



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO Y SU RELACIÓN
CON LA RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EMBARCADERO
41 FUSIÓN EN LA PROVINCIA DE LIMA, AÑO 