



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la
dulcería “La Esquina” en la ciudad de Piura

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Bach. DESULOVICH VARILLAS, PEDRO ANTONIO

ASESOR:

Mg. LEON LERGGIOS, JUAN PABLO MIGUEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

PIURA – PERÚ

2013

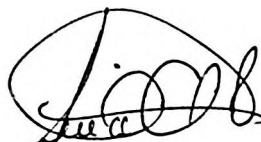
JURADO CALIFICADOR



Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pachette
PRESIDENTE



Mg. Juan Pablo Miguel León Lerggios
SECRETARIO



Dra. Blanca Lina Álvarez Luján
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres y abuelos, pues gracias a ellos, a base de esfuerzo constancia y dedicación me encuentro en la etapa final de mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por el apoyo brindado en estos 5 años de carrera universitaria, a Dios por darme la fortaleza necesaria para superar las dificultades que se presentan en el día a día y permitirme superar cada una de ellas sin haber dado jamás un paso al costado.

Agradezco también a los profesores de la universidad Cesar Vallejo filial Piura por los conocimientos y enseñanzas compartidas a lo largo de los 5 años de estudios.

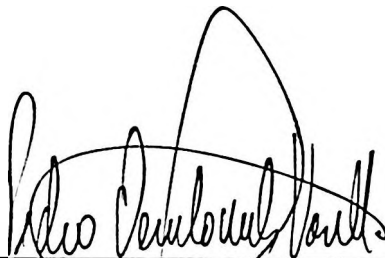
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Pedro Antonio Desulovich Varillas con DNI N° 46439433, 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 Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, 12 de agosto de 2013



Bach. Pedro Antonio Desulovich Varillas

PRESENTACIÓN

Sres. miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la dulcería “La Esquina” en la ciudad de Piura”.

Esta Tesis ha sido desarrollada con la finalidad de elaborar un Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la dulcería “La esquina” en la ciudad de Piura, en el cumplimiento del Reglamento de Grados y Titulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Admistracion.

De ante mano agradezco sus sugerencias y observaciones, esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Pedro Antonio Desulovich Varillas

ÍNDICE

Carátula.....	1
Página del jurado.	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.	4
Declaratoria de autenticidad.	5
Presentación.....	6
Índice	7
Resumen.	10
Abstract.....	11
1. Introducción.	14
Justificación.	15
1.1. Problema.	15
1.2. Hipótesis.	16
1.3. Objetivos.	16
Marco teórico.....	17
Matriz de consistencia.	26
2. Capítulo II.	27
Marco metodológico.	27
2.1. Variables.	27
2.2. Operacionalización de variables.	28
2.3. Metodología.	28
2.4. Tipos de estudio.	28
2.5. Diseño.	28
2.6. Población, muestra y muestreo.	28
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	30
2.8. Métodos de análisis de datos.	30
3. Capítulo III.	31
Resultados.....	31
3.1. Análisis del entorno.	31
3.1.1. Análisis del entorno general.	31

3.1.1.1.	Demográfico.....	31
3.1.1.2.	Económico.....	31
3.1.2.	Análisis del entorno específico.....	32
3.1.2.1.	Competencia.....	34
3.1.2.2.	Clientes, consumidores.....	47
3.2.	Análisis interno.....	73
3.2.1.	La empresa.....	73
3.2.2.	Análisis FODA.....	75
3.2.3.	Misión y visión.....	75
3.2.4.	Objetivos.....	76
3.2.5.	La estrategia genérica.....	76
3.2.6.	La ventaja comparativa y la ventaja competitiva.....	76
3.2.7.	La estructura organizacional.....	77
3.3.	La investigación de mercado.....	78
3.4.	Formulación estratégica de marketing.....	92
3.4.1.	Estrategias de segmentación.....	92
3.4.2.	Estrategias de ampliación de giro.....	94
3.4.3.	Estrategia de posicionamiento y competencia.....	95
3.4.4.	Estrategia de control.....	97
3.5.	La mezcla de marketing.....	98
3.5.1.	Producto.....	98
3.5.2.	Precio.....	99
3.5.3.	Plaza.....	99
3.5.4.	Promoción.....	100
3.6.	Análisis económico – financiero.....	101
4.	Capítulo IV.....	104
	Discusión.....	104
5.	Capítulo V.....	107
	Conclusiones.....	107
6.	Capítulo VI.....	109
	Recomendaciones.....	109

7. Capítulo VII.....	111
Referencias bibliográficas.	111
Anexos.	112

RESUMEN

El plan de marketing es un documento escrito en el que se establecen las estrategias y acciones de marketing para cumplir los objetivos del área y de la empresa en un determinado periodo de tiempo, en este caso el plan de marketing se enfoca en mejorar el posicionamiento de la dulcería “La Esquina” en la ciudad de Piura; un plan de marketing consta de cuatro puntos importantes: El análisis de la situación, en el que comprende el análisis interno y externo de la empresa, la investigación de mercados, que comprende el proceso para obtener la información necesaria para una adecuada toma de decisiones de marketing, la formulación estratégica de marketing, en la que se establecen las estrategias de segmentación de mercados, de posicionamiento, de crecimiento y de competencia, además presenta la mezcla de marketing que comprende las 4P: producto precio plaza y promoción, por último la evaluación económico-financiera, en la que se incluyen los supuestos financieros de la empresa. La población que se analizó fue la de los distritos de Piura y Castilla en la ciudad de Piura, teniendo un total de 384,055 habitantes por los dos distritos. Las técnicas de recolección de datos fueron las encuestas, tomando como muestra a 384 habitantes de los distritos antes mencionados, dichas encuestas fueron procesadas en el programa estadístico informático SPSS, los resultados de la investigación reflejaron que a pesar del corto tiempo con el que cuenta la dulcería “La esquina” en el mercado, se encuentra en el segundo lugar tanto en preferencia como en nivel de conocimiento, por tanto un Plan de marketing ayudaría sobremanera en mejorar el posicionamiento de la misma.

Palabras clave: Plan de marketing, posicionamiento, empresa.

ABSTRACT

The marketing plan is a written document establishing marketing strategies and actions to meet the objectives of the area and the company in a given period of time, in this case the marketing plan focuses on improving the positioning of the candy store "La Esquina" in the city of Piura

A marketing plan consists of four points: The analysis of the situation, which includes the internal and external analysis of the company, the market research, which includes the process of obtaining the necessary information for proper decision making marketing, strategic marketing formulation in establishing strategies for market segmentation, positioning, growth and competition, featuring the marketing mix comprising the 4Ps: product price place and promotion; Finally the evaluation economic and financial, which includes the company's financial assumptions.

The population analyzed was that of Piura and Castilla districts in the city of Piura, taking a total of 384.055 inhabitants of the two districts. The data collection techniques were surveys, taking as sample to 384 inhabitants of the districts mentioned above.

Keywords: marketing plan, positioning, business