



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Escuela Académico Profesional de Administración**

**“EL POSICIONAMIENTO DE LAS CLÍNICAS Y CENTROS  
MÉDICOS EN LA POBLACIÓN GESTANTE DEL DISTRITO  
DE TARAPOTO EN EL AÑO 2010”**

Tesis que presenta el Bachiller:

**DANNY ALONSO RAMÍREZ LOZANO**

Para obtener el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**ASESORES: Lic. Adm. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI  
M. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO**

**TARAPOTO – PERÚ  
2011**

## DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a todas las personas que en diferentes formas mostraron su interés y apoyo, tanto económico como moral, de ese modo me inspiraron a tomar fuerzas para que la propia investigación se desarrolle; en especial a mis padres María Luz y Félix, que gracias a ellos aprendí que nada en la vida es fácil, pero tampoco imposible; y que lo más valioso que uno puede poseer, no es lo material, sino la consideración valorativa que uno cree como bueno, como por ejemplo las muestras de confianza, o una simple sonrisa.

**Danny Alonso.**

## PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado Calificador:

A continuación presento el trabajo de investigación titulado: “El posicionamiento de las clínicas y centros médicos en la población gestante del distrito de Tarapoto en el año 2010”, dejo a vuestras críticas, tanto de estudiantes, profesionales, como al público en general. Consta de teorías acerca de cómo la imagen de una organización es un elemento trascendental en el ciclo de vida de la misma, cómo es que la marca es un eje para el balance entre lo que es reconocimiento e intención de compra, para el caso existen una serie de métodos, estrategias que permiten hacer la correspondiente valoración.

Cada vez más, menos son las organizaciones que dejan pasar por alto este tema, “Posicionamiento”, ya que se han dado cuenta que mantener su marca en la mente del consumidor, es la manera más fiel de obtener un elevado índice de ventas, claro está que también la manera como enrumbas ese posicionamiento, debe de estar controlado, vigilado al detalle. Este tema en lo que al ámbito regional se refiere, ha sido muy poco utilizado por las organizaciones, vista esta problemática he creído conveniente realizar un estudio que hace referencia al posicionamiento de marca de las clínicas y centros médicos en las gestantes de la localidad; ya que son un mercado muy diferenciado del resto en donde la calidad en todos sus aspectos involucra un alto sentido de cuidado al detalle.

**El Autor**

## AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos, a los profesores asesores, que en gran medida encaminaron los objetivos de este trabajo; a mis padres que son el pilar de mis ganas de pertenecer a los motores que orientan a la sociedad, a una comunidad de bien y de desarrollo en todos los sentidos; sin ellos el presente trabajo no hubiese podido ser realizado, gracias desde lo más profundo de mi ser.

**Danny Alonso.**

## INDICE

Dedicatoria.....	ii
Presentación.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice.....	v
Declaración Jurada de autenticidad y no plagio .....	vii
Resumen.....	viii
Summary.....	ix
Introducción.....	x
Capítulo I: Marco Metodológico.....	13
1.1. El Problema.....	13
1.1.1. Selección del Problema.....	13
1.1.2. Antecedentes del Problema.....	15
1.1.3. Formulación del Problema.....	17
1.1.4. Justificación.....	17
1.1.5. Limitaciones.....	18
1.2. Objetivos.....	19
1.3. Hipótesis.....	20
1.4. Variables e Indicadores.....	20
1.5. Diseño de la Ejecución.....	20
1.5.1. Tipo de diseño.....	20
1.5.2. Población Muestra.....	20
1.5.3. Técnicas, instrumentos, fuentes e informantes.....	21
Capítulo II: Marco Referencial Científico.....	23
2.1. Marco Teórico.....	23
Mercadotecnia.....	23
- Necesidades, deseos y demandas.....	25
- Productos.....	26
- Valor, satisfacción y calidad.....	27
- Intercambio, transacciones y relaciones.....	31
- Mercados.....	32
Conciencia de Marca.....	34

