



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**Escuela Académico Profesional de Administración**

**TESIS**

**PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y  
POSICIONAMIENTO DE MERCADO,  
CORPORACIÓN “GALCA” S.A.C. – LA  
VICTORIA, CHICLAYO.**

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

**Autoras:**

**Bach. Manayay Salcedo Ebelyn Estefany**

**Bach. Pérez Huamán Karen Edith**

**Pimentel, 22 de diciembre del 2015**

## **RESUMEN**

La presente investigación está dividida en capítulos, en el capítulo uno problema de la investigación; comprende la realidad problemática en el contexto internacional latinoamericano, nacional, y local que permitió especificar la formulación del problema. También contiene la delimitación y limitación de la investigación; así como la justificación de forma epistemológica, metodológica y ontológica que favoreció la elaboración de los objetivos de estudio.

En el capítulo dos marco teórico; corresponde a los antecedentes de estudio, las cuales son otras investigaciones que contienen las mismas variables de estudio que la presente investigación, incluyendo una síntesis de la investigación, metodología y los resultados. Además están el estado del arte, las bases teórico científicas en las cuales se basan las variables de estudio; y por último, la definición de la terminología. En el capítulo tres; marco metodológico comprende tipo y diseño de investigación, población y muestra, hipótesis, variables de estudio plan de marketing estratégico y posicionamiento. La operacionalización donde dimensionamos las variables ara su estudio. También están los Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de dato, procedimiento para la recolección de datos, análisis estadístico e interpretación de los datos, principios éticos y criterios de rigor científico.

En el capítulo cuatro está el análisis e interpretación de los resultados en tablas y gráficos, contiene el procesamiento de la información con el resultado de los datos en tablas y gráficos, la interpretación de los mismos y discusión de resultados. El capítulo cinco es la propuesta de investigación y finalmente capítulo seis son las conclusiones y recomendaciones.