



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“PLAN DE MARKETING Y EL POSICIONAMIENTO DE LA CAJA
MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE AREQUIPA S.A. – S.M.P, 2018”**

**TESIS PARA OPTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACION**

AUTOR

RAMOS RAMOS, YESENIA

ASESOR

Casma Zarate Carlos Antonio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERÚ

AÑO 2018

.....

Presidente

.....

Secretario

.....

Vocal

DEDICATORIA

Con amor y gratitud a Dios, por darme su amor y perseverancia en todo lo que me propongo, a mi familia por impulsarme en cada momento para alcanzar mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por darme vida, A mi padre y hermano porque gracias a su apoyo, a mis docentes por las enseñanzas

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Yesenia Ramos Ramos con DNI N° 76690694, 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, 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.

Lima, del 2018

Yesenia Ramos Ramos

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“PLAN DE MARKETING Y EL POSICIONAMIENTO DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE AREQUIPA S.A. – S.M.P, 2018”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

La Autora

Índice

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	5
RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
I. INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Realidad problemática	¡Error! Marcador no definido.
1.2. Trabajos previos	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1. Antecedentes internacionales	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2. Antecedentes nacionales	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Teorías relacionadas al tema	¡Error! Marcador no definido.
1.4. Formulación del problema	¡Error! Marcador no definido.
1.4.1. Problema General	¡Error! Marcador no definido.
1.4.2. Problemas Específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.5. Justificación del estudio	¡Error! Marcador no definido.
1.6. Hipótesis	¡Error! Marcador no definido.
1.7. Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
II. MÉTODOLOGIA	18
2.1. Método de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2. Enfoque	¡Error! Marcador no definido.
2.3. Diseño de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.4. Variables, operacionalización	¡Error! Marcador no definido.
2.5. Población y muestra	¡Error! Marcador no definido.
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
2.7. Métodos de análisis de datos	¡Error! Marcador no definido.
2.8. Aspectos éticos	¡Error! Marcador no definido.
III. RESULTADOS	26
3.1. Análisis Descriptivo de los resultados por dimensiones y variables	¡Error! Marcador no definido.
3.2 ANALISIS INFERENCIAL DE LOS RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 1: Matriz de consistencia	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

La investigación titulada “Plan de Marketing y el Posicionamiento de la empresa Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Arequipa S.A., distrito San Martín de Porres, 2017” tuvo como objetivo general determinar la relación del plan de marketing y el posicionamiento de la empresa Caja Arequipa. El tipo de investigación fue aplicada, diseño no experimental de corte trasversal, nivel descriptivo – correlacional. La población fue de 80 clientes de la empresa Caja Arequipa y la muestra fue censal. La validación del instrumento se realizó mediante el juicio de expertos y la fiabilidad del instrumento se obtuvo por el alfa de Cronbach, los datos obtenidos fueron procesados a través en el programa estadístico SPSS 24, y se aplicó el método estadístico descriptivo e inferencial para el análisis de los datos. En conclusión se logró determinar la relación que existe entre plan de marketing y el posicionamiento de la empresa Caja Arequipa S.A.

Palabras clave: Plan de marketing, posicionamiento.

ABSTRACT

The titled investigation “Marketing plan and the Positioning of the company Municipal Box of Saving and Credit of Arequipa S.A., district St Martin of Porres, 2017” took as a general target to determine the relation of the marketing plan and the position of the company Box Arequipa. The type of investigation was applied, not experimental design of trasversal court, descriptive level – correlacional. The population belonged to 80 clients of the company Box Arequipa and the sample was required. The ratification of the instrument was realized by means of the experts' judgment and the reliability of the instrument was obtained by the Cronbach alpha, the obtained information was processed to turn in the statistical program SPSS 24, and the descriptive statistics was applied – inferencial for the analysis of the information. In conclusion one managed to determine the relation that exists between Marketing Plan and the Positioning of the company Box Arequipa S.A.