



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias competitivas para marcar el posicionamiento de la empresa Sanna Clínica

Belén – Piura 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Bach. Otero Arca Jennifer Vanessa (ORCID: 0000-0002-9727-1215)

ASESOR:

Dr. Freddy William Castillo Palacios (ORCID: 0000-00011-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres por su gran apoyo en todo lo que soy, a mis maestros por su liderazgo, entrega y dirección que permitieron la realización de los objetivos de la presente tesis.

Agradecimiento

A mi familia por darme su apoyo incondicional en todo momento para el logro de mis objetivos.

A la empresa Sanna Clínica Belén que me dio todas las oportunidades y así llevar a cabo la realización de mi tesis

Página del Jurado



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 3:00 pm del día SABADO 21 de NOVIEMBRE del 2019...

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

Estrategias competitivas para marcar el posicionamiento de la empresa Sanna Clínica Belen-Piura 2019

Sustentada por:

Otero Arca, Jennifer Vanessa

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

APROBAR.

RECOMIENDAN



Presidente (a) del Jurado:

Dra. Nelida Rodriguez de Peña

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Dr. Freddy Castillo Palacios

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Mgtr. Regina Jiménez Chinga

Nombre Completo

Firma


DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Jennifer Vanessa Otero Arca con DNI N° 43769765, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y 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.

Piura, julio del 2019.



Otero Arca Jennifer Vanessa
DNI N° 43769765

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
I. NTRODUCCIÓN	1
II.MÉTODO.....	10
2.1 Diseño de investigación.....	10
2.2 Variables, operacionalización	10
2.2.1 Estrategias competitivas.....	11
2.2.2 Posicionamiento de la marca	11
2.2.3 Operacionalización de variables	12
2.3 Población y Muestra	14
2.3.1 Población	14
2.3.2 Muestra	14
2.3.3 Criterios de selección.....	15
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
2.4.1 Técnicas.....	15
2.4.2. Instrumentos	15
2.4.3. Validez	16
2.4.4. Confiabilidad.....	16
2.5 Procedimiento.....	17
2.6 Métodos de análisis de información	17
2.7 Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV DISCUSIÓN	25
V.CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES.....	33
VII. PROPUESTA.....	34

REFERENCIAS	57
ANEXOS	60
Anexo 01 Matriz de consistencia	61
Anexo 02 Encuesta aplicada a los usuarios	63
Anexo 03 Guía de entrevista	65
Anexo 04 Validación de instrumentos.....	67
Anexo 05 Acta de aprobación de originalidad	73
Anexo 06 Pantallazo del turnitin.....	74
Anexo 07 Formulario de la publicación electrónica.....	75
Anexo 08 Autorización de la versión final.....	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 01 Descripción de las estrategias de segmentación	19
Tabla 02 Descripción de las estrategias de diferenciación	20
Tabla 03 Descripción del servicio	21
Tabla 04 Descripción de la posición competitiva de la empresa.....	22
Tabla 05 Nivel de aplicación de las estrategias competitivas y nivel de posicionamiento	23
Tabla 06 Resumen descriptivo las estrategias competitivas y dell posicionamiento de la empresa .	23

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las estrategias competitivas que puedan marcar el posicionamiento de la empresa Sanna Clínica Belén en la ciudad de Piura-2019. El tipo de investigación según la finalidad fue aplicado; según el alcance fue una investigación descriptiva y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables. Las técnicas de recolección de datos fueron; encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Sanna Clínica Belén, mediante un cuestionario y mediante entrevistas aplicadas al director médico y administrador de la Clínica. Finalmente, se concluyó que la empresa Sanna Clínica Belén aún le falta diseñar estrategias competitivas para posicionarse en la mente del consumidor.

Palabras Claves: Estrategias competitivas, posicionamiento de la marca, ventaja competitiva.

ABSTRACT

The main objective of the present research was to determine the competitive strategies that may mark the positioning of the company Sanna Clínica Belen in the city of Piura-2019. The type of investigation according to the purpose was applied; according to the scope it was a descriptive investigation and according to the temporality it was transversal; by a non-experimental design, since the variables were not manipulated. The data collection techniques were; Surveys applied to the employees of the Sanna Clínica Belén Company, through a questionnaire and through interviews applied to the medical director and administrator of the Clinic. Finally, it was concluded that the company Sanna Clínica Belén still needs to design competitive strategies to position itself in the mind of the consumer.

Keywords: Competitive strategies, brand positioning, competitive advantage.