



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y SU RELACIÓN EN EL POSICIONAMIENTO
DE LA MARCA STARBUCKS EN EL DISTRITO BELLAVISTA- CALLAO, AÑO
2017.”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA DE ADMINISTRACIÓN

AUTORA

RAMIREZ CARRILLO, MARIA DEL ROSARIO

ASESOR

DR. DÀVILA ARENAZA VICTOR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERU

Año 2017

Página del Jurado

DR.DAVILA ARENAZA VICTOR

Presidente

DR.DIAZ SAUCEDO ANTONIO

Secretario

DR.NARCISO FERNANDEZ SAUCEDO

Vocal

Dedicatoria

A dios por darme la fuerza, protección y sabiduría para poder seguir adelante en cada obstáculo que se me presenta en mi camino y a lo largo de mi vida. A mi padre Wilmer Ramírez Flores y a mi madre Diana Carrillo Torres por brindarme valores y educación y hacer de mí la persona que soy ahora.

Agradecimiento

Mi agradecimiento a la empresa Starbucks Coffee y el apoyo a mis partners y al equipo gerencial de lap. Por permitirme realizar la presente investigación en la empresa. A Dios y a la vida por permitirme crecer y fortalecerme de cada error y verlo como una oportunidad en mi vida. Al Dr. Davila Arenaza por la asesoría y apoyo en el procedimiento de mi investigación.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo María del Rosario Ramírez Carrillo con DNI N° 75192422, 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 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.

Lima, 28 de Noviembre del 2017

María Del Rosario Ramírez Carrillo

DNI N° 75192422

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada ““La estrategia publicitaria y su relación en el posicionamiento de la marca Starbucks en el Distrito de Bellavista- Callao, año 2017.”.La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado de Administración.

María Del Rosario Ramírez Carrillo

DNI N° 75192422

ÍNDICE

Página del jurado

Dedicatoria

Agradecimiento

Declaración de Autenticidad

Presentación

Índice

RESUMEN

ABSTRACT

I. INTRODUCCION

- 1.1. Realidad Problemática
- 1.2. Trabos previos
- 1.3. Teorías relacionadas al tema
- 1.4. Formulaciones del problema
- 1.5. Justificación del estudio
- 1.6. Hipótesis
- 1.7. Objetivos

II. METODO

- 2.1. Diseño de investigación
- 2.2. Variables, Operacionalizacion
- 2.3. Población y muestra
- 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad
- 2.5. Métodos de análisis de datos
- 2.6. Aspectos éticos

III. RESULTADOS

- 3.1. Análisis descriptivo de los resultados por dimensiones
- 3.2. Prueba de Normalidad
- 3.3. Prueba de Hipótesis

IV. DISCUSION

- V. CONCLUSION
- VI. RECOMENDACIONES
- VII. REFERENCIAS

ANEXOS

Matriz de consistencia

Instrumento de medición

Validación de los instrumentos

Lista de Tablas

Tabla 1. Variable Capacitación

Tabla 2. Variable Calidad de Servicio

Tabla 4. Coeficientes de alpha de cronbach

Tabla 5. Resumen de procesamiento de casos

Tabla 6. Frecuencia de dimensión Producto

Tabla 7. Frecuencia de Medios de Comunicación

Tabla 8. Frecuencia de Fuerza de persuasión.

Tabla 9. Frecuencia de dimensión de compromiso.

Tabla 10. Frecuencia de dimensión de marca.

Tabla 11. Frecuencia de dimensión de marketing.

Tabla 12. Prueba de Hipótesis General Estudiado e interpretado los datos estadísticos.

Tabla 13 Tabla de correlaciones del producto y posicionamiento.

Tabla 14 Tabla de correlación del producto y el posicionamiento.

Tabla 15. Tabla de correlación de medios de comunicación y el posicionamiento.

Tabla 16 Cuestionario para encuestas a los clientes de la empresa starbucks coffee.

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo general determinar la relación de “La estrategia publicitaria y su relación en el posicionamiento de la marca Starbucks en el Distrito de Bellavista-Callao, año 2017.” Estuvo constituida por 100 clientes del cual se realizó una muestra con la técnica de muestreo probabilístico, dando 80 clientes como muestra. El levantamiento de datos se realizó a través de la técnica de encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario con 22 preguntas cuyas respuestas se procesaron mediante el programa de Spss. Se logró como resultado la existencia de correlación positiva muy alta

Palabras claves: Estrategia publicitaria, Posicionamiento de la marca.

ABSTRACT

The thesis had as a general objective the relationship of "The public strategy and its relationship with the position of Starbucks in the District of Bellavista- Callao, year 2017." It was constituted by 100 clients of which a sample was made with the probabilistic sampling technique, giving 80 clients as a sample. The data collection was done through the survey technique and the instrument was converted into the questionnaire with 22 questions and answers was processed through the Sps program. The existence of a positive correction was achieved as a result.

Keywords:

Advertising strategy, brand positioning.