



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA LOGRAR EL
POSICIONAMIENTO DE LA CLINICA SOSISAC, CHICLAYO - 2014.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Bach. Pérez Toro, Jairo Ricardo

PIMENTEL, PERÚ 2015

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo general proponer un plan de marketing que permita el posicionamiento de la clínica SOSISAC en la ciudad de Chiclayo. El tipo de investigación es descriptiva, propositiva no experimental. La población objeto de estudio está constituida por un total de 196 personas. La técnica de recolección de datos utilizada es la encuesta. Se concluye que la clínica SOSISAC en la actualidad no cuenta con un plan de marketing, es decir no cuenta con estrategias de marketing mix que ayude a la obtención de clientes y no cuenta con promociones o descuentos que ayude a la fidelización de clientes por ende todo esto dificulta el posicionamiento de la clínica SOSISAC en la ciudad de Chiclayo. Como producto final de la investigación se elaboró un plan de marketing con varias estrategias impactantes para fortalecer las deficiencias detectadas en la clínica SOSISAC, así también con este plan de marketing creamos una ventaja competitiva que nos da un plus ante nuestros principales competidores y nos ayuda a mejorar nuestro posicionamiento. Se crearon estrategias de marketing para la difusión en toda la ciudad de Chiclayo, sobre quiénes somos, que servicios ofrecemos y que beneficios brindamos, con esta publicidad constante pretendemos crear recordación y un posicionamiento en la mente del consumidor para así crecer y ser una de las mejores clínicas de la ciudad de Chiclayo.

ABSTRACT

The present research had as general objective to propose a marketing plan that allows the positioning of the SOSISAC clinic in the city of Chiclayo. The research is descriptive, not experimental proactive. The study population consists of a total of 196 people. The data collection technique used is the survey. It is concluded that the SOSISAC clinic currently does not have a marketing plan, ie has no marketing mix strategies that help obtaining clients and does not have promotions or discounts to help customer loyalty therefore all this makes the positioning of the SOSISAC clinic in the city of Chiclayo. The final product of the research plan with several impressive marketing strategies are developed to strengthen SOSISAC deficiencies in the clinic, so with this marketing plan created a competitive advantage that gives us a plus to our main competitors and helps us improve our position. Marketing strategies for dissemination throughout the city of Chiclayo, about who we are, what services we offer and what benefits we offer, with this constant publicity intend to create recall and positioning in the minds of consumers in order to grow and be one of the created best clinics in the city of Chiclayo.