



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias de marketing y su incidencia en el posicionamiento de marca de los restaurantes de 3 tenedores de la Ciudad de Trujillo, Año 2017.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CHÁVEZ CORONEL, KELY JAQUELINE

ASESOR:

Mg. AGUILAR ARAGON, NANCY

Mg. UGARRIZA GROSS, GUSTAVO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

TRUJILLO – PERU

2017

PAGINA DEL JURADO

Mg. Nancy Aguilar Aragon

Luz Alicia Baltodano Nontol

Waldo Caballero Mujica

DEDICATORIA

A Dios: Por brindarme la oportunidad en mi formación como profesional y darme salud y un apoyo incondicional para alcanzar la meta propuesta.

A mi hermano: Porque fue el principal apoyo económico en contribuir incondicionalmente en mis metas y objetivos propuestos.

A los docentes: Porque les debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza.

CHAVEZ CORONEL KELY JAQUELINE

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme lograr un proyecto más en mi vida y cumplir con éxito la evaluación de mi investigación.

A mis padres y hermano, por ser los principales motivos en lograr cumplir con mis metas y su apoyo moral brindado en cada momento del transcurso de mi carrera profesional.

A la directora y docentes de la institución, por darme la oportunidad de realizar vuestra investigación para consolidar el conocimiento teórico con lo práctico.

CHAVEZ CORONEL KELY JAQUELINE

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Chávez Coronel Kely Jaqueline con DNI N° 44223677, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Autorizo a la Universidad Cesar Vallejo a publicar la presente investigación en caso lo considere conveniente.

Trujillo, 13 de Julio del 2017

Kely Jaqueline Chávez Coronel

DNI: 44223677

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SU INCIDENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE RESTAURANTES DE 3 TENEDORES DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, AÑO 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada de Administración de Empresas.

La Autora

INDICE

I.	Página del Jurado.....	1
II.	Dedicatoria	2
III.	Agradecimiento	3
IV.	Declaración de autenticidad	4
V.	Presentación	5
VI.	Índice	6
VII.	Resumen	7
VIII.	Abstract	8
1.	Introducción	10
1.1.	Realidad problemática	10
1.2.	Trabajos previos.....	11
1.3.	Teorías relacionadas al tema.....	14
1.4.	Formulación del problema.....	25
1.5.	Justificación del estudio.....	25
1.6.	Hipótesis.....	26
1.7.	Objetivos	27
2.	Método	29
2.1.	Diseño de investigación	29
2.2.	Variables, Operacionalización.....	30
2.3.	Población y muestra.....	32
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
2.5.	Métodos de análisis de datos.....	32
2.6.	Aspectos éticos.....	32
3.	Resultados	34
4.	Discusión de Resultados.....	51
5.	Conclusiones.....	53
6.	Recomendaciones.....	55
7.	Referencias Bibliográficas.....	56
8.	Anexos.....	57

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación centramos nuestro interés en analizar la incidencia de las estrategias de marketing sobre el posicionamiento de marca de los restaurantes de la ciudad de Trujillo, para ello se ha realizado un diagnóstico en la gestión, observación directa al área y aplicación de encuesta para una muestra representativa de usuarios. La presente investigación es correlacional – causal, porque busca establecer la relación causa – efecto de la variable independiente estrategias de marketing sobre la variable dependiente posicionamiento de marca, sin ninguna manipulación de las variables, por ello su diseño de investigación es no experimental y es de corte transversal debido a que los datos se recolecta en un solo momento. Finalmente se concluye que la relación que tiene las estrategias de marketing en el posicionamiento de marca es significativa, debido a que la estrategias de marketing influye sobre el posicionamiento de marca, el mismo que se detallara a continuación en los resultados.

Palabras claves: Gestión de la capacitación y satisfacción del usuario.

ABSTRACT

In this research we focus our interest in analyzing the influence of the management of service user satisfaction of the Training Unit Technical Proind, for it has been made a diagnosis in service management, direct observation to the area and application survey to a representative sample of users.

This research is correlational - causal, because it seeks to establish the cause - effect of the independent variable service management on the dependent variable user satisfaction, without any manipulation of variables, so their research design is not experimental and is cross section because the data is collected in a single moment.

Finally it is concluded that the influence of the management of the service in meeting users is significant, because the service management affects of user satisfaction, the same as will be detailed below in the results.

Keywords: service management and user satisfaction.