FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Imagen corporativa y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S. A. – Trujillo 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Rojas Flores, Emilio Cornelio

ASESOR:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2018

Jurado evaluador

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia
Presidenta

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo
Secretario

Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jacqueline
Vocal

Dedicatoria

A mis padres por su apoyo constante en mi vida académica, sus consejos y su exhortación, demostrando su amor, comprensión y confianza para conmigo, por lo que los admiro cada día más.

Agradecimiento

A Dios, por brindarme la fuerza para terminar mi preparación académica satisfactoriamente, ya que, pesar de los obstáculos, él siempre se mantiene a mi lado.

A mis padres, por su esmero y su aliento para que pueda finalizar mi carrera profesional.

Declaración de autenticidad

Yo, Rojas Flores, Emilio Cornelio, con DNI N° 00790593, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, de la Universidad César Vallejo a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos, declaro bajo juramento que toda la documentación es veraz y auténtica.

Los datos y resultados son reales y no copiados, constituyéndose en aportes a la realidad investigativa.

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.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si así lo crea conveniente.

Trujillo, Octubre del 2018.

.....

Rojas Flores, Emilio Cornelio

DNI 00790593

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Imagen corporativa y posicionamiento de la importadora JCH Comercial, S. A. – Trujillo 2018, la cual está estructurada en cinco capítulos en el que se exponen los antecedentes investigativos, el fundamento científico de la imagen corporativa y del posicionamiento, justificación, problema, hipótesis y en el segundo capítulo el método utilizado para a presente investigación, el tercer capítulo los resultados de los instrumentos utilizados, en el cuarto capítulo la discusión de los resultados, en el último capítulo se presenta la propuesta y por último las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración .

El autor.

Índice

Página del Jurado ii

Dedicatoria iii

Agradecimiento iv

Declaración de autenticidad v

Presentación vi

Índice vii

Resumen x

I. Introducción 1

1.1. Realidad problemática 1

1.2. Trabajos previos 2

1.3. Teorías relacionadas al tema 5

1.3.1. Imagen corporativa 5

1.3.1.1. Definición 5

1.3.1.2. Importancia de la imagen corporativa 6

1.3.1.3. Relevancia de la imagen corporativa 6

1.3.1.4. Dimensiones de la imagen corporativa 7

1.3.2. Posicionamiento 9

1.3.2.1. Dimensiones del posicionamiento 9

1.4. Formulación del problema 10

1.5. Justificación del estudio 10

1.5.1 Conveniencia. 10

1.5.2 Relevancia social. 11

1.5.3 Implicaciones Prácticas. 11

1.5.4 Valor Teórico. 11

1.5.5 Utilidad Metodológica. 11

1.6. Hipótesis 11

1.7. Objetivos 11

1.7.1. Objetivo General 11

1.7.2. Objetivos específicos 11

II. Método 13

2.1. Diseño de investigación 13

2.2. Variables, operacionalización 14

2.3. Población y muestra 16
2.3.1. Población 16
2.3.2. Muestra 16
2.3.3. Criterios de inclusión 16
2.3.4. Criterios de exclusión 16
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad 17
2.5. Validez. 18
2.6. Confiabilidad 18
2.7. Métodos de análisis de datos 20
2.8. Aspectos éticos 20
III. Resultados 21
3.1. Nivel de imagen corporativa de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 21
3.2. Nivel de posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 22
3.3. Relación entre la imagen comercial y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 23
3.4. Relación entre la imagen estratégica y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 24
3.5. Relación entre la imagen emocional y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 25
3.6. Relación entre la imagen social y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 26
3.7. Relación entre la imagen corporativa y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. 27
3.8. Contrastación de hipótesis 28
IV. Discusión 29
V. Conclusiones 33
VI. Recomendaciones 34
VII. Propuesta 35
7.1. Título 35
7.2. Diagnostico 35

7.3. Objetivos 35
7.4. Desarrollo de un plan de comunicación 35
7.5. Plan de medios 36
7.6. Selección de medios 36
7.7. Estrategias de publicidad 36
7.8. Puntos de contactos para la comunicación en valores 36
7.9. Estrategias relacionadas con el mensaje 37
7.10. Interés de la empresa 37
7.11. Cronograma de actividades 37
7.12. Presupuesto 38
VIII. Referencias bibliográficas 39
Anexos 41

Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre imagen corporativa y posicionamiento de la importadora JCH Comercial S.A. – Trujillo 2018. La investigación es no experimental, el diseño es relacional, pues se determinó la relación entre las variables en un tiempo determinado. La población fue de 3120 clientes. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario tipo escala Likert de 31 ítems para la variable imagen corporativa y de 8 ítems para la variable posicionamiento. Los resultados de la investigación demostraron que el 2.34% de los clientes indican que el nivel de imagen corporativa de la importadora es muy bueno, el 46.49% indican que es bueno, el 49.42% indican que es regular y el 1.75% indican que es malo; el 3.22% de los clientes indican que el nivel de posicionamiento es muy bueno, el 43.57% indican que es bueno, el 51.46% indican que es regular y el 3.22% indican que es malo y el coeficiente Rho de Spearman, la imagen corporativa y el posicionamiento tienen una correlación positiva baja (rho= 0.216) y altamente significativa al nivel de 0.00 (0.00< 0.01). Por lo que se concluye en que existe relación significativa entre la imagen corporativa y el posicionamiento en la importadora JCH Comercial S.A.

Palabras clave: Imagen corporativa, posicionamiento.

Abstract

The objective of the investigation was to determine the relationship between corporate image and positioning of the importer JCH Comercial S.A. - Trujillo 2018. The research is non-experimental, the design is relational, since the relationship between the variables was determined in a given time. The population was 3120 clients. For data collection, the survey technique was used, whose instrument was the Likert scale questionnaire of 31 items for the corporate image variable and 8 items for the positioning variable. The results of the research showed that 2.34% of customers indicate that the level of corporate image of the importer is very good, 46.49% indicate that it is good, 49.42% indicate that it is fair and 1.75% indicate that it is bad ; 3.22% of the clients indicate that the level of positioning is very good, 43.57% indicate that it is good, 51.46% indicate that it is fair and 3.22% indicate that it is bad and Spearman's Rho coefficient, the corporate image and the positioning has a low positive correlation (rho = 0.216) and highly significant at the level of 0.00 (0.00 <0.01). So it is concluded that there is a significant relationship between the corporate image and positioning in the importer JCH Comercial S.A.

Keywords: Corporate image, positioning.