- Top of mind.....	34
- Conocimiento/Awarness/Popularidad.....	35
- Reconocimiento/Familiaridad/Posicionamiento.....	35
<b>Calificación de Marca.....</b>	<b>36</b>
- De cementerio.....	36
- De nicho.....	37
- Poderosa.....	37
- Nula.....	37
<b>Posicionamiento.....</b>	<b>38</b>
- Tipos.....	39
- Basado en las características del producto.....	40
- En base a precio/calidad.....	40
- Con respecto al uso.....	41
- Orientado al usuario.....	41
- Por el estilo de vida.....	41
- Con relación a la competencia.....	42
<b>Diferenciación.....</b>	<b>50</b>
<b>Posicionamiento y segmentación.....</b>	<b>52</b>
<b>Publicidad.....</b>	<b>54</b>
<b>2.2. Marco Conceptual.....</b>	<b>57</b>
<b>Capítulo III: Descripción de resultados.....</b>	<b>59</b>
<b>Capítulo IV: Contrastación de Hipótesis.....</b>	<b>64</b>
<b>Capítulo V: Discusión de resultados.....</b>	<b>70</b>
<b>Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>73</b>
<b>6.1. Conclusiones.....</b>	<b>73</b>
<b>6.2. Recomendaciones.....</b>	<b>74</b>
<b>Capítulo VII: Bibliografía y Anexos.....</b>	<b>76</b>
<b>7.1. Bibliografía.....</b>	<b>76</b>
<b>7.2. Anexos.....</b>	<b>78</b>

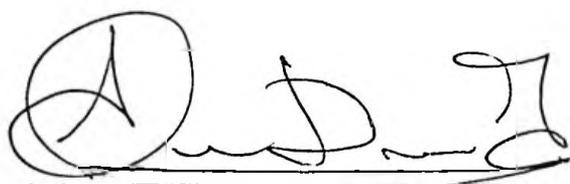
## **“DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO”**

El suscrito; **Danny Alonso Ramírez Lozano**, identificado con DNI N° 45621326, domiciliado en el Jr. Progreso N° 644, barrio Huayco, del Distrito de Tarapoto, egresado de la carrera profesional de Administración, quién ha elaborado la tesis denominada: **“El posicionamiento de las clínicas y centros médicos en la población gestante del distrito de Tarapoto en el año 2010”**, para optar el grado de Bachiller en ADMINISTRACIÓN, otorgado por la Universidad César Vallejo.

Declaro Bajo Juramento que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en él no existe plagio de naturaleza alguna, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier institución educativa. Igualmente dejo expresa constancia que se ha respetado las reglas nacionales de derechos de autor.

En caso de incumplimiento de esta declaración me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

**Tarapoto, Diciembre del 2010.**



**Danny Alonso Ramírez Lozano**

## RESUMEN

La presente investigación denominada “El Posicionamiento de las clínicas y centros médicos en la población gestante del distrito de Tarapoto en el año 2010”, se gesta en la preocupación por las escasas medidas de control sobre el real posicionamiento de las clínicas y centros médicos de la ciudad; el mismo que ya reportaba malestar entre los miles de clientes y especialmente entre las gestantes de la ciudad, no por nada San Martín es una de las regiones con el más alto índice de mortalidad materna en el país. Evidentemente el posicionamiento es un nuevo elemento del Marketing que es usado en tiempos recientes por las empresas y poco a poco está ingresando a otras actividades empresariales, de allí la importancia por conocer cabalmente sus resultados. Para realizar la tarea primero se identificó a las clínicas y a los centros médicos de Tarapoto para lo cual acudimos a la Red de Servicios de Salud de San Martín con el fin de recabar información pertinente y actualizada, posteriormente se levantó información de campo el mismo que fue procesado en una base de datos y utilizando una hoja de cálculo.

Una vez realizado todo este trabajo se presentan los resultados que a mi entender ayudarán a la comunidad a tomar decisiones en uno de los aspectos más importantes de la vida, el cual es decidirse por una clínica o un centro médico que nos ayude a traer nuevas generaciones, cuidar a nuestra vida y a nuestra ciudad. Aspecto que servirá también y en mayor medida a las instituciones en estudio, ya que proporcionará información real de la situación perceptual en la que están frente a sus consumidores y potenciales clientes.

## SUMMARY

The following research named “the Placing of clinics and medical health care centers in the expectant population in Tarapoto district in the 2010 year”, it is born in the preoccupation for the lack of control means about the placing of clinics and medical care centers in the city; the same that has already reported a general unwell in the thousand of clients and specially in the expectant mothers of the city. Therefore the reason that San Martin is one of the regions with the most high index of expectant mother casualties in the country. Obviously the placing is a new element of the Marketing that is very use now at days by the enterprises and little by little it is getting in other enterprises activities, therefore the importance to know exactly the results. To develop the task we first identify the clinics and medical care centers in Tarapoto so we went to the Health Services Network of San Martin with the purpose of gather appropriate and current information, afterwards we have reported a field information the same that was processed in a data base and using a calculation worksheet.

Once all this research was developed we present the results that to my understanding will help the community to take decisions in one of the most important aspects in life, the one that is to chose a clinic or medical care center that will help to bring new generations, take care of our lives and our city. Aspect that will also serve and in a high measure to the institutions being studied, the one that will give real information of the perceptible situation in which they are in front of their customers and potential clients.