



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Plan de marketing para el posicionamiento de una
asociación de crianza y venta de caprinos en Chiclayo

AUTORA:

Burga Rojas, Derlin Marilyn (orcid.org/0000-0001-8063-1811)

ASESOR:

Dr. Huiman Tarrillo, Hugo Enrique (orcid.org/0000-0002-8152-7570)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por darme inteligencia, sabiduría y guiar siempre mi camino, así mismo a mis padres Guillermo Jaime Burga Saavedra y Ivonne Esmeralda Rojas Agip por su amor, sacrificio y apoyo en lo largo de mi carrera profesional, también dedico este trabajo a mi hijo que está por nacer Yeico Paul Mathias por ser el motor y la fortaleza de mi vida.

Derlin Marilyn

Agradecimiento

A mi familia, a mis padres, a mis hermanos Guillermo Jean Franco y Thalia Anali, a mis abuelos Pedro Rojas, Santos Agip y Brisaida Saavedra, por estar conmigo en cada etapa de mi vida y a mi compañero de vida Fernando Oblitas por su apoyo incondicional y respaldo en este camino, así mismo a mis docentes por compartir sus conocimientos y enseñanzas durante este trayecto profesional.

Autor

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y Operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	30
VIII.PROPUESTA	31
REFERENCIAS	33
ANEXOS.....	42

Índice de Tablas

Tabla 1. Niveles de características	18
Tabla 2. Niveles de atributos.....	19
Tabla 3. Niveles de valor producto.....	20
Tabla 4. Niveles del indicador nombre y logotipo.....	21
Tabla 5. Niveles de la dimensión Imagen corporativa.....	22
Tabla 6. Estrategias del plan de marketing	31

Índice de Figuras

Figura 1 Plan de marketing.....	32
--	----

Resumen

La investigación tuvo como objetivo Proponer un plan de marketing para mejorar el actual posicionamiento de una asociación de crianza y venta de caprinos en Chiclayo. Se emplea una investigación tipo básica de enfoque cuantitativo y de nivel propositivo y descriptivo bajo el diseño fue no experimental. Se tomó como muestra a 384 ciudadanos, a los cuales se les aplicó un cuestionario como instrumento por lo que se utilizó como técnica a la encuesta. Los resultados del diagnóstico evidenciaron un nivel bajo en el valor del producto (85%) e imagen corporativa (100%), por lo que se presenta un nivel bajo de posicionamiento (100%) de la asociación. Se elaboró un plan de marketing considerando las estrategias del marketing mix, cuya duración se planeta de seis meses y el presupuesto asciende los doce mil trescientos soles. Se llegó a la conclusión que el posicionamiento de la asociación de crianza y venta de caprinos en Chiclayo es bajo y, por ende, se desarrolló un plan de marketing que mejorará la posición en el mercado, este plan fue validado bajo el criterio de 3 expertos.

Palabras clave: Posicionamiento, Plan de marketing, estrategias.

Abstract

The objective of the research was to propose a marketing plan to improve the current positioning of an association for the raising and sale of goats in Chiclayo. A basic research type of quantitative approach and propositional and descriptive level is used under the non-experimental design. 384 citizens were taken as a sample, to whom a questionnaire was applied as an instrument, so the survey was used as a technique. The results of the diagnosis showed a low level in the value of the product (85%) and corporate image (100%), so there is a low level of positioning (100%) of the association. A marketing plan was developed considering the strategies of the marketing mix, whose duration is six months and the budget amounts to twelve thousand three hundred soles. It was concluded that the positioning of the goat breeding and sale association in Chiclayo is low and, therefore, a marketing plan was developed that will improve the position in the market, this plan was validated under the criteria of 3 experts.

Keywords: Positioning, Marketing plan, strategies.