



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
PROPUESTA DE PUBLICIDAD 2.0 COMO
ESTRATEGIA PARA POSICIONAR LA MARCA
SOLUCIONES MÉDICAS DEL NORTE S.A.C.
CHICLAYO, 2013.**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

Autoras:

**Bach. Pizarro Pulache, Almendra Del Rosario
Bach. Yen Timpio Cajusol, Sahara**

Asesor:

Mg. Coronel Trujillano Ricardo

**Línea de Investigación:
Marketing**

Pimentel – Perú

2013

RESUMEN

En esta investigación se pretende encontrar una realidad problemática relacionada a la estrategia promocional que utilizan las empresas de salud ocupacional; ya que Todas las empresas públicas y privadas del Perú están obligadas por ley a desarrollar programas de Salud dirigidos a sus trabajadores; es por ello que esta investigación es útil en el contexto de promocionar la oferta de mercado y conseguir mayor número de clientes.

El objetivo principal de esta tesis es desarrollar una propuesta de Publicidad 2.0 como estrategia para posicionar la marca de la empresa Soluciones Médicas del Norte S.A.C. ubicada en la ciudad de Chiclayo. La metodología utilizada, es de tipo explicativa y proposicional, y Su diseño es no experimental – transaccional - descriptivo.

Los instrumentos de recolección de información utilizados fueron cuestionario de encuesta, Guía de análisis documental y Matriz de consistencia.

La población a estudiar fue tomada porcentualmente del número de empresas en la ciudad, con una muestra 20 empresas. Los resultados obtenidos al final de la investigación fueron que la información difundida a través de internet es más rápida de llegar a las personas que están interesadas en contratar los servicios de empresas especializadas para cumplir con los requerimientos que el estado dispone. Se recomienda investigar nuevas formar de publicidad online, con el fin de conseguir orientar a los clientes o futuros clientes acerca de los servicios que brindan las empresas de salud ocupacional; con el único propósito de llegar a más personas y abrir nuevos mercados potenciales.

Palabras clave: Publicidad, posicionamiento, propuesta