UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

"DISEÑO DE UN PLAN DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PARA LA MARCA USS EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE"

PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

AUTOR
Bach. ANA KARINA CARDOSO AURAZO

ASESOR
Mg. CARLOS ALBERTO OTERO GONZÁLES

CHICLAYO – PERÚ

2016

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es diseñar estrategias para lograr el posicionamiento para la marca USS en la Región Lambayeque que oriente al cliente actual y potencial a tomar la decisión de estudiar en la Universidad Señor de Sipán.

El enfoque de la presente investigación fue de tipo cuantitativo, tipo descriptivo de diseño no experimental transversal. La población objeto de estudio son alumnos que cursan el 5to año de educación secundaria de las instituciones educativas públicas y privadas de la Región Lambayeque, los que suman 17,554 según el último censo escolar realizado por el Ministerio de Educación. Además de padres de familia que tengan hijos cursando el 5to año de educación secundaria en instituciones educativas públicas y privadas de la Región Lambayeque. La muestra resultante fue de 519 alumnos y 145 padres de familia.

Los resultados de la investigación muestran que los alumnos de 5to de secundaria y padres de familia conocen o han escuchado hablar de la USS. Los atributos que ellos valoran al momento de elegir una universidad son: docentes calificados, calidad de enseñanza, prestigio y exigencia académica. Respecto a la percepción del público objetivo, la Universidad Señor de Sipán es percibida como una universidad que cuenta con buena infraestructura, dejando de lado otros atributos. Así mismo, el 60% del público objetivo, opina que la Universidad Señor de Sipán es buena, pero aún queda un 40% a los cuales la universidad debería enfocar sus esfuerzos de marketing para mejorar su percepción.

Se llegó a la conclusión de que la Universidad Señor de Sipán debe orientar sus estrategias de posicionamiento de acuerdo a la percepción de su público objetivo, considerando los atributos que ellos más valoran.