

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**"FACTORES QUE DETERMINAN EL RELANZAMIENTO DE LA
POLLERÍA BOLÍVAR DE HÚSARES PARA MEJORAR SU
COMPETITIVIDAD EN EL PERIODO 2012"**

INFORME DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN I

**AUTOR:
GADEA ARROYO OLIVER ALONSO**

**ASESOR:
Dra. CALVANAPON ALVA, FLOR ALICIA
Mg. GARCÍA GUTTI, ALAN**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ
2013**

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

DEDICATORIAS

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud y sabiduría para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mi abuela, quien ha sabido guiarme día a día, pero más que todo por su amor.

A mi familia por el apoyo y las ganas que me han brindado siempre para seguir adelante y poder tomar las mejores decisiones.

A mis amigos por ser parte importante del esfuerzo diario y del cariño incondicional que han brindado al paso de los años.

¡Gracias a ustedes!

AGRADECIMIENTOS

A mis maestros, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A la Universidad Cesar Vallejo y en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales por permitirme ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Por el presente documento el alumno Gadea Arroyo Oliver Alonso, ha elaborado la tesis denominada Factores que determinan el relanzamiento de la pollería bolívar de húsares para mejorar su competitividad en el Periodo 2012

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración, otorgado por la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo declara que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en el no existe plagio de naturaleza alguna, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier institución educativa o no.

Igualmente dejo expresa constancia que las citas tomadas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no he asumido como mías las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o de internet.

En caso de incumplimiento de esta declaración me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo y la facultad de ciencias Empresariales.

Trujillo, Julio del 2013.

Firma y DNI

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

Presento ante Uds. La Tesis titulada: "FACTORES QUE DETERMINAN EL RELANZAMIENTO DE LA "POLLERÍA BOLÍVAR DE HÚSARES" PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD EN EL PERIODO 2012" con la finalidad de identificar los factores que determinan que la Pollería Bolívar de Húsares necesita un relanzamiento de su marca, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requerimientos de aprobación.

GADEA ARROYO OLIVER ALONSO

INDICE

	Pág.
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PRESENTACIÓN.....	v
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I.- INTRODUCCIÓN.....	02
1.1 Justificación	03
1.2 El problema	04
1.3 Hipótesis	05
1.4 Objetivos	05
1.5 Antecedentes, fundamentación científica, técnica u humanística	06
Antecedentes.....	06
Marco teórico.....	21
Marco conceptual.....	40
II.-MARCO METODOLOGICO	
2.1 variables.....	45
2.1.1 Definición Conceptual.....	45
2.1.2 Definición operacional.....	46

2.3 Metodología	48
2.4 Diseño.....	48
2.5 Población y muestra	48
2.6 Método de investigación.....	49
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos....	49
2.8 Métodos de análisis de datos.....	51
2.9 Aspectos Éticos.....	51
III.- RESULTADOS	54
IV.- DISCUSIÓN.....	86
V.- CONCLUSIONES.....	90
VI.- SUGERENCIAS.....	93
VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	96
VIII.- ANEXO.....	100

RESUMEN

La investigación precisa la aplicación de un Plan de marketing para mejorar los aspectos de identificación y reconocimiento de la marca de la Pollería Bolívar de Húsares, para esto se ha identificado la situación actual de la empresa mediante un análisis aplicando el método descriptivo utilizando la técnica de entrevista al administrador de la Pollería Bolívar de Húsares con el propósito de identificar el nivel de competitividad de la empresa dentro del sector de comida rápida ; también se observó en el proceso las fuerzas internas con el objeto de proponer estrategias de marketing.

También se identificó el nivel de satisfacción de los clientes objetivos, el cual es de rango bajo pues hay necesidades que aún no están siendo satisfechas por la Pollería Bolívar de Húsares como son: La aplicación de promociones, innovación en la infraestructura del local en áreas de recreación y la seguridad e higiene de local.

En la investigación era clave precisar el nivel de identificación y reconocimiento de la marca Pollería Bolívar de Húsares, identificándose que esta se encuentra poco posicionada en la mente del consumidor, pues el cliente la ubica en tercer lugar o cuarto lugar como Pollería favorita a la que recurre en ocasiones especiales y una vez por semana.

En base a esto precisamos que la Pollería Bolívar de Húsares debe aplicar un plan de marketing pues esto le permitirá reestructurar las estrategias actuales de marketing que se aplican, así como mejorar aspectos del posicionamiento de la marca y la fidelización del cliente.

Las Palabras claves de la investigación son: Plan de Marketing, Identificación de la marca, Reconocimiento de la marca y Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

The precise investigation the application of a marketing Plan to improve the identification aspects and recognition of the mark of the Poultry Bolívar of Hussar, for this the current situation of the company has been identified by means of an analysis applying the descriptive method using the interview technique to the administrator of the Poultry Bolívar of Hussar with the purpose of identifying the level of competitiveness of the company inside the sector of quick food; it was also observed in the process the internal forces in order to proposing marketing strategies.

The level of the objective clients' satisfaction was also identified, which is then of low range is necessities that are not still being satisfied by the Poultry Bolívar of Hussar like they are: The application of promotions, innovation in the infrastructure of the local in recreation areas and the security and hygiene of local.

In the investigation it was key to specify the identification level and recognition of the mark Poultry Bolívar of Hussar, being identified that this he/she is little positioned in the consumer's mind, because the client locates it in third place or fourth place like favorite Poultry to which appeals in special occasions and once per week.

Based on this we specify that the Poultry Bolívar of Hussar should apply a plan of since marketing this will allow him to restructure the current strategies of marketing that are applied, as well as to improve aspects of the positioning of the mark and the client's fidelización.

The key Words of the investigation are: Plan of Marketing, Identification of the mark, Recognition of the mark and Satisfaction of the Client.