



FACULTAD DE HUMANIDADES

**Escuela Académico Profesional de Ciencias de la
Comunicación**

TESIS

**PROPUESTA DE BRANDING ESTRATÉGICO
PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DEL
HOSTAL AYAPALLECK MUCHIK DE LA CIUDAD
DE CHICLAYO, 2015.**

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autor:

Bach. Vassallo Barco, Bruno Jesús.

Pimentel, julio del 2015.

Resumen

Investigación descriptiva-propositiva que tuvo como objetivo proponer un plan de branding estratégico para posicionar la marca del Hostal Ayapalleck Muchik en Chiclayo. El posicionamiento actual de la empresa se midió en 4 dimensiones: 1) imagen y posicionamiento, 2) necesidades del consumidor, 3) marketing y comunicación de marca y 4) fidelización de marca. Se encontró que a nivel externo no ocupaba un lugar preferencial en la mente del consumidor, pero había un alto índice de satisfacción en los clientes actuales. Ante esto, la propuesta de branding buscó afianzar la lealtad de los huéspedes y posicionar la marca del hostal con elementos tangibles e intangibles más definidos.