



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**BRANDING Y SU RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA MI NUEVO MUNDO
PIMENTEL CHICLAYO, 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

KATHERIN RUBI CIEZA ITURREGUI

ASESOR:

MBA. CARLOS ANTONIO ANGULO CORCUERA

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

CHICLAYO – PERÚ

2017



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 12:00 pm horas del día 18 de diciembre del 2018, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 3174, de fecha 17 de diciembre del 2018, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: Branding y su relación con el posicionamiento de la Institución Educativa Privada Mi Nuevo Mundo Pimentel, Chiclayo 2017

presentado por el (la) Bachiller: Katherin Rubi Cieza Iturregui, con la finalidad de obtener el Título de Licenciado en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : MBA. Manuel Lorenzo Germán Cáceres

SECRETARIO (A) : Mgtr. Fernando Antonio Arriola Jiménez

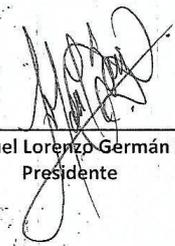
VOCAL : MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera

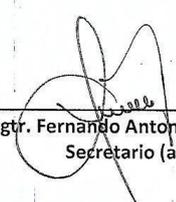
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

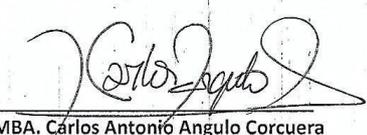
Aprobado por Unanimitad

Siendo las 12:25 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.

Pimentel 18 de diciembre del 2018


MBA. Manuel Lorenzo Germán Cáceres
Presidente


Mgtr. Fernando Antonio Arriola Jiménez
Secretario (a)


MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
Vocal

DEDICATORIA

No hay motivación más grande para una madre que un hijo, este esfuerzo va dedicado para ti, porque cada día aprendo muchas cosas de ti, a pesar de ser aún muy pequeño, tus ganas de querer lograr todo lo que te propones, me enseñan a mí a no rendirme y a seguir adelante, eres mi mayor motivación Lorenzo, y cada logro que tenga en la vida, serán firmados con tu nombre.

Katherin, C.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Nuestro Redentor por las fuerzas que siempre me brinda para seguir luchando por mis metas, a mis padres Sara y José por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida, gracias por siempre estar cuando más necesitaba de alguien, de la misma manera tengo mucho que agradecer a mi hermana mayor Paola, por no dejarme que me rinda jamás, y por último y sin ser el menos importante en todo este esfuerzo, gracias hijo por iluminar con tu sonrisa cada objetivo que me propongo.

Katherin, C.

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento a las normas de grados y título de la Universidad Cesar Vallejo, expongo ante ustedes la tesis titulada “BRANDING Y SU RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA MI NUEVO MUNDO PIMENTEL CHICLAYO, 2017”, la misma que impongo a vuestra apreciación y espero que cumpla el requerimiento de aprobación para alcanzar el título profesional de licenciada en Administración.

Katherin R. Cieza Iturregui.

Índice

ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN.....	vi
Índice	vii
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
I.1. REALIDAD DE LA PROBLEMÁTICA.....	14
I.2. TRABAJOS PREVIOS	17
Internacional.....	17
Nacional	19
Locales	21
I.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA	23
I.3.1. Branding.....	23
I.3.1.1. Dimensiones del Branding	23
I.3.2. Posicionamiento	25
I.3.2.1. Dimensiones del Posicionamiento.....	25
I.3.2.2. Proceso de posicionamiento	26
I.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	27
I.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	27
I.6. HIPÓTESIS.....	28
I.7. OBJETIVOS	28
I.7.1. OBJETIVOS GENERAL.....	28
I.7.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	28
II. MÉTODO.....	29
II.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
II.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	30
II.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	33
II.3.1. Población.....	33
II.3.2. Muestra.....	33

II.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	33
II.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	34
II.6. ASPECTOS ÉTICOS	35
III. RESULTADOS.....	36
III.1. Resultados de las encuesta aplicada.....	¡Error! Marcador no definido.
III.2. RESULTADOS DE ALFA DE CRONBACH.....	55
III.3. RESULTADO DE RELACIÓN DE VARIABLES	55
IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES	60
VII. REFERENCIAS	61
VIII. ANEXOS.....	66
TURNITIN.....	82
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS... ..	83
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.....	84

Índice De Tablas

Tabla 1. Variables	30
Tabla 2. Variable Independiente	31
Tabla 3. Variable Dependiente	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4. Número De Alumnos Por Aula	33
Tabla 5. Criterios Éticos De La Investigación.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6. Nivel De Preferencia Hacia Los Clientes De La Institución Mi Nuevo Mundo	36
Tabla 7. Nivel De Reconocimiento De La Institución Mi Nuevo Mundo En Un Sector Determinado	37
Tabla 8. Nivel De Cambios Relevantes En Su Infraestructura Y Equipamiento De La Institución Mi Nuevo Mundo	38
Tabla 9. Nivel De Reconocimiento De La Marca Y El Logo En El Sector Educación De La Institución Mi Nuevo Mundo	39
Tabla 10. Nivel De Posicionamiento De La Institución Mi Nuevo Mundo Por Lo Colores Establecidos En La Marca	40
Tabla 11. Nivel De Cumplimiento De Los Servicios Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo	41
Tabla 12. Nivel De Seriedad Y Confianza Que Brinda Al Cliente La Institución Mi Nuevo Mundo	42
Tabla 13. Nivel De Recomendación De La Institución Mi Nuevo Mundo	43
Tabla 14. Nivel De Representación De La Imagen De La Institución Mi Nuevo Mundo En La Ciudad	44
Tabla 15: Nivel De Reconocimiento Por La Ubicación Estratégica En La Ciudad	45
Tabla 16. Nivel De Preferencia De Los Clientes De La Institución Mi Nuevo Mundo	46
Tabla 17. Nivel De Descuentos Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo A Sus Clientes Frecuentes	47
Tabla 18. Nivel De Servicios De Calidad Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo	48
Tabla 19. Nivel De Valor Agregado Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo En Sus Servicios	49
Tabla 20. Nivel De Ofertas, Promociones, Descuentos Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo A Sus Clientes	50
Tabla 21. Nivel De Distinción De Servicios De La Institución Mi Nuevo Mundo Hacia La Competencia	51

Tabla 22. Nivel De Eventos Y Actividades Que Realiza La Institución Mi Nuevo Mundo Para Posicionar Su Marca52

Tabla 23. Nivel De Reconocimiento Por La Calidad De Sus Servicios Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo53

Tabla 24. Valoración De Concordancia En Precios Establecidos Por La Institución Mi Nuevo Mundo Sobre El Alcance De Los Usuarios A Diferencia De La Competencia54

Tabla 25. Estadísticas De Fiabilidad **Error! Marcador no definido.**

Índice De figuras

- Figura 1.* Nivel De Preferencia Hacia Los Clientes De La Institución Mi Nuevo Mundo36
- Figur 2.* Nivel De Reconocimiento De La Institución Mi Nuevo Mundo En Un Sector Determinado37
- Figura 3.* Nivel De Cambios Relevantes En Su Infraestructura Y Equipamiento De La Institución Mi Nuevo Mundo38
- Figura 4.* Nivel De Reconocimiento De La Marca Y El Logo En El Sector Educación De La Institución Mi Nuevo Mundo39
- Figura 5.* Nivel De Posicionamiento De La Institución Mi Nuevo Mundo Por Lo Colores Establecidos En La Marca40
- Figura 6.* Nivel De Cumplimiento De Los Servicios Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo41
- Figura 7.* Nivel De Seriedad Y Confianza Que Brinda Al Cliente La Institución Mi Nuevo Mundo42
- Figura 8.* Nivel De Recomendación De La Institución Mi Nuevo Mundo43
- Figura 9.* Nivel De Representación De La Imagen De La Institución Mi Nuevo Mundo En La Ciudad44
- Figura 10.* Nivel De Reconocimiento Por La Ubicación Estratégica En La Ciudad45
- Figura 11.* Nivel De Preferencia De Los Clientes De La Institución Mi Nuevo Mundo46
- Figura 12.* Nivel De Descuentos Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo A Sus Clientes Frecuentes47
- Figura 13.* Nivel De Servicios De Calidad Que Brinda La Institución Mi Nuevo Mundo48
- Figura 14.* Nivel De Valor Agregado Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo En Sus Servicios49
- Figura 15.* Nivel De Ofertas, Promociones, Descuentos Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo A Sus Clientes50
- Figura 16.* Nivel De Distinción De Servicios De La Institución Mi Nuevo Mundo Hacia La Competencia51
- Figura 17.* Nivel De Eventos Y Actividades Que Realiza La Institución Mi Nuevo Mundo Para Posicionar Su Marca52
- Figura 18.* Nivel De Reconocimiento Por La Calidad De Sus Servicios Que Ofrece La Institución Mi Nuevo Mundo53
- Figura 19.* Valoración De Concordancia En Precios Establecidos Por La Institución Mi Nuevo Mundo Sobre El Alcance De Los Usuarios A Diferencia De La Competencia54

RESUMEN

La reciente investigación se conforma en el estudio de Branding y Posicionamiento de la Institución Educativa Privada Mi Nuevo Mundo Pimentel Chiclayo.

Su objetivo primordial de esta investigación es diagnosticar la relación entre Branding y el posicionamiento. Esta investigación es de tipo Correlacional, no experimental, con una población de 60 padres de familia, se utilizó de instrumento el cuestionario, lo que nos hizo recolectar información necesaria para llegar a confirmar la relación que existe entre el Branding y el Posicionamiento.

Los resultados demostraron la correlación entre las dos variables a través del análisis de correlación de Pearson arrojando un resultado de 0.654, lo cual indica que el Branding tiene relación con el posicionamiento en la Institución Educativa Privada Mi Nuevo Mundo Pimentel Chiclayo, tal y como se indica en la H1.

Se llegó a la terminación que la Institución Educativa Privada Mi Nuevo Mundo a pesar de tener tiempo en el mercado, aún no logra posicionar su marca, esto es por la falta de actividades o eventos que ayuden al reconocimiento de la misma, de la misma manera se identificó que la institución no brinda promociones o beneficios que ayuden que los padres de familia se lleguen a identificar con la Institución.

Por lo cual se recomienda considerar los elementos del branding que se relacionen con el posicionamiento de la marca de la Institución Educativa Privada Mi Nuevo Mundo, para poder lograr los objetivos que se desea.

ABSTRACT

The recent investigation conforms in Branding's study and Positioning of the Educational Private Institution My New World Pimentel Chiclayo. His basic aim of this investigation is to diagnose the relation between Branding and the positioning. This investigation is of type Correlacional, not experimental, with a population of 60 family parents, the questionnaire was in use of instrument, which made us gather necessary information to manage to confirm the relation that exists between the Branding and the Positioning.

The results demonstrated the correlation between both variables across the analysis of Pearson's correlation throwing a result of 0.654, which indicates that the Branding has relation with the positioning in the Educational Private Institution My New World Pimentel Chiclayo, as is indicated in the H1. It came near to the completion that the Educational Private Institution My New World in spite of having time on the market, still does not achieve to position his brand, this is for the lack of activities or events that help to the recognition of the same one, of the same way there was identified that the institution does not offer promotions or benefits that help that the family parents should manage to identify with the Institution.

By which it is recommended to consider to be the elements of the branding that should relate to the positioning of the brand of the Educational Private Institution My New World, to be able to achieve the aims that are wished.