



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE
MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO
DE LA MARCA TOPITOP DE LA CIUDAD DE CHICLAYO.**

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

Autor:

Bach. Linares Valdivieso Walter Gonzalo

Pimentel 14 de Julio – Perú, 2015

Resumen

El presente trabajo tuvo como propósito desarrollar los conceptos básicos de marketing a través de la propuesta de un plan estratégico de marketing para mejorar el posicionamiento de la marca Topi Top. El método de esta investigación fue de carácter no experimental, y el estudio fue apoyado por las teorías de Wilensky, Kotler y Pujol. El estudio descriptivo, propositivo consistió en una muestra de 196 personas de toda la población de la ciudad de Chiclayo. Una encuesta de 19 preguntas que fue aplicada y los resultados se obtuvieron a partir de un software estadístico. La conclusión fue que hay un porcentaje regular que nos muestra la pérdida de posicionamiento que presenta la marca Topi Top.

Para lograr este resultado se hizo un recorrido por la fundamentación teórica actual del marketing. En un primer momento se construyó la filosofía empresarial correspondiente al direccionamiento estratégico de la empresa, luego se realiza un análisis del entorno externo como también interno, identificando las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la compañía. Posteriormente a través de una investigación de mercados de tipo descriptivo se mide el nivel de satisfacción de los clientes para realizar la segmentación y el posicionamiento.