



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Facultad De Ciencias Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración

**LA PUBLICIDAD Y SU EFECTO EN EL POSICIONAMIENTO
DE LA MARCA LYVI GYM EN LA CIUDAD DE TARAPOTO
EN EL AÑO 2011.**

Tesis que presenta el Bachiller:

HERACLITO JIMY, DEL ÁGUILA FLORES

Para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

ASESORES: LIC. ADM. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI

LIC. ANA LUISA RENGIFO VARGAS

TARAPOTO – PERÚ

2012

DEDICATORIA:

Me gustaría dedicar esta Tesis a toda mi familia.

Para mis padres, por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Para mi esposa: a ella especialmente le dedico esta Tesis. Por su paciencia, por su comprensión, por su empeño, por su fuerza, por su amor, por ser tal y como es. Es la persona que más directamente ha sufrido las consecuencias del estudio realizado. Realmente ella me llena por dentro para conseguir un equilibrio que me permita dar el máximo de mí. Nunca le podré estar suficientemente agradecido.

Para mi hijo. Su concepción ha coincidido con el inicio de mis estudios. El es lo mejor que nunca me ha pasado, y ha venido a este mundo para darme el último empujon para terminar mis estudios. Es sin duda mi referencia para el presente y para el futuro.

A todos ellos,

Muchas gracias de todo corazón.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

BIBLIOTECA

CODIGO: 157

ADM-P1

E1

N° DE LIBRO: _____

FECHA: 22.02.13 :

PRESENTACIÓN:

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR

Cumpliendo con las disposiciones vigentes emanadas por el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, someto a vuestro criterio profesional la evaluación del presente trabajo de investigación intitulado: “LA PUBLICIDAD Y SU EFECTO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA LYVI GYM EN LA CIUDAD DE TARAPOTO EN EL AÑO 2011” elaborado con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración buscando desarrollar en ellos: actitudes, capacidades intelectuales y competencias que le permitan dar soluciones rápidas y precisas a los problemas empresariales haciendo uso de las normas, principios, procesos y procedimientos que se encargan de regular el aspecto administrativo de la empresa, haciendo indagaciones tanto en los conceptos teóricos como prácticos de la carrera de administración.

El informe contiene el desarrollo integro y descriptivo de las investigaciones realizadas a lo largo sobre la publicidad y el posicionamiento de marca de la mencionada empresa, mencionando datos referentes a la misma con el objetivo de dar a conocer los resultados obtenidos acerca del estudio realizado.

Teniendo en cuenta que el Desarrollo de Tesis, actualiza al estudiante sobre la realidad del trabajo empresarial, permitiéndonos conceptualizar la teoría desde la práctica y viceversa dando mayor significatividad a los aprendizajes, además da la experiencia necesaria para poder enfrentar próximas responsabilidades y desempeñar nuestra carrera en cualquier institución con eficiencia destreza y creatividad.

Como toda obra humana, se encontrará en él algunas imperfecciones. Confiado en la indulgencia y en la gran sensibilidad humana que los caracteriza y con la convicción de que se le otorgará el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, les agradezco por anticipado las sugerencias y apreciaciones que brinden a la investigación.

AGRADECIMIENTOS:

En primer lugar, quisiera agradecer enormemente a la Universidad Cesar Vallejo por abrirme las puertas para poder culminar mi carrera universitaria en esta modalidad de Experiencia Laboral y a su plana docente por todo lo que me han enseñado.

Deseo manifestar mi agradecimiento a aquellos con los que he compartido en estos años, Tamara de los Santos (mi esposa), Daniel del Águila (mi hijo), por soportar mis cambios de humor pacientemente. Además a mis compañeros de aula, por compartir conmigo sus experiencias.

Quiero agradecer a mis padres, Josías y Mirian, a mi hermana Ysabel del Águila, que se han interesado por mí, preocupándose por mis estudios, alentándome en los momentos más difíciles y disfrutando conmigo de las buenas etapas. Quiero dar las gracias también a mis demás hermanos y a varios amigos que han influido de formas diferentes para culminar esta etapa de mi vida, Muchas gracias de todo corazón.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Presentación.....	.iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración jurada.....	vii
Resumen.....	viii, ix
Abstract.....	x
Introducción.....	xi

I. Marco Metodológico

1.1	El Problema.....	12
1.1.1	Selección del Problema.....	12
1.1.2	Antecedentes del Problema.....	14
1.1.3	Formulación del Problema.....	19
1.1.4	Justificación.....	20,21
1.1.5	Limitaciones.....	21,22
1.2	Objetivos.....	22,23
1.3	Hipótesis.....	23
1.4	Variables e Indicadores.....	24
1.5	Diseño de la Ejecución.....	25
1.5.1	Tipo de Diseño.....	25
1.5.2	Población – Muestra.....	25
1.5.3	Técnicas, Instrumentos, Fuentes de Información.....	26
1.5.4	Procesamiento de datos.....	26

II. Marco Referencial Científico

2.1	Marco Teórico.....	27
2.2	Marco conceptual.....	53

III. Descripción de Resultados.....54

IV. Contrastación de Hipótesis.....69,70

V.	Discusión de Resultados	71,72
VI.	Conclusiones y Recomendaciones	
6.1	Conclusiones	73
6.2	Recomendaciones	74
VII.	Referencias Bibliográficas y Anexos	
7.1	Bibliografía.....	75,76
7.2	Anexos.....	77
7.2.1	Guía de Entrevista – Publicidad utilizada.....	77,78
7.2.2	Encuesta para el Posicionamiento.....	79,80

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

El suscrito, Bachiller: **HERACLITO JIMY DEL AGUILA FLORES**, identificado con **DNI N° 41594257** y con domicilio legal en el Jr. Ramón Castilla N° 812 del distrito de la Tarapoto, provincia y departamento de San Martín, declaro bajo juramento lo siguiente:

Ser el autor de la presente investigación titulada **“LA PUBLICIDAD Y SU EFECTO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA LYVI GYM EN LA CIUDAD DE TARAPOTO EN EL AÑO 2011”**, la cual reporta datos originales obtenidos de fuentes primarias de manera expresa para resolver el objetivo propuesto y no constituye plagio alguno. Las referencias y citas de otros autores han sido consignadas siguiendo la metodología establecida y de faltar a la verdad me someto a las leyes y normas que rigen la propiedad intelectual en la República.

Tarapoto, Julio del 2012

Heráclito Jimy Del Aguila Flores
DNI 41594257

RESUMEN

Esta investigación se orienta a la evaluación de la publicidad y su efecto en el posicionamiento de la marca Lyvi Gym, ubicada en el distrito de Tarapoto. En el desarrollo de esta investigación se validó en lo referente a la publicidad en la teoría de **Lamb, Hair y McDaniel, (2002)**, que señalan que es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece, en la teoría de **Laura Fisher, (2000)** sobre Posicionamiento de marca, señala que el posicionamiento intenta ocupar un lugar en la mente de los consumidores, y tratar de ganar todo lo que hace que el consumidor se identifique con un producto Utilizando sus dimensiones y todos sus indicadores, los cuales han sido adaptados y priorizados según la realidad de la empresa en estudio, con ello podemos comprobar la relación existente entre la publicidad y el posicionamiento de marca. La encuesta es el instrumento principal en el posicionamiento de marca, estructurado con preguntas cerradas y abiertas dirigidas a los clientes ó usuarios de la empresa en estudio, también se una entrevista formulo sobre la publicidad dirigido al encargado de marketing, en este caso al mismo administrador.

En el análisis de los resultados se evidencia que la publicidad utilizada por la marca Lyvi Gym ha sido caracterizada como competitiva la que tiene por efecto contrarrestar la competencia, por lo que la presente investigación establece una utilización de los medios publicitarios en un nivel de medianamente importante, considerándola que es adecuada para el giro del negocio. En lo que respecta a la evaluación del posicionamiento de la marca Lyvi Gym, tiene como resultado un nivel considerado alto si se tiene en cuenta las dimensiones estudiadas referentes a las características del servicio, a la relación precio-calidad, la utilidad o beneficios del servicio, los estilos de vida, y el posicionamiento con respecto a la competencia. Este estudio servirá como base para futuras investigaciones, su propósito es dar a conocer cuán importante es la publicidad para mejorar el posicionamiento de marca en el mercado competitivo. Todo ello con el fin de buscar un mejoramiento continuo que se vea reflejado en la utilidad y eficiencia de las empresas.

Finalmente, se propuso recomendaciones que servirán para profundizar y abordar los indicadores de la participación en la toma de decisiones y a las mejoras de la publicidad para lograr un mejor posicionamiento de la marca.

ABSTRACT

This research is orient to the publicity evaluation and its effect in the possession of the Lyvi Gym marc ubicated in Tarapoto´s district. The development of this research is validated referring to the publicity in the theory of de **Lamb, Hair y McDaniel**, (2002), they point that publicity is a scientific discipline and its goal is to persuade at goal public with a commercial message with the end they take the determination of the buy of a product or service that a enterprise offer, in the **Laura Fisher´s** theory, (2000) about the mark´s possession, she point the mark´s possession tries to occupy in the mind of the consumers and to try min all the way that consumer is identify with a product using its dimensions and all its indicates and they has been adapted and prioritized according to the enterprise´s reality in study, with that we can check the relation that there are between, the publicity and the mark´s possession. The survey is the principal instrument in the possession mark´s, organized with closed and open questions to the clients or consumers of the enterprise in study. Also is formulated a interview to marketing manager about publicity in this case at same Lyvi Gym manager.

In the analysis of the results we can see that the publicity used by the Lyvi Gym mark has been characterize like competitive that has by effect to counteract the competition, for this reason this research establish an use of the means publicities in an medium important level, this consider that is adapted for the turn of business. About the evaluation of possession of the Lyvi Gym mark, has like result a level considerate top if its has in consideration the dimensions studied referring to the characteristic of the service to the relation price – quality, usefulness or benefits of service, the live style and the possession with respect to the competition.

This study will service like base for research futures, its goal is give to know, the publicity´s importance to improvement the mark´s possession in the competitive market. All that with the end of search a continuous improvement that see to reflected in the usefulness and efficient of the enterprises.

Finally is proposed recommendations that will service to deepen and to approach the indicate of participation of decisions and the improvement of the publicity to get a better mark´s possession.