



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

PLAN DE MARKETING Y EL POSICIONAMIENTO
DE LA POLLERIA BRASAS CHICKEN,
LAMBAYEQUE-2016

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Autor:

Bach. MILIAN TORRES JORGE LUIS

Pimentel, 06 de Abril del 2017

RESUMEN

El presente estudio, realizado en la Pollería Brasas Chicken, tiene como objetivo proponer un Plan de Marketing para el posicionamiento de la Pollería Brasas Chicken, Lambayeque 2016. Debido a las acciones deficientes en el área de marketing para posicionar en el mercado la Pollería Brasas Chicken, buscando con este estudio posicionar a la pollería en la mente del consumidor consiguiendo ser líder en el mercado lambayecano, para así aumentar sus ventas y de la calidad que el cliente requiere.

La metodología de investigación establecida es descriptiva – propositiva, con un población de 40,376 habitantes del distrito de Lambayeque, extrayendo una muestra de 380 encuestados, la técnica de muestreo utilizado es, por conveniencia, siendo elegidos solo los clientes, se recopilaron los datos mediante encuestas con cuestionarios estructurados, para ser procesados y analizados con el software estadístico SPSS versión 22, concluyendo que la Pollería Brasas Chicken, no cuenta con estrategias definidas para posicionarse en el mercado Lambayecano, por lo que se recomienda plasmar dicho Plan de Marketing.