



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING, PARA EL  
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA ARUBA, EN LA CIUDAD  
DE CHICLAYO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACION**

**Autores:**

**BACH. IZQUIERDO RIVERA CYNTHIA JANETH**

**BACH. VILCHEZ OSORIO BAYRON SMITH**

**PIMENTEL-PERU**

**2013**

## RESUMEN

La comercialización en el mundo, ha evolucionado de manera rápida, como los cambios continuos y exigencias del consumidor de nuestros días, que para lograr consolidarse como empresa en un mercado tan competitivo, se hace uso del marketing y sus diversas aplicaciones, de igual manera con la tecnología

La presente tesis tiene como objetivo diseñar una propuesta de plan de marketing para el posicionamiento de la marca Aruba en la ciudad de Chiclayo, el cual le permita transmitir un nuevo pensamiento acerca de la imagen de la empresa generando así un significado sobre la calidad de los productos que brinda y para ello es esencial determinar la situación actual de la empresa, conocer la percepción que tienen los consumidores hacia la marca y posteriormente elaborar estrategias que permitan la eficiente construcción de la marca en cuanto a posicionamiento e imagen y finalmente proponer los medios que puede utilizar para darse a conocer en el mercado.

Los métodos de investigación que se utilizaron fueron, métodos descriptivos, para enumerar las características de la realidad, analíticos para analizar y sistematizar datos de la realidad, inductivo para establecer generalizaciones de los resultados y deductivo e inductivo para obtener las conclusiones en cuanto a las técnicas de investigación se aplicó la encuesta y la entrevista. El desarrollo del estudio está basado en el análisis de una muestra no probabilística conformada por una muestra de 384 personas. De ellos, se seleccionaron los pertenecientes a las clases C y D de la ciudad de Chiclayo, esto debido a que los productos de helados Aruba tienen como mercado objetivo a la clase media baja, después de realizado el acopio se procesaron los datos en el programa SPSS.

## **ABSTRACT**

The marketing world has evolved quickly, as the continuous changes and consumer demands of our time, that in order to establish itself as a company in such a competitive market, it makes use of marketing and its various applications, just as with technology.

This thesis aims to design a marketing plan proposal for the Aruba brand positioning in the city of Chiclayo, which allows you to transmit a new thought about the image of the company generating a meaning on the quality of the products offered and it is therefore essential to determine the current status of the company, know the consumer perception towards the brand and then develop strategies to build efficient in terms of brand positioning and image, and then propose the means can use to make themselves known in the market.

The research methods used are descriptive methods to list the features of reality, analytical data to analyze and systematize reality inductive generalizations of the results and for deductive and inductive conclusions regarding techniques applied research and interview survey. The development of the study is based on the analysis of a probabilistic sample consists of a sample of 384 people. Of these, we selected the classes C and D of the city of Chiclayo, that because Aruba ice cream products have the target market to lower middle class, made after the collection data will be processed in the program and SPSS.