



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**BRANDING Y COMPETITIVIDAD EN LA
EMPRESA FERRICENTER – CHICLAYO**

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración**

Autoras:

Bach. BUENO CARRANZA ERIKA
Bach. CAMPOS LEDESMA PATRICIA

Pimentel, 21 de Diciembre del 2015

Resumen

El objetivo del estudio fue diseñar estrategias de Branding para generar competitividad en la Empresa Ferricenter Constructor – Chiclayo. Para ello se realizó una investigación de tipo Descriptiva-Propositiva con diseño no experimental, donde se tuvo como muestra a 76 clientes utilizando como instrumento al cuestionario y como técnica la encuesta; los resultados muestran que existe carencia en la identificación del logo de la empresa para sus clientes según el 49% de los encuestados es deficiente. La investigación concluye que las estrategias de Branding contribuyen a mejorar competitividad en la empresa Ferricenter Constructor y es necesaria realizar alta difusión de las promociones por parte de la empresa, debido a que esto influye en la deficiente gestión de la marca.

Palabras Claves: Branding, posicionamiento, identidad de marca, imagen de marca, competitividad