



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

TESIS

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

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN:

AUTORES:

BACH. CASTILLO ALVITRES, EDUARDO ANDREE

BACH. VILLANUEVA LAZARTE, GEORGE MICHAEL YORDAN

ASESORA

MG. SC. PATRICIA DEL ROCIO CHÁVARRY YSLA

Pimentel, Julio del 2014

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 items 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, estima y el conocimiento de marca y de los beneficios de la propuesta de valor de la empresa en cuestión.