



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE BRANDING Y
POSICIONAMIENTO DE MARCA EN ANCHOA
V&V SAC - LIMA**

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

AUTORES:

BACH. OROSCO NUNTON VICTOR GERMÁN

BACH. REQUEJO DELGADO HEINER HELÍ

PIMENTEL, PERÚ – 2015

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el Branding y posicionamiento de marca en Anchoa V&V SAC – Lima.

La metodología de la investigación se basó en un estudio de tipo no experimental, donde se ha considerado como muestras a clientes y trabajadores de la empresa a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario con el fin de obtener los resultados que se necesitaban para el estudio.

A través de los resultados se ha determinado que el Branding en anchoa V&V SAC está dado por el reconocimiento del logo al estar de acuerdo al sector de actividad en el que la empresa se desarrolla, y la aceptación de colores de la marca por parte de los clientes. Asimismo, en el diagnóstico del posicionamiento de marca en anchoa V&V SAC, se ha determinado que la representación de la imagen de anchoveta, está representado en la marca ANCHOA V&V SAC; además, se tiene aceptación por el producto y es considerada de calidad. Se ha llegado a la conclusión que las estrategias de Branding para la generación del posicionamiento de marca en Anchoa V&V SAC son necesarias ya que no todos los clientes reconocen que los productos de la empresa sean mejores que el de la competencia, por lo que es necesario una mejor gestión de la marca.