



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA “TALLAN”
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JOYERIA EN LA
CIUDAD DE CATACAOS, DEPARTAMENTO DE PIURA 2012 - 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

LEDESMA MORE, ANA VALERIA

ASESOR:

DR. SALDARRIAGA PACHERRE, MIGUEL GLICERIO

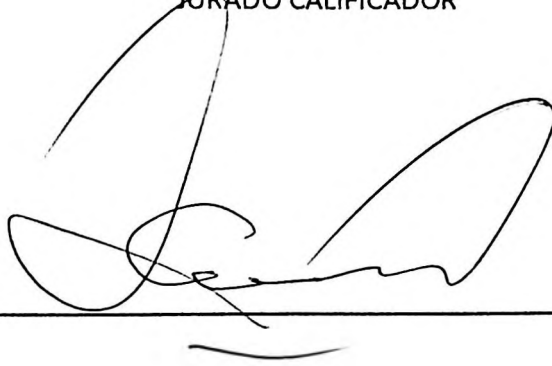
LINEA DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE MARKETING

PIURA-PERÚ

2013

JURADO CALIFICADOR



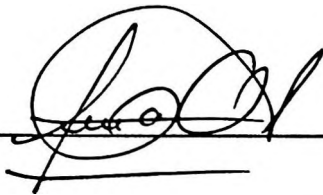
Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pacherre

PRESIDENTE



Mg. Juan Pablo M. León Lerggios

SECRETARIO



Dra. Blanca Lina Álvarez Lujan

VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres Javier y Fany por sacarme adelante, por entregarme toda su confianza, por que en cada paso que doy siempre están a mi lado.

A mis abuelos Herminia y Manuel, a mi tía Irma y a mis hermanos Javier , Daniel y Rodrigo que día a día me brindan su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A toda mi familia por apoyarme en todo momento.

A mis asesores Mg. Juan Pablo León Lerggios y al Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pacherre, por guiarme en cada paso de la elaboración de mi tesis, por brindarme su ayuda y apoyo incondicional y a cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de la tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Ana Valeria Ledesma More con DNI º 46529064, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de julio del 2013



ANA VALERIA LEDESMA MORE

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada "Plan de Marketing para la empresa "Tallan" productora y comercializadora de joyería en la ciudad de Catacaos, departamento de Piura 2012 – 2013", con la finalidad de ,en cumplimiento del Reglamento de Grados y Titulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título profesional de Licenciada en Administracion.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora

ÍNDICE

CARÁTULA	i
JURADO CALIFICADOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO METODOLÓGICO	29
2.1. Variables	29
2.2. Metodología	29
2.3. Tipo de Estudio	29
2.4. Diseño de Investigación	29
2.5. Población, muestra y muestreo	29
2.6. Método de Investigación	30
2.7. Técnicas de recolección de datos	30
2.8. Métodos de análisis de información	30
III. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	58
VI. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	61
VII. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	62
IV. PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING	63
ANEXOS	73

RESUMEN

Una joyería es esencialmente un establecimiento donde se realizan actividades dedicadas a diseñar y elaborar joyas, tanto como son aretes, anillos, cadenas, pulseras, dijes, pero también se dedica a elaborar adornos en filigrana como pisa papeles, cuadros, entre otros. El objetivo del trabajo es desarrollar un plan de marketing para la empresa "Tallan" que oriente adecuadamente la gestión comercial, cuyos objetivos específicos son analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a través de un análisis tanto externo como interno de la empresa. Asimismo pretende analizar y determinar el posicionamiento que tiene la empresa en el mercado, posteriormente desarrollar estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa. La metodología utilizada para la recolección de datos fue la encuesta para poder conocer la percepción, los gustos y preferencias de los clientes.

Palabras claves: Plan de marketing y gestión comercial.

ABSTRACT

A jewelry is essentially an establishment where the activities are dedicated to designing and crafting jewelry, as much as earring, rings, chains, bracelets, pendants, but also it elaborate filigree ornaments and paperweights, pictures and more. The aim of this work is to develop a marketing plan for the compaing "Tallan" to guide proper business management, whose objetives are to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats, through an external and internal analysis of the company. It also aims to analyze and determine the positioning that the company has in the market, then develop marketing strategies for the positioning of the company. The methodology used for data collection was a survey an order to understand the perception, tastes and preferences to the customers.

Keywords: Plan marketing and commercial management.