



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Branding corporativo para mejorar el posicionamiento de marca de la empresa Pronegocios
S.R.L Chiclayo, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Br. Mego Mego Rosmeri (ORCID: 0000-0002-2648-1354)

Br. Mundaca Coronel Milie Ubina (ORCID: 0000-0002-9398-4285)

ASESORA:

Dra. Teonila Colunche Campos (ORCID: 0000-0002-3318-6628)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHICLAYO - PERÚ

2019

Dedicatoria

Es Dios quien nos concede la fortaleza y el impulso para seguir esforzándonos cada día para realizar nuestro trabajo con responsabilidad, a pesar de las adversidades que se presenten en nuestra vida cotidiana.

Dedicamos este trabajo de investigación a nuestros padres quienes son el principal motivo de superación, a nuestra familia quienes nos animan a seguir adelante, a nuestros docentes que nos apoyaron en la realización de este trabajo; principalmente a nuestra asesora quien con su paciencia nos encaminó a culminar nuestro trabajo.

Rosmeri Mego Mego

Milie Ubina Mundaca Coronel

Agradecimiento

Agradecemos infinitamente a Dios porque es Él quien nos bendice día a día con la salud y nos brinda la fortaleza y sabiduría necesaria para alcanzar nuestros objetivos trazados.

A mi asesora la profesora Teonila Colunche Campos pues con sus enseñanzas, consejos, conocimiento y paciencia permitió que con sus aportes se logre la culminación del proyecto de investigación.

A la Empresa Pronegocios S.R.L porque nos brindó el apoyo necesario para llevar a cabo nuestra investigación.

Rosmeri Mego Mego

Milie Ubina Mundaca Coronel

Página del jurado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 02:00 pm horas del día 28 de Diciembre del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Carrera Profesional N° 224-2019, de fecha 23 de Diciembre del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "BRANDING CORPORATIVO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE LA EMPRESA PRONEGOCIOS S.R.L. CHICLAYO, 2018", presentada por las Bachilleres: MEGO MEGO ROSMERI Y MUNDACA CORONEL MILIE UBINA, con la finalidad de obtener el Título de Licenciada en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mgtr. Yosip Ibrahim Mejía Díaz

SECRETARIO (A) : Mgtr. Julio Cesar Nunton More

VOCAL : Dra. Teonila Colunche Campos

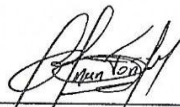
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

Aprobar por Unanimidad.

Siendo las 2:55 pm del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 28 de Diciembre del 2019


Yosip I. Mejía Díaz
Presidente


Mgtr. Julio C. Nunton More
Secretario (a)


Dra. Teonila Colunche Campos
Vocal

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Rosmeri Mego Mego y Milie Ubina Mundaca Coronel, estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, identificadas con DNI N° 44606832 y 42866720 respectivamente, con la tesis titulada: "Branding Corporativo para mejorar el Posicionamiento de Marca de la Empresa Pronegocios S.R.L. Chiclayo, 2018"

Declaramos bajo juramento que:

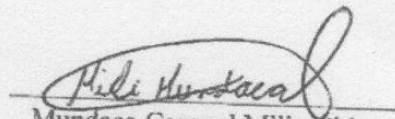
1. El tema de la tesis es auténtico, siendo el resultado de nuestro trabajo y esfuerzo personal
2. Hemos respetado las normas APA de citas y referencias para las fuentes que se ha consultado.
3. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

En este sentido, somos conscientes de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, son objeto de sanciones universitarias y/o legales.



Mego Mego Rosmeri

DNI: 44606832



Mundaca Coronel Milie Ubina

DNI: 42866720

Chiclayo, 28 de diciembre del 2019

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	16
2.1 Tipo y Diseño de Investigación	16
2.2 Operacionalización de variables.....	17
2.3 Población y Muestra.....	20
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos, validez y confiabilidad.....	21
2.5 Procedimiento	23
2.6 Métodos de análisis de datos.....	24
2.7 Aspectos Éticos	24
III. RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN	31
V. CONCLUSIONES	33
VI. RECOMENDACIONES	34
VII. PROPUESTA	35
REFERENCIAS	46
ANEXOS	50
Acta de aprobación de originalidad de tesis	69
Reporte turnitin	70
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional	71
Autorización de la versión final del trabajo de investigación	73

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se realizara con el objetivo de proponer estrategias de Branding Corporativo para mejorar el Posicionamiento de Marca de la Empresa Pronegocios S.R.L, es una investigación descriptiva- correlacional no experimental de corte transversal que se realizó teniendo en cuenta la información que se obtuvo a través del instrumento de investigación que utilizamos que fue la encuesta que consta de 23 preguntas, aplicado a 30 clientes de la Empresa Pronegocios S.R.L.

Una vez obtenido los resultados creemos que será necesario posicionar más a la empresa, ya que por la misma competencia que hoy en día existe en el sector financiero es necesario implementar nuevas estrategias, para mantener fidelizados a nuestros clientes.

Gracias a esta investigación se podrá tomar decisiones trascendentales que nos permitirá alcanzar mejores resultados y que la organización se encuentre en un nivel de posicionamiento según las exigencias del mercado.

Palabras claves: Branding Corporativo, Posicionamiento de Marca y identidad corporativa

ABSTRACT

This research project will be carried out with the objective of proposing Corporate Branding strategies to improve the Brand Positioning of Pronegocios S.R.L. It is a descriptive-correlational non-experimental cross-sectional research that was conducted taking into account the information obtained through the research instrument applied, this is a survey consisting of 23 questions, applied to 30 customers of Pronegocios S.R.L Company.

Once the results are obtained, we believe that it will be necessary to better position the company, since due to the same competition that exists today in the financial sector, it is necessary to implement new strategies to keep our clients loyal.

Thanks to this research, transcendental decisions can be made that will allow us to achieve better results and that the organization is at a level of positioning according to the demands of the market.

Keywords: Corporate Branding, Brand Positioning and corporate identity