



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Estrategia de promoción y posicionamiento de la empresa FERPAU SAC. - “Clínica
Dental Famadent”, Comas, Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTOR:

Alvarez Aguirre, Brando Samuel (ORCID: 0000-0002-8607-9092)

ASESOR:

Mg. Vásquez Machuca, Segundo Norbi (ORCID: 0000-0001-9690-3009)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing estratégico y operativo

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi madre, por siempre aconsejarme y brindarme su apoyo incondicional y a mi padre que me sigue guiando desde el cielo y deseando lo mejor en mi vida personal y profesional.

Agradecimiento

A mi asesor, por su colaboración y motivación en el desarrollo de la presente tesis.

A mis profesores de todos los ciclos, por compartir sus experiencias y enseñanzas.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Brando Samuel Alvarez Aguirre con DNI 48247129 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que redacto es veraz y auténtica.

Además, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en esta tesis son auténticos y veraces.

Por lo tanto, 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 las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 04 de julio de 2019



Brando Samuel Alvarez Aguirre

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1 Tipo y Diseño de investigación	10
2.2 Operacionalización de variables	10
2.3 Población, muestra y muestreo.....	13
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
2.5 Procedimiento.....	15
2.6 Métodos de análisis de datos	15
2.7 Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN.....	26
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	34

RESUMEN


El presente trabajo de investigación buscó conocer la relación que existe entre la Estrategia de promoción y el Posicionamiento de la empresa FERPAU SAC – “Clínica dental Famadent”, Comas, Lima, 2019. La presente investigación es de tipo Aplicada, de nivel descriptivo correlacional, se utilizó el diseño no experimental, en una muestra de 285 personas. La validez de los instrumentos se obtuvo mediante el análisis de juicio de expertos y confiabilidad por el Alfa de Cronbach. Además, se obtuvieron resultados que demuestran el análisis descriptivo a través de las tablas y figuras, y para la prueba de hipótesis general y específica, se utilizó el coeficiente de correlación Rho Spearman. Por ende, los resultados demostraron que existe una relación positiva entre la Estrategia de promoción y Posicionamiento de la empresa FERPAU SAC – “Clínica dental Famadent”, Comas, Lima, 2019. (Rho Spearman = 0.776). Por otra parte, se muestra que la variable Posicionamiento tiene una relación de manera positiva con las dimensiones promoción de ventas, ventas personales, publicidad y relaciones públicas.

Palabras claves: estrategia, promoción, posicionamiento

ABSTRACT

The present research work search to know the relationship that exists between the promotion strategy and the positioning of the company FERPAU SAC - "Famadent dental clinic", Comas, Lima, 2019. The present research is of the Applied type, descriptive correlational level, the non-experimental design was used, in a sample of 285 people. The validity of the instruments was obtained through the analysis of expert judgment and reliability by Cronbach's Alpha. Also, results were obtained that demonstrate the descriptive analysis through the tables and figures, and for the specific general and hypothesis test, the Rho Spearman correlation coefficient was used. Therefore, the results showed that there is a positive relationship between the Strategy of promotion and Positioning of the company FERPAU SAC - "Famadent Dental Clinic", Comas, Lima, 2019. (Rho Spearman = 0.776). On the other hand, it is shown that the positioning has a positive relationship with the sales promotion, personal sales, advertising and public relations dimensions.

Keywords: strategy, promotion, positioning

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-09-2018 Página : 1 de 2
--	--	---

Yo, ROJAS CHACÓN, VICTOR HUGO, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la Universidad César Vallejo, sede Los Olivos, revisor de la tesis titulada

"ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA FERPAU SAC.- CLÍNICA DENTAL FAMADENT, COMAS, LIMA, 2019", del (de la) estudiante ALVAREZ AGUIRRE, BRANDO SAMUEL constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 04 de julio del 2019



[Handwritten Signature]
Mgtr. Rojas Chacón, Víctor Hugo
Asesor de Investigación de la
EP Marketing y Dirección de Empresas
DNI: 09621351

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------