

Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA
MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LA
EMPRESA TRANSPORTES VEGAS”.

Tesis para obtener el título Profesional de Licenciado:

ADMINISTRACIÓN

Autores:

**ARRUNATEGUI PALACIOS ANA LUCIA
TORRES ROMERO MARIA ALEJANDRA**

Asesor:

Dr. BAYONA ESPINOZA RICARDO

Piura - Perú

2011

DEDICATORIA

A Dios.

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

A nuestras Madres.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A nuestros padres.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

¡Gracias a ustedes!

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestros más sinceros agradecimientos:

Al Señor Jesucristo y Dios, por enseñarnos el camino correcto de esta vida, guiándonos y fortaleciéndonos cada día con su paciencia y bondad y sobre todo con su Santo Espíritu.

A nuestros Padres y familiares por creer y confiar siempre en nosotros, apoyándonos en todas las decisiones que hemos tomado.

A nuestros profesores, por sus consejos y por compartir desinteresadamente sus amplios conocimientos y experiencia.

A nuestros compañeros y compañeras de clases, por el apoyo y motivación que de ellos hemos recibido.

Ana Lucía Arrunátegui Palacios

María Alejandra Torres Romero


PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:


Cumpliendo con las disposiciones vigentes emanadas por el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la Escuela Profesional de Administración, sometemos a vuestro criterio profesional la evaluación del presente trabajo de investigación titulado:

PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LA EMPRESA TRANSPORTES VEGAS.

Con la convicción que se le otorga el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, agradecemos por anticipado las sugerencias y apreciaciones que se brinda a la investigación.



Dr. Ricardo Bayona Espinoza



Lic. León Lerggios Juan
Pablo Miguel



Mg. Nelida Rodríguez de Peña

ÍNDICE

CARATULA.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
PRESENTACIÓN.....	4
ÍNDICE.....	5
Abstract.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.1.2 Formulación del problema.....	12
1.1.3. Justificación.....	12
1.1.4 Antecedentes.....	13
1.1.5 Objetivos.....	16
1.1.5.1 Genera.....	16
1.1.5.2 Específico.....	16
1.2 MARCO TEÓRICO.....	17
1.2.1 .Marco teórico.....	17
1.2.2 Marco conceptual.....	30
1.2.3 Marco Legal.....	32
2. MARCO METODOLÓGICO.....	34
2.1 Hipótesis.....	34
2.2 Variables.....	34
2.2.1 Definición Conceptual.....	34
2.2.2 Definición Operacional.....	34
2.3 Metodología.....	35
2.3.1 Tipos de estudio.....	36
2.3.2 Diseño.....	36
2.4 Población y Muestra.....	36
2.5 Métodos de Investigación.....	37

2.6 Técnicas para el análisis de los resultados.....	37
2.7 Métodos de análisis de datos.....	37
3. RESULTADOS.....	38
3.1 Reseña Histórica.....	38
3.2 Constitución.....	38
3.2.1 Estructura del MOF.....	39
3.3 Servicios que brinda la empresa.....	43
3.4 Análisis situacional de la empresa.....	44
3.4.1 Análisis Interno.....	44
3.4.2 Análisis Externo.....	50
3.4.2.1 Análisis del Macro entorno.....	50
3.4.2.2 Análisis del Micro entornó.....	56
3.4.3 Matriz FODA.....	77
4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	79
4.1 Contrastación de la Hipótesis.....	79
4.2 Propuesta del Plan de Marketing.....	80
4.2.1 Objetivos del Plan.....	80
4.2.1.1 Objetivo General.....	80
4.2.1.2 Objetivos Específicos.....	80
4.2.2 Estrategias de marketing	80
4.2.2.1 Estrategia de Calidad del servicio.....	80
4.2.2.2 Estrategia de servicio de atención al cliente.....	81
4.2.2.3 Estrategia de promoción.....	83
4.2.2.4 Estrategia de Imagen.....	83
4.2.2.5 Estrategia de publicidad.....	85
4.3 Revisión y control del Plan de Marketing.....	86
4.4 Cronograma de actividades de marketing.....	87
4.5 Presupuesto.....	88
5. CONCLUSIONES.....	89

6. COMENDACIONES.....	90
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	91
8. ANEXOS.....	93

RESUMEN

La calidad del servicio y la atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. Así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a estos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona.

La investigación realizada esta encaminada a la elaboración de un Plan de Marketing a partir de un estudio de mercado y que tienda a mejorar la calidad de servicio en la empresa Transportes Vegas EIRL

El trabajo de campo permitió determinar el nivel promedio en cuanto a calidad de servicio que brinda la empresa, asimismo el análisis situacional arroja una gestión deficiente por parte de la administración considerándose la debilidad mayor.

Para la recopilación de la información se ha utilizado la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección, la investigación es descriptiva y la unidad de análisis la conformo la personas que viajan a la ciudad de Ayabaca.

Las conclusiones más importantes a que lleva el estudio es que la calidad de servicio que se brinda en la empresa es regular, lo que permite plantear un Plan de Marketing con estrategias direccionadas a mejorar este servicio.

ABSTRACT

Service quality and customer service is a process designed to achieving total satisfaction of the requirements and needs of them. As well as attracting an increasing number of customers through such positioning, leading to these free advertising to make person to person.

The research is designed to developing a marketing plan based on market research and which tends to improve the quality of service in the company Transportes Vegas EIRL

The field work possible to determine the average level in terms of quality of service that offers the company, and situational analysis yields poor management by the administration considered the greatest weakness.

For the collection of information has been used a survey as a technique and the questionnaire as a means of collection, the research is descriptive and the unit of analysis as a person traveling to the city of Ayabaca.

The most important conclusions leading the study is that the quality of service provided in the company is regular, which allows to propose a marketing plan with strategies delivered to improve this service.