



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la
marca JAVIMAR en el mercado de Chiclayo

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR

Br. Nuñez Horna Jhean Karlos

ASESOR

Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Modelos y herramientas gerenciales

SECCION

Ciencias empresariales

CHICLAYO – PERU

2019

DEDICATORIA

A mi abuela, por darme la fortaleza y ayudarme a culminar exitosamente la realización de la presente investigación y así poder optar por el grado académico de magister en Administración de Negocios.

A mis hermanas, quienes son la motivación de mis días y mi mayor inspiración para poder lograr grandes cosas en la vida y así poder culminar exitosamente la presente investigación.

A mis docentes; quienes gracias a sus enseñanzas, experiencias y su ardua labor en investigación han permitido orientarme de manera correcta en la realización y culminación de la investigación.

Jhean Nuñez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios quien me ha brindado salud, bienestar y fortaleza, fundamental para superar las dificultades encontradas en la vida

Agradezco a mis padres, quienes me han apoyado arduamente en el tiempo en que se ha desarrollado la presente investigación con su apoyo económico y moral, quienes ayudan a superarme cada día y afrontarme a las adversidades.

A la señora Marleny Rubio Mejía quién es responsable de la creación de la marca textil JAVIMAR por apoyarnos con la información necesaria y otorgarnos el permiso para desarrollar la investigación.

Al M.B.A Francisco Remigio Esteban Jesús Morales Bermúdez Pedraglio y al magister Jean Michell Carrión Mezones por apoyarnos y asesorarnos constantemente en sus conocimientos y experiencias en el desarrollo de investigación, vitales para un correcto desarrollo del presente trabajo.

Jhean Nuñez

PRESENTACIÓN

Señores del Jurado.

El presente informe de investigación corresponde a la tesis titulada “**PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA JAVIMAR EN EL MERCADO DE CHICLAYO**”, con el objetivo de obtener el grado académico de magister en Administración de Negocios – MBA.

El presente trabajo es de vital importancia, ya que tiene como objetivo principal la propuesta de la realización de un plan de marketing que permita mejorar el posicionamiento de la marca textil JAVIMAR en el mercado de Chiclayo, así mismo plantear estrategias que logren y determinen una fidelización con los potenciales clientes y así lograr una diferenciación frente a la competencia, ofreciendo un producto de alta calidad con modelos únicos y exclusivos en el mercado, el cual se planteó en la presente investigación.

Así mismo, la finalidad del presente estudio y su realización se ha basado en respetar los procedimientos estipulados en el reglamento de la Universidad en su elaboración y sustentación, con la finalidad de poder optar por el grado académico de magister en administración de negocios.

Estimados miembros de jurado, a la espera de su elaboración y que la presente investigación pueda optar por su aprobación

INDICE

DICTAMEN DE SUSTENTACION	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCION.....	12
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA:.....	12
1.2. TRABAJOS PREVIOS:	19
1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA:	26
1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA:	48
1.5. JUSTIFICACION DEL ESTUDIO:	48
1.6. HIPOTESIS:.....	49
1.7. OBJETIVOS:.....	49
II. METODO.....	51
2.1. DISEÑO DE ESTUDIO.....	51
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	52
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA:.....	55
2.4. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.	56
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:.....	57
2.6. ASPECTOS ETICOS.....	58
III. RESULTADOS	60
IV. DISCUSION.....	75
V. CONCLUSIONES	79
VI. RECOMENDACIONES	81
VII. PROPUESTA	83
VIII. REFERENCIAS.....	110
ANEXOS	113
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional ucv.....	141
Acta de originalidad	142
Reporte turniting.....	142

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1: ETAPAS DEL PLAN DE MARKETING.....	28
Tabla 2: Medidas claves de respuesta de mercado	42
Tabla 3: características que favorecen un posicionamiento de marca	43
Tabla 4: ventajas y desventajas de posicionamiento de marca.....	44
Tabla 5: Operacionalización de variables.....	52
Tabla 6: Criterios éticos.....	58
Tabla 7: Ficha Ruc	83
Tabla 8: Diagnóstico FODA	89
Tabla 9: Fijación objetivo 1	91
Tabla 10: Fijación objetivo 2	91
Tabla 11: Fijación objetivo 3	92
Tabla 12: Fijación objetivo 4	92
Tabla 13: Desarrollo de objetivo 1	93
Tabla 14: Desarrollo de objetivo 2	94
Tabla 15: Desarrollo de objetivo 3	94
Tabla 16: Desarrollo de objetivo 4	95
Tabla 17: MEFI de la marca textil JAVIMAR	96
Tabla 18: MEFE de la marca textil JAVIMAR	97
Tabla 19: Matriz FODA de la marca textil JAVIMAR	98
Tabla 20: Determinación de soluciones de la marca textil JAVIMAR	99
Tabla 21: Precios de productos ofrecidos por la marca textil JAVIMAR	103
Tabla 22: Presupuesto objetivo 1	107
Tabla 23: Presupuesto objetivo 2	107
Tabla 24: Presupuesto objetivo 3	107
Tabla 25: Presupuesto objetivo 4	108
Tabla 26: Presupuesto total del plan de marketing.....	108
Tabla 27: Cronograma de actividades 2019	109

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo de los encuestados	60
Figura 2: Frecuencia de compra	60
Figura 3: Existencia de la marca textil JAVIMAR	61
Figura 4: Factores de compra	62
Figura 5: Lugares de compra.....	63
Figura 6: Factores al elegir una marca	63
Figura 7: Grado de satisfacción	64
Figura 8: Expectativas de promociones.....	65
Figura 9: Promociones.....	66
Figura 10: Información de las promociones	66
Figura 11: Recomendación de la marca.....	67
Figura 12: servicio a los clientes	68
Figura 13: sugerencias o quejas	68
Figura 14: Expectativas de mercado.....	69
Figura 15: atributos más valorados	69
Figura 16: Organigrama organizacional.....	87
Figura 17: Productos ofrecidos por la marca textil JAVIMAR	100
Figura 18: Otros productos ofrecidos por la marca textil JAVIMAR	102
Figura 19: Croquis de ubicación de la marca textil JAVIMAR.....	104
Figura 20: Logo de la empresa	105

RESUMEN

La presente investigación titulada “PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA JAVIMAR EN EL MERCADO DE CHICLAYO”, permitió formular como problema: ¿De qué manera la propuesta de un plan de marketing, permite mejorar el posicionamiento de la marca JAVIMAR en el mercado de Chiclayo?, teniendo como objetivo principal proponer un plan de marketing que permita mejorar el posicionamiento de la marca JAVIMAR en el mercado de Chiclayo, cuya investigación es de diseño no experimental, tipo descriptivo simple propositivo, con un enfoque cuantitativo, donde se aplicó un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple en el que para poder tener información, se utilizó y aplicó instrumentos como entrevistas dirigidas al gerente general de la empresa, además hubo la realización de una encuesta virtual de 150 participantes orientado hacia los clientes que destacan y prefieren optar por un producto textil de marca JAVIMAR, así mismo, la principal conclusión de este estudio, es identificar aquellos factores que posee la marca textil JAVIMAR y su influencia en su posicionamiento, el cual nos ayudó a determinar que la presente marca posee factores muy importantes que van ayudar a consolidarse positivamente en el mercado de Chiclayo, en este gran sector tan competitivo como es el textil, es por ello que entre sus atributos más importantes, se resalta que la imagen que se crea está ligada con un producto con diseños de alta calidad exclusivos acompañados de un excelente servicio, así mismo se determinó tomar acciones estratégicas que permitan que estos atributos que posee la marca sean percibidos satisfactoriamente por los clientes, tratando así estrategias de diferenciación que permitan mejorar su posicionamiento y que los clientes logren fidelizarse con la marca en el mercado de Chiclayo.

Palabras Claves: Plan de marketing, posicionamiento, marca textil, diferenciación, Chiclayo.

ABSTRACT

The present investigation entitled "MARKETING PLAN TO IMPROVE THE POSITIONING OF THE JAVIMAR MARK IN THE MARKET OF CHICLAYO, allowed to formulate as a problem: How the proposal of a marketing plan, allows to improve the positioning of the JAVIMAR brand in the market of Chiclayo ?, having as main objective to propose a marketing plan that allows to improve the positioning of the JAVIMAR brand in the market of Chiclayo, whose research is of non-experimental design, descriptive simple propositional type, with a quantitative approach, where a type of simple random probabilistic sampling in which, in order to have information, tools such as interviews were used and applied to the general manager of the company. In addition, there was a virtual survey of 150 participants aimed at clients who stand out and prefer to opt for a textile product of JAVIMAR brand, likewise, the main conclusion e this study, is to identify those factors that the JAVIMAR textile brand has and its influence on its positioning, which helped us to determine that the present brand has very important factors that will help consolidate positively in the market of Chiclayo, in this great sector as competitive as is the textile, that is why among its most important attributes, it is highlighted that the image that is created is linked to a product with exclusive high quality designs accompanied by an excellent service, likewise it was determined to take strategic actions that allow these attributes that the brand possesses to be perceived satisfactorily by the clients, thus treating differentiation strategies that allow to improve their positioning and that the clients achieve fidelity with the brand in the market of Chiclayo.

Key words: Marketing plan, positioning, textile brand, differentiation, Chiclayo.

Anexo 11: Acta de originalidad



ANEXO 12: Reporte turniting