



FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciados en
Administración;**

Denominada:

**ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PARA FORTALECER
LA IMAGEN DE MARCA DE LA EMPRESA FLORERÍA
GENOVEVA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2012**

AUTORES:

Bach. ABT CRUZ, ANGIE STEFFI BRIGITTE

Bach. PAREDES GÁLVEZ, HECTÓR JOSÉ

PIMENTEL – PERÚ

2012

RESUMEN

En el mundo actual el posicionamiento y la imagen de marca son términos que las grandes compañías han venido estableciendo para obtener una mayor porción de su participación en el mercado.

Florería Genoveva es una empresa dedicada a la venta de arreglos florales de la ciudad de Chiclayo, es una empresa familiar que hace muchos años atrás tuvo acogida por el público pero con el pasar del tiempo, por factores internos y externos ocasionaron la disminución de sus ventas y su presencia en el mercado.

En la actualidad el consumidor de Chiclayo tiene en su mente en primer lugar a otras florerías, razón por la que este trabajo de investigación tiene como finalidad proponer estrategias de posicionamiento para fortalecer la imagen de marca de la florería Genoveva en la ciudad de Chiclayo, la cual le permita transmitir una idea o imagen de la empresa la cual genere un significado sobre la calidad de esta y los servicios que brinda a la comunidad.

El trabajo de investigación en mención se fundamenta según el objetivo perseguido por la investigación en el tipo de estudio de investigación: Descriptiva; con un diseño de investigación no experimental y transversal; la población en estudio en la presente investigación está formada por todos aquellos clientes de la florería registrados en la base de datos de la misma, que corresponde a cincuenta (50) clientes; y a (50) pobladores de la ciudad de Chiclayo, para la recolección de datos se utilizó un cuestionario.

Mediante la encuesta realizada a los pobladores de Chiclayo se pudo obtener que el nivel de posicionamiento de la florería Genoveva es bajo en comparación a su competencia directa como lo es Rosatel, La Florizia detalles, Ocasiones Art.

Se encontraron relaciones directas entre el reconocimiento de la marca y asociación a la compra de flores con la marca, así como relación entre la satisfacción del consumidor por los productos con la calidad de servicio que brinda la florería por parte de los clientes de la empresa.

La presente Tesis titulada "Estrategias de posicionamiento para fortalecer la imagen de marca de la empresa florería Genoveva en la ciudad de Chiclayo 2012", ha tenido como finalidad describir la situación actual así como las posibles Estrategias de posicionamiento que permitirá a la florería Genoveva fortalecer su imagen de marca.