empresa y plantear objetivos a mediano y largo plazo para lograr obtener un éxito mayor al que tiene en la actualidad, cumpliendo los indicadores y objetivos trazados en la investigación lo que permite lograr mejorar el posicionamiento actual de la empresa en el mercado de Chiclayo.

**Palabras Claves:** Plan de marketing estratégico, posicionamiento, empresa, Chiclayo.

## ABSTRACT

This investigation call “Strategic Plan of marketing for to get better the positioning of the company La Gruta del Cristal E.I.R.L in the Business market of Chiclayo 2018.” Have it the general objective propose a strategic plan of marketing that let the to get better the positioning of the company La Gruta del Cristal E.I.R.L. in the business market of Chiclayo.

The design that used in this investigation is not experimental, is descriptive with a cuantitive approach whit a population of 992,300 and one sample of 150 residents people of town of Chiclayo older than 18 and youngest than 60 years.

For collect information it was used the help of instruments like one magazine to directed towards to the manager of company a and one questionary addressed to the clients of the company with the purpose to know the trend of customer like the perception about the company.

The principal result of this investigation let conclude that a strategic plan is a tool that let to analyze the environment of the company and propose objectives to a medium and long term for get an achieve a greater success that which they actually have , fulfilling the indicators and the traced objectives in the investigation that let get better the actual positioning of the company in the business market of chicalyo.

**Key words :** Strategic plan of marketing, positioning, company, Chiclayo

## Anexo 11: Acta de aprobación de originalidad de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



ESCUELA DE  
POST GRADO

### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Hugo Enrique Huiman Tarrillo, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis del estudiante, **VICTOR JOEL ALTAMIRANO FERNÁNDEZ**, titulada: **PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA LA GRUTA DEL CRISTAL E.I.R.L EN EL MERCADO DE CHICLAYO.**, constato que la misma tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plágio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 16 de Diciembre de 2018

.....  
Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo  
DNI: 16418702

CAMPUS CHICLAYO  
Carretera Pimentel km. 3.5.