



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“INFLUENCIA DEL MARKETING MIX EN LAS VENTAS EN LA
EMPRESA CENTENARIO URBANIZACIONES SAC., SAN MARTÍN DE
PORRES, 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

MELGI DALILA PEÑA ROJAS

ASESOR

Dr. ANTONIO DIAZ SAUCEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2017



Dr. Dávila Arenaza Victor

Presidente



Dr. Díaz Saucedo Severino Antonio

Secretario



Dr. Fernández Saucedo Narciso

Vocal

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a Mis padres Alcides y Santos, por su amor y apoyo incondicional, por sus consejos, sus enseñanzas y valores, que hoy en día me permiten ser una persona de bien; a mi hijo Adrián, quién es mi inspiración y fortaleza, él hace que todo esfuerzo valga la pena, por alegrarme la vida en los momentos difíciles y ser mi motivación constante.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme cumplir mis sueños, lograr mis metas y objetivos que me conducirán al éxito.

Agradezco a mi asesor Antonio Díaz Saucedo por su paciencia y apoyo en este trabajo, resultado de mucho esfuerzo y dedicación, sus enseñanzas fueron vitales para el logro de mi objetivo.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Melgi Dalila Peña Rojas con DNI N° 73673209, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 ^v esto en las normas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 10 de Diciembre del 2017



Melgi Dalila Peña Rojas

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “**La influencia del marketing mix en las ventas de la empresa Centenario Urbanizaciones SAC., San Martin de Porres-2017**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Melgi Dalila Peña Rojas

ÍNDICE

Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	ix
Resumen	xi
Abstract	xi

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.2.2 Trabajos previos internacionales	12
1.2.1 Trabajos previos nacionales	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.3.1 Marketing mix	15
1.3.2 Componentes del marketing	17
1.3.4 Ventas	19
1.4 Formulación del problema	23
1.4.1 Problema general	23
1.4.2 Problema específico	23
1.5 Justificación de estudio	24
1.6 Hipótesis	24
1.6.1 Hipótesis general	24
1.6.2 Hipótesis específicas	24
1.7 Objetivos	25
1.7.1 Objetivo general	29
1.7.2 Objetivo específico	29

II. METODO	
2.1 Diseño de investigación	31
2.2 Variables, operacionalización	32
2.3 Población y muestra	40
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.4.1 Técnica	40
2.4.2 Instrumento	40
2.4.3 Validez	41
2.5 Método de análisis de datos	42
2.5.1 Método descriptivo	42
2.5.2 Método estadístico inferencial	42
2.6 Aspectos éticos	43
III. RESULTADOS	
3.1 Interpretación de tablas de frecuencias	45
3.2 Prueba de hipótesis de la investigación	42
3.3 Prueba de regresión lineal	49
IV. DISCUSIÓN	
V. CONCLUSION	
VI. RECOMENDACIONES	
VII. REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	34
Tabla 2. Juicio de expertos	35
Tabla 3. Criterios de confiabilidad	36
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad	36
Tabla 5. Variable marketing mix	38
Tabla 6. Dimensión producto	38
Tabla 7. Dimensión precio	39
Tabla 8. Dimensión plaza	39
Tabla 9. Dimensión promoción	40
Tabla 10. Variable ventas	40
Tabla 11. Dimensión venta personal	41
Tabla 12. Dimensión promoción de venta	41
Tabla 13. Dimensión volumen de ventas	42
Tabla 14. Nivel de correlación de Pearson	43
Tabla 15. Prueba de correlación H _G	44
Tabla 16. Prueba de Pearson H _{E1}	45
Tabla 17. Prueba de Pearson H _{E2}	46
Tabla 18. Prueba de Pearson H _{E3}	47
Tabla 19. Prueba de Pearson H _{E4}	49
Tabla 20. Porcentaje estandarizado	49
Tabla 21. Resumen de modelo	50
Tabla 22. Anova	51
Tabla 23. Coeficientes	51

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la influencia del Marketing mix en las ventas de la empresa Centenario Urbanizaciones Sociedad Anónima Cerrada, San Martín de Porres, año 2017. Centenario Urbanizaciones es una empresa inmobiliaria dedicada a la venta de terrenos urbanizados a nivel nacional, con más de 85 años en el mercado. El diseño de la investigación es no experimental, transversal ya que se recolecta la información en un determinado tiempo y las variables no se manipulan. La investigación considerará a 35 personas ligadas directamente al estudio y que colaboran en la empresa Centenario Urbanizaciones. La muestra está conformada por toda la población, es decir 35 colaboradores del área comercial y administrativa.

Palabras clave: Ventas, Publicidad, Gestión

ABSTRACT

The general target of the present investigation was to determine the influence of marketing mix in the sales of the company Centenary Urban developments Closed Corporation, St Martin of Porres, year 2017. Centenary Urban developments is a real estate company dedicated to the sale of areas urbanized at national level, with more than 85 years on the market. The design of the investigation is not experimental, transverse since the information is gathered in a certain time and the variables are not manipulated. The investigation will consider 35 persons tied straight to the study and who collaborate in the company Centenary Urban development. The sample is shaped by the whole population, that is to say 35 collaborators of the commercial and administrative area.

Key words: Sales, Publicity, Management