



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA
ILUMINARE DECORS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2012-2013.**

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

AUTORES:

BACH. PAREDES ELERA JULIO JOUBERT

BACH. VÍLCHEZ PIEDRA VICTOR MIGUEL

PIMENTEL - MARZO

2013

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal proponer estrategias de marketing mix que contribuya al posicionamiento en el mercado de la empresa Iluminare Decors EIRL–Chiclayo.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo con un diseño no experimental, donde se consideró como muestra a 32 clientes fijos de la empresa Iluminare Decors a quienes se aplicó una encuesta de 10 ítems con el fin de obtener la información que se necesitaba para el estudio.

Los resultados muestran que las características del marketing mix en la empresa son que se da un buen servicio y el 100% de clientes se encuentra satisfecho, existe un acuerdo con los precios establecidos (88%), la ubicación se considera buena (87%), y se utilizan medios de comunicación como la radio, tv, internet, medios impresos. Finalmente se concluye que los elementos del marketing mix que contribuye con el posicionamiento de la empresa Iluminare Decors EIRL–Chiclayo, especialmente por el factor promoción que debe realizar la empresa, fortaleciendo las estrategias, tanto en medios tradicionales como virtuales, para lograr un mayor efecto en el posicionamiento de la empresa en el mercado de Chiclayo.

Abstract

This research had as main objective to propose strategies marketing mix that contributes to market positioning of the company enlighten Decors EIRL Chiclayo.

A study of descriptive type with a non-experimental design, which was considered as showing 32 regular customers of the company enlighten Decors to a survey of 10 items in order to obtain the information needed for the study was applied was performed.

The results show that the characteristics of the marketing mix in the company are that good service is given and 100% of customers are satisfied, there is an agreement with the established prices (88%), the location is considered good (87%) and media such as radio, TV, internet, print media are used. Finally it is concluded that the elements of the marketing mix that contributes to the positioning of the company enlighten Decors EIRL Chiclayo, especially by promoting factor of the partner, strengthening strategies in both traditional media and virtual, for greater effect in positioning the company in the market of Chiclayo.