



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

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

TESIS

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN REDES SOCIALES
PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE FISIOTERAPIA Y
ESTÉTICA “BARBOZA´S” DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2014.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN
ADMINISTRACIÓN**

Autoras:

**BACH. PINTADO DAMIAN, VIVIANA FAUSTINA
BACH. ZENTENO ROALCABA, KRISS ESTHEPANIE**

Pimentel, Perú - 2014

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue proponer estrategias de marketing en redes sociales para mejorar el posicionamiento del Centro de Fisioterapia y Estética Barboza´s de la ciudad de Chiclayo, donde se realizó un estudio de tipo descriptivo y propositiva con un diseño no experimental

Los resultados de este estudio mostraron que en el Spa Barboza´s no se realizan estrategias de marketing en redes sociales puesto que no se conoce la importancia del uso de la tecnología en el marketing donde se muestre las acciones correctas que se debe realizar para el marketing en medios digitales. Se ha determinado que la problemática del Spa Barboza´s está dada principalmente por la falta de acciones de marketing que favorezcan al spa haciéndola más competitiva en el mercado de Chiclayo. Se ha identificado que el nivel de posicionamiento del Spa Barboza´s es bajo por la falta de acciones de marketing apropiadas y adecuadas a la situación del negocio.

Las estrategias marketing en redes sociales se han realizado de acuerdo a los objetivos establecidos para el Spa Barboza´s los por lo que es importante seguir el plan de acuerdo a su estructura.

ABSTRACT

The purpose of this research was to propose strategies for social media marketing to improve the position Physiotherapy Center and Barboza's Aesthetics of Chiclayo, where a descriptive study was undertaken and purposeful with a non-experimental design

The results of this study showed that in Barboza's Spa no marketing strategies in social networks are realized as the importance of using technology in marketing shows where you do not know the right actions to be performed for the marketing digital media. It has been determined that the problem of Barboza's Spa is governed mainly by the lack of marketing actions that favor the spa to become more competitive in the market Chiclayo. It has been identified that the level of positioning Barboza's Spa is low by the lack of appropriate marketing actions and appropriate to the situation of the business.

The marketing strategies in social networks have been conducted according to the objectives set for the Barboza's Spa so it is important to follow the plan according to their structure.