



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

**TESIS**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING, BASADO EN EL  
MARKETING EXPERIENCIAL, PARA POSICIONAR LA MARCA DE  
UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION:**

**Autores:**

**Bach. Castillo Alvitres, Eduardo Andree  
Bach. Villanueva Lazarte, George Michael Yordan**

**Asesora:**

**Mg. Sc. Chavarry Ysla, Patricia del Rocío**

**Línea de investigación:**

**Marketing**

**Pimentel - Perú**

**2016**

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo proponer un plan de marketing para posicionar la marca de una empresa de capacitación empresarial, en la provincia de Lambayeque.

Se utilizó una metodología deductiva, utilizando un tipo de investigación descriptiva, propositiva. Se encuestaron a 59 estudiantes, entre 17 y 25 años, de la casa de estudio en cuestión, ubicada en la provincia de Lambayeque, el instrumento de investigación fue un cuestionario conformado por 21 ítems que permitieron investigar las dimensiones de estudio. Posteriormente los resultados fueron tabulados e interpretados a con la utilización del software SPSS 20.

Se encontró que la empresa objeto de estudio tiene un nivel de posicionamiento bajo, afectado directamente por los factores de diferenciación, relevancia, y el conocimiento de marca y de los beneficios de la propuesta de valor de la empresa en cuestión.

**Palabras claves:** plan de marketing, posicionamiento