



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**BRANDING Y SU RELACIÓN CON LA
PERCEPCIÓN DE MARCA EN LA CLINICA
“SAN JUAN DE DIOS”- PIMENTEL,
LAMBAYEQUE**

**Para Optar El Título Profesional De Licenciado En
Administración**

Autores:

Bach. Camacho García Roberto Carlos

Bach. Domínguez Flores Rossitaín

Pimentel, 17 de diciembre del 2015

RESUMEN

La presente tesis tiene por objetivo determinar la relación entre el Branding con la percepción de la marca en la Clínica San Juan de Dios, Lambayeque. La Clínica San Juan de Dios es una Red Integral Privada de Servicios de Salud a nivel nacional, con el propósito de brindarle atención de salud con excelencia, respaldados por los valores de la orden hospitalaria de San Juan de Dios (Hospitalidad, Calidad, Respeto, Espiritualidad). Además permite recuperar la salud de forma integral, teniendo especialidades en ortopedia, traumatología y rehabilitación infantil; y está al servicio de quienes lo necesiten en el Nor-Oriente Peruano. Este estudio permitió determinar cuál es la percepción de marca que tienen los clientes acerca de la clínica y por lo tanto establecer un plan promocional para mejorar la imagen de marca que tienen sobre esta. La investigación es de tipo correlacional, cuantitativa no aplicada, porque permitió mayor probabilidad de responder preguntas acerca de la relación o de que tan bien uno o más datos podrían predecir un resultado específico. La muestra estuvo conformada por un muestreo no probabilístico por conveniencia, tanto a los colaboradores como apoderados de la clínica, por lo que se determinó que la clínica es apreciada como una beneficencia. El instrumento de recolección estuvo conformado por dos encuestas; una encuesta para medir el Branding aplicada a los colaboradores conformada por 10 preguntas y otra encuesta aplicada a los apoderados para determinar su percepción hacia la clínica conformada por 12 preguntas.