



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO  
DE LA MARCA VALET PARKING SAN EDUARDO EN  
LA CIUDAD DE CHICLAYO 2017**

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

**AUTOR**

ADRIANO DÁVILA DÁVILA

**ASESOR**

MBA. CARLOS ANTONIO ANGULO CORCUERA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

MARKETING

**PERÚ 2017**

## PÁGINA DEL JURADO

---

Mgr. Fernando Antonio Arriola Jimenes  
Presidente

---

Dr. Arriola Jiménez Fernando Antonio  
Secretario

---

Mgr. Angulo Corcuera Carlos Antonio  
Vocal

## **DEDICATORIA**

### **A DIOS Y LA VIRGEN MARIA:**

Por estar constantemente en mí caminar cada día a lo largo de mi carrera y mi vida profesional. Además, por permitirme ser Perseverante en lograr las metas que siempre me he propuesto.

### **A MIS PADRES Y FAMILIA:**

Por contar con el apoyo incondicional de mi madre Doreli Dávila Bravo a mi padre don Aunides Dávila sáname y a toda mi familia por darme el aliento constante de seguir adelante, de esta manera hacer el reflejo del ejemplo de educación que me inculcaron para seguir mis logros con esmero y dedicación.

Adriano Dávila

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, doy gracias a Dios, por permitirme ser parte de una experiencia dentro de la Universidad Cesar Vallejo, gracias a mi casa de estudios por lograr el objetivo de ser profesional el cual me proyecte desde un inicio. Gracias a cada uno de mis maestros que formaron parte para mi formación integral, dejo como recuerdo y prueba viviente en la historia; mi tesis permanecerá dentro de los conocimientos y desarrollo de las generaciones que llegara.

Finalmente agradezco a quien le este apartado y lo que sigue en mi tesis por permitir a mis experiencias, investigaciones y conocimientos, incidir dentro de su colección.

Adriano Dávila

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

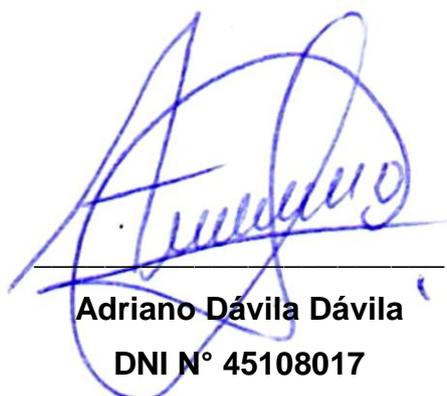
Yo, Adriano Dávila Dávila, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académica Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, identificado con DNI N° 45108017, con la tesis titulada: PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VALET PARKING SAN EDUARDO EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2017.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de autoría.
2. He respetado las normas internacionales APA de citas y referencias para las fuentes
3. La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, diciembre 2017



**Adriano Dávila Dávila**  
**DNI N° 45108017**

## **PRESENTACIÓN**

Señores Miembros del Jurado calificador:

Ante ustedes pongo a disposición la evaluación del Proyecto de Tesis, titulado: Plan de Marketing para el Posicionamiento de la marca Valet Parking San Eduardo de la ciudad de Chiclayo 2017, en cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Universidad “César Vallejo” y obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

El informe estudia dos variables: plan de marketing y posicionamiento; con sus dimensiones estrategias de servicios, estrategias de precio, estrategias de plaza, estrategias de promoción, estrategias people, estrategias de proceso, estrategias de physical evidence, La variable posicionamiento, identidad, comunicación e imagen percibida.

El presente informe contiene VIII capítulos: el primero capítulo abarca el problema de investigación se refiere a la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación de problema justificación del estudio, hipótesis y los objetivos.

El capítulo II contiene el marco metodológico, es decir la metodología al ser utilizada por el tipo de diseño de investigación, variable, operacionalización, población, muestra, técnica e instrumento de recolección de datos, método de análisis de datos y aspectos éticos el diseño de investigación, las variables de estudio, la población y muestra, las técnicas de recopilación de datos, el método de análisis y los aspectos éticos.

En el capítulo III contiene el análisis y interpretación de los resultados, donde se observa los resultados estadísticos en tablas y gráficos obtenidos de la aplicación de instrumento de recolección de datos, además está la recolección de resultados, Capítulo IV contiene la discusión de resultados Capítulo V conclusiones, Capítulo VI recomendaciones, Capítulo VII propuesta, Capítulo VIII referencias, Capítulo VIII referencias .

El Autor

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
INDICE DE TABLAS .....	viii
INDICE DE FIGURAS .....	x
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN .....	14
1.1 Realidad Problemática .....	14
1.2 Trabajos previos .....	17
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	25
1.4 Formulación del Problema .....	32
1.5 Justificación del estudio .....	32
1.6 Hipótesis .....	33
1.7 Objetivos.....	33
II. MÉTODO .....	34
2.1 Diseño de Investigación .....	34
2.2 VARIABLES DE OPERACIONALIZACIÓN .....	34
2.3 Población y muestra .....	38
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	39
2.5 Métodos de análisis de datos.....	41
2.6 Aspectos éticos.....	41
III. RESULTADOS.....	42
IV. DISCUSION.....	73
V. CONCLUSIÓN.....	74
VI. PROPUESTA .....	75
VII. RECOMENDACIONES.....	83
VIII. REFERENCIAS .....	84
ANEXOS.....	87

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable independiente .....	36
Tabla 2.Operacionalización de Variable dependiente.....	37
Tabla 3. Población Valet Parking San Eduardo.....	38
Tabla 4 Confiabilidad encontrada al aplicar el alfa de cronbach.....	40
Tabla 5 Dimensión: Servicio.....	42
<i>Tabla 6 Valet Parking San Eduardo brinda un servicio confiable .....</i>	<i>43</i>
Tabla 7 Valet parking San Eduardo brinda un servicio de calidad .....	44
Tabla 8 <i>Los horarios de atención (6:00 am a 12:00pm) son los adecuados...</i>	<i>45</i>
Tabla 9 Dimensión: Precio .....	46
Tabla 10 Los precios del servicio de valet parking de 6:00 am a 12 pm son accesibles .....	47
<i>Tabla 11 Los precios del servicio de valet parking de 1: 00 am a 5: 00 am son accesibles .....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 12 Los precios del servicio de Valet parking los días feriados son accesibles (15 soles).....</i>	<i>49</i>
Tabla 13 Dimensión: Plaza .....	50
<i>Tabla 14 La ubicación geográfica del Valet Parking San Eduardo se ubica cerca de su negocio.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 15 Los tiempos de espera para el recojo y entrega del vehículo son los apropiados .....</i>	<i>52</i>
Tabla 16 Dimensión: Promoción .....	53
<b>Tabla 17</b> Las ofertas por acumulación de puntos que brinda Valet Parking san Eduardo serán accesibles cualquier día de la semana.....	54
Tabla 18 Valet parking san Eduardo ofrece el servicio 2x1 solo los días miércoles .....	55
Tabla 19 Los descuentos que ofrece valet parking san Eduardo son atractivos .....	56
Tabla 20 Dimensión: Personas .....	57
<i>Tabla 21 El uniforme de los colaboradores de valet parking san Eduardo es el más adecuado .....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 22 Los colaboradores de valet parking san Eduardo atienden con cortesía y amabilidad.....</i>	<i>59</i>

Tabla 23 Los colaboradores de Valet Parking San Eduardo brindan información oportuna y pertinente. ....	60
<i>Tabla 24</i> Dimensión: Identidad.....	61
Tabla 25 Conoce la misión del valet parking san Eduardo .....	62
Tabla 26 En el valet parking san Eduardo se observa la visión y misión en sus ambientes .....	63
Tabla 27 La identidad organizacional se refleja en los ambientes del valet parking.....	64
Tabla 28 Dimensión: Comunicación.....	65
<i>Tabla 29</i> <i>Considera las redes sociales las más apropiadas para posicionar al valet parking san Eduardo.....</i>	66
Tabla 30 De las redes sociales, Facebook sería el más apropiado para informar sobre el servicio de Valet parking.....	67
Tabla 31 Le gustaría enterarse del servicio de valet parking a través de las redes sociales.....	68
Tabla 32 Dimensión: Imagen percibida .....	69
<i>Tabla 33</i> <i>Las instalaciones del valet parking San Eduardo son aptas para brindar un buen servicio.....</i>	70
Tabla 34 Valet parking san Eduardo se observa limpieza en sus ambientes de estacionamiento.....	71
Tabla 35 Valet Parking San Eduardo demuestra lo que se percibe en el servicio ofrecido a sus clientes.....	72
Tabla 36: implementación de estrategias de penetración para el posicionamiento valet parking.....	80

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 proceso de marketing.....	26
Figura 2 Proceso de Marketing .....	27
Figura 3. 7Ps de Marketing de Servicios .....	29
<i>Figura 4 servicio.....</i>	<i>42</i>
Figura 5. ¿Valet Parking San Eduardo brinda un servicio confiable? .....	43
Figura 6. ¿Valet Parking San Eduardo brinda un servicio de calidad? .....	44
Figura 7: ¿Los horarios de atención (6:00 am a 12:00pm) son los adecuados? .....	45
Figura 8. Precio.....	46
Figura 9. ¿Los precios del servicio de Valet Parking de 6:00 am a 12 pm son accesibles? .....	47
Figura 10.Figura 05 ¿Los precios del servicio de Valet Parking de 1: 00 am a 5: 00 am son accesibles?.....	48
Figura 11. ¿Los precios del servicio de valet parking los días feriados son accesibles (15 soles)?.....	49
Figura 12. Plaza.....	50
Figura 13. La ubicación geográfica del Valet Parking San Eduardo se ubica cerca de su negocio.....	51
Figura 14.Figura 08. ¿Los tiempos de espera para el recojo y entrega del vehículo son los apropiados.....	52
Figura 15.Promocion.....	53
Figura 16. ¿Las ofertas por acumulación de puntos que brinda Valet Parking San Eduardo serán accesibles cualquier día de la semana?.....	54
Figura 17¿Valet Parking San Eduardo ofrece el servicio 2x1 solo los días miércoles? .....	55
Figura 18. Los descuentos que ofrece valet parking san Eduardo son atractivos .....	56
Figura 19. Dimensión: Personas .....	57
Figura 20 ¿El uniforme de los colaboradores de valet parking san Eduardo es el más adecuado? .....	58
Figura 21. ¿Los colaboradores de valet Parking San Eduardo atienden con cortesía y amabilidad? .....	59

Figura 22. : Los colaboradores de Valet Parking San Eduardo brindan información oportuna y pertinente? .....	60
Figura 23. Dimensión Identidad .....	61
Figura 24 ¿Conoce la misión del valet parking san Eduardo? .....	62
Figura 25. ¿En el valet parking san Eduardo se observa la visión y misión en sus ambientes ? .....	63
Figura 26 ¿La identidad organizacional se refleja en los ambientes del valet parking? .....	64
Figura 27: Dimensión Comunicación.....	65
Figura 28 ¿Considera las redes sociales las más apropiadas para posicionar al Valet Parking San Eduardo? .....	66
Figura 29 ¿De las redes sociales, Facebook sería el más apropiado para informar sobre el servicio de valet parking? .....	67
Figura 30¿Le gustaría enterarse del servicio de valet parking a través de las redes sociales? .....	68
Figura 31. Dimensión: Imagen percibida .....	69
Figura 32¿Las instalaciones del Valet Parking san Eduardo son aptas para brindar un buen servicio? .....	70
Figura 33. Valet Parking San Eduardo se observa limpieza en sus ambientes de estacionamiento. ....	71
Figura 34. Valet Parking San Eduardo demuestra lo que se percibe en el servicio ofrecido a sus clientes.....	72

## RESUMEN

La presente investigación de tipo Descriptivo Propositiva, denominada: Plan de Marketing para el Posicionamiento de la marca Valet Parking San Eduardo de la ciudad de Chiclayo 2017, consiste en el desarrollo de un Valet Parking comercial en un punto estratégico de la Ciudad de Chiclayo. El proyecto presenta como objetivo general establecer un Plan de Marketing para mejorar el posicionamiento de la marca Valet Parking San Eduardo de la ciudad de Chiclayo 2017.

El trabajo será analizado a través de una muestra de 40 gerentes o administradores de los establecimientos comerciales (hoteles y restaurantes), con un tipo de muestreo, considerado para la investigación no probabilístico por conveniencia del investigador.

Para ello se ha diseñado un instrumento para conocer el posicionamiento del Valet Parking, basado en la Escala de Likert, el cual fue sometido a juicio de expertos.

Palabras claves: Plan de marketing, posicionamiento.

## **ABSTRACT**

The present investigation of type Propositive Descriptive, denominated: Marketing Plan for the Positioning of the mark Valet Parking San Eduardo of the city of Chiclayo 2017, consists in the development of a commercial Valet Parking in a strategic point of the City of Chiclayo. The project has as a general objective to establish a Marketing Plan to improve the positioning of the Valet Parking San Eduardo brand in the city of Chiclayo 2017.

The work will be analyzed through a sample of 34 clients, with a type of sampling, considered for non-probabilistic research for the convenience of the researcher.

For this, an instrument has been designed to know the positioning of Valet Parking, based on the Likert Scale, which was submitted to expert judgment.

Keywords: Marketing plan, positionig.