



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA
MARCA DE LA EMPRESA ARQDISC. E.I.R.L., CHICLAYO

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO

EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

AUTOR

Br. VIZCONDE CAMPOS, JUAN PABLO.

ASESOR

Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

GERENCIA DE MARKETING

CHICLAYO – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mis padres por haberme guiado en mi vida y a quienes debo mi crecimiento personal y profesional, a mis hermanos por haber compartido muchas vivencias y gratos momentos juntos.

Juan Pablo Vizconde Campos.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad “César Vallejo” y en especial a sus autoridades que han tenido la idea de descentralizar los Programas de Maestría, en los cuales maestros y maestras a lo largo del interior del país nos permite prepararnos y lograr uno de nuestros sueños.

Al Dr. Christian Abraham Dios Castillo, quien ha tenido a cargo los cursos de Proyecto y Desarrollo de la investigación, por demostrar durante el período de ejecución de los mismos su profesionalismo para dirigir y orientar en forma pertinente.

El Autor.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En concordancia y cumplimiento de las normas que estipula el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo se pone a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Plan de Marketing Para El Posicionamiento De La Marca De La Empresa ARQDISC. E.I.R.L., Chiclayo. Con lo cual pretendo obtener el Grado de Maestro en Administración de Negocios – MBA.

El informe de tesis es con la finalidad de dar a conocer el plan de marketing para mejorar el posicionamiento de marca de la empresa de arquitectura y construcción.

La tesis está estructurada en nueve capítulos: Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Método, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión. Finalmente se tuvo en cuenta las conclusiones que son lo más importante de la investigación, las recomendaciones, las referencias y los anexos que evidencian la investigación.

Estoy dispuesto a recibir las recomendaciones para enriquecer en sus partes la investigación que será en beneficio para la empresa de arquitectura y construcción ARQDISC. E.I.R.L.

El Autor.

ÍNDICE

Página de Jurado.....	ii
Declaración Jurada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	x
Abstract.....	xi

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática.....	13
1.2 Trabajos Previos.....	18
1.3 Teorías Relacionadas al tema.....	25
1.4 Formulación del Problema.....	35
1.5 Justificación del Estudio.....	35
1.6 Hipótesis.....	35
1.7 Objetivos.....	35

CAPÍTULO II: MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación.....	38
2.2 Variables, Operacionalización.....	38
2.3 Población y Muestra.....	50
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiability.....	51
2.5 Métodos de Análisis de Datos.....	51
2.6 Aspectos Éticos.....	51

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Tabla N° 01.....	53
Tabla N° 02.....	55

Tabla N° 03.....	57
Tabla N° 04.....	59
Tabla N° 05.....	61
Tabla N° 06.....	63
Tabla N° 07.....	65
Tabla N° 08.....	67
Tabla N° 09.....	69
Tabla N° 10.....	71
Tabla N° 11.....	73
Tabla N° 12.....	75
Tabla N° 13.....	77
Tabla N° 14.....	79
Tabla N° 15.....	81
Tabla N° 16.....	83
Tabla N° 17.....	85
Tabla N° 18.....	87
Tabla N° 19.....	89
Tabla N° 20.....	91
Tabla N° 21.....	93
Tabla N° 22.....	95
Tabla N° 23.....	97

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.- Discusión.....	100
--------------------	-----

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

5.- Conclusiones.....	107
-----------------------	-----

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

6.- Recomendaciones.....	109
--------------------------	-----

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

7.- Propuesta.....111

CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS

8.- Referencias.....128

CAPÍTULO IX: ANEXOS

9.- Anexos.....131

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad proponer un Plan De Marketing Para El Posicionamiento De La Marca De La Empresa ARQDISC. E.I.R.L., Chiclayo, para ello se formuló la siguiente interrogante: ¿Cómo mejorar el posicionamiento de marca en la empresa de arquitectura y construcción ARQDISC E.I.R.L., Chiclayo, 2017? La hipótesis planteada es la propuesta de un Plan de Marketing mejorará el Posicionamiento de marca de la empresa de Arquitectura y Construcción ARQDISC. E.I.R.L. En cuanto a la metodología tenemos una investigación de tipo no experimental - propositivo, cuya población y muestra es de 384 personas encuestadas de los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y la Victoria. Entre las conclusiones obtenidas son: Se logró Identificar los factores influyentes en el posicionamiento de marca de la empresa de arquitectura y construcción ARQDISC. E.I.R.L., siendo los siguientes: Servicios, marca, organización calidad, garantía, ambiente, capacitaciones, desempeño y competencias, en conclusión se deben fortalecer estas debilidades que influyen significativamente en el posicionamiento de la empresa.

Palabras Claves: Plan de Marketing y Posicionamiento de Marca.

ABSTRACT

The purpose of this research is to propose a Marketing Plan for the Positioning of the Brand of the Company ARQDISC. E.I.R.L., Chiclayo, for this the following question was asked: How to improve brand positioning in the architecture and construction company ARQDISC E.I.R.L., Chiclayo, 2017? The proposed hypothesis is the proposal of a Marketing Plan to improve the brand positioning of the Architecture and Construction company ARQDISC. E.I.R.L. Regarding the methodology, we have a non-experimental - propositive type of research, whose population and sample is of 384 people surveyed from the districts of Chiclayo, José Leonardo Ortiz and La Victoria. Among the conclusions obtained are: It was possible to identify the influential factors in the brand positioning of the architecture and construction company ARQDISC. E.I.R.L., being the following: Services, brand, organization quality, guarantee, environment, training, performance and skills, in conclusion these weaknesses must be strengthened that significantly influence the positioning of the company.

Key words: Marketing Plan and Brand Positioning.