



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

**Plan de marketing para el posicionamiento de marca de la empresa Camon
Consultorio Odontológico, Chiclayo**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA**

AUTORA:

Br. Natalia María Montenegro Llontop (ORCID: 0000-0001-6539-0175)

ASESOR:

Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo (ORCID: 0000-0002-8152-7570)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias funcionales

Chiclayo – Perú

2019

DEDICATORIA

A mis padres, por el impulso del día a día y por la formación en valores que me ayudan a ser mejor persona y mejor profesional en el caminar de la vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios y mis padres por darme las fortalezas para seguir adelante durante la elaboración de la tesis y poder alcanzar mis objetivos.

A mis maestros, por sus enseñanzas de cada día brindadas en las aulas, las cuales, me han servido y me servirán para seguir ampliando mis conocimientos y poder brindarlos a la sociedad.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página de jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	14
2.1 Tipo y diseño de investigación	14
2.1.1 Tipo de investigación.....	14
2.1.2 Diseño de investigación.....	14
2.2 Población y muestra y muestreo	15
2.3 Operacionalización de Variables	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.4.1 Técnicas de campo.	19
2.4.2 Instrumento de recolección de datos	19
2.5 Procedimiento	19
2.6 Métodos de análisis de datos.....	19
2.7 Aspectos éticos.....	20
III. RESULTADOS	21
3.1 Diagnostico los factores de Marketing de la empresa Camon consultorio odontológico-Chiclayo 2019	21
3.2 Identificar el nivel del posicionamiento de marca de la empresa Camon consultorio odontológico-Chiclayo 2019	22
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIÓN	27
VI. RECOMENDACIONES	28
VII. PROPUESTA	29
REFERENCIAS	31
ANEXOS	37
Descripción del estado Actual de la Industria en el Perú.....	37
Filosofía	38
Políticas	39
Marketing MIX.....	39
Producto.....	40
Autorización para el desarrollo de la tesis.....	50
Autorización para la publicación electrónica de la tesis.....	51
Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	52
Reporte turnitin	53
Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	54

RESUMEN

El presente estudio titulado plan de marketing para el posicionamiento de marca de la empresa CAMON Consultorio Odontológico, Chiclayo. Tuvo como objetivo proponer un plan de Marketing para el posicionamiento de marca de la empresa Camon consultorio odontológico-Chiclayo 2019. El tipo de investigación fue proyectivo con diseño de triangulación concurrente. Se obtuvo como resultado que el posicionamiento de marca de la Empresa Camon Consultorio Odontológico, Chiclayo, obtuvo un nivel muy deficiente (19%), deficiente (34%), regular (35%) y solo el 12% lo califica como aceptable debido a que el cliente tiene poca intención de recomendar el consultorio, igualmente no se promociona la diversidad de servicios que ofrece el consultorio, los reclamos no son atendidos con prontitud y las ofertas disminuyen la calidad del servicio. Asimismo, pocos se encuentran conformes con la atención, las citas no son por email y/o teléfono y las explicaciones del odontólogo a veces son complicadas, sin embargo, casi siempre el personal se preocupa por el cliente y la sala de espera es acogedora, cómoda y confortable. Finalmente, se recomienda aplicar el plan de marketing para el posicionamiento de marca en la empresa CAMON Consultorio Odontológico, Chiclayo.

Palabras claves: Plan de marketing, posicionamiento, consultorio odontológico.

ABSTRACT

The present study entitled marketing plan for the positioning of the brand of the company. Dental Consultant, Chiclayo. Its objective was to propose a marketing plan for the positioning of the brand of the company Camon odontológico-Chiclayo 2019. The type of research was a project of concurrent triangulation. Camón Odontológico Office, Chiclayo, obtained a very poor level (19%), deficient (34%), regular (35%) and only 12% qualifies as acceptable because the client has little intention of recommending the office, as well As the promotion of the diversity of services offered by the office, the claims are not attended with the presence and the offers decrease the quality of the service. Likewise, we find attention, appointments are not by email and / or phone and explanations from the dentist are sometimes complicated, however, almost always the staff cares about the client and the waiting room is cozy, Comfortable and comfortable. Finally, it is recommended to apply the marketing plan for the positioning of the brand in the company CAMON Odontological Office, Chiclayo.

Keywords: Marketing plan, positioning, dental office.

Acta de originalidad



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, **Hugo Enrique Huiman Tarrillo**, asesora del trabajo de investigación y revisor de la tesis de la estudiante **Natalia María Montenegro** titulada: **Plan de marketing para el posicionamiento de marca de la empresa Camon Consultorio Odontológico, Chiclayo**, constato que la misma tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito, analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 29 de noviembre del 2019



Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo
DNI: 16418702