



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

“EL MARKETING SOCIAL Y LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
PARA LA DONACIÓN DE ÓRGANOS
EN LA RED DE ESSALUD MARINO MOLINA SCIPPA”,
DISTRITO DE COMAS, LIMA. AÑO 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

PAOLA CABALLERO GUILLÉN

ASESOR:

DR. GERARDO FRANCISCO LUDEÑA GONZÁLEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA - PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaz

PRESIDENTE

Dr. Antonio Díaz Saucedo

SECRETARIO

Dr. Lessner Augusto León Espinoza

VOCAL

A mis padres por su apoyo incondicional, por inculcarme valores y las ganas de ser mejor cada día. Ustedes me han brindado la fortaleza necesaria para lograr mis metas, gracias por siempre creer en mí.

A Dios por darme salud, fuerza y perseverancia para afrontar todos los problemas, por concederme la oportunidad de conseguir el grado de Licenciada; y a mi familia por el amor y apoyo incondicional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **PAOLA CABALLERO GUILLÉN** con DNI N° 42347471, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, julio de 2016

PAOLA CABALLERO GUILLÉN

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “El Marketing social y la Planificación Estratégica para la donación de órganos en la Red de Essalud Marino Molina Scippa”, distrito de Comas, Lima.Año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración de conformidad con los procedimientos y requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

PAOLA CABALLERO GUILLÉN

ÍNDICE

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.4. Formulación del problema	21
1.5. Justificación del estudio	21
1.6. Objetivos	23
1.7. Hipótesis	23
II. METODOLOGÍA	
2.1. Diseño de investigación	25
2.2. Variables y operacionalización	26
2.3. Poblacion y muestra	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.5. Métodos de análisis de datos	31
2.6. Apectos éticos	32

III.	RESULTADOS	33
IV.	DISCUSIÓN	46
V.	CONCLUSIÓN	48
VI.	RECOMENDACIONES	50
VII.	REFERENCIAS	51
VIII.	ANEXOS	53
	8.1.	instrumento
	8.2.	Validación del instrumento
	8.3.	Matriz de consistencia

RESUMEN

El estudio de investigación titulado, “El Marketing social y la planificación estratégica para la donación de órganos en la Red de Essalud Marino Molina Scippa”, Distrito de Comas, Lima. Año 2016”, tuvo como objetivo general, determinar la relación, durante el año 2016. Estudio descriptivo que se realizó con la valiosa colaboración de trabajadores de dicha Institución, siendo la población de 120 personas, contamos con el apoyo de 92 colaboradores, los cuales respondieron con suma honestidad al cuestionario que fue diseñado a partir de las dimensiones correspondientes a cada variable en estudio y con una confiabilidad de ,9.49 (Variable – Marketing Social) y 0.940 (Variable – Planificación Estratégica), según el Alfa de Cronbach; dichos resultados se corrieron en el programa SPSS versión 21 en español y de acuerdo a eso se determinó que el marketing social se relaciona significativamente y estadísticamente con la donación de órganos en la Red de Essalud Marino Molina Scippa, distrito de Comas, Lima, año 2016.

PALABRAS CLAVES Planificación Estrategica, creatividad, marketing social.

ABSTRACT

The study entitled, "The social Marketing in strategic Planning for organ donation Essalud Molina Scippa in the district of Comas, Lima, in 2016" had as general objective, to determine the relation, during 2016, descriptive study was conducted with the valuable collaboration of workers of the institution, with the population of 120, we have the support of 92 employees, who responded with great honesty to the questionnaire that was designed from the dimensions for each variable under study and with reliability, 9.49 (Variable - Social Marketing) and 0.940 (Variable – strategic planning), according to Cronbach's alpha; these results were run on SPSS version 21 in Spanish and according to that determined that social marketing and statistically significantly related to strategic planning in Essalud Network Scippa Marino Molina district of Comas, Lima, 2016

KEY WORDS Strategic planning, creativity, social marketing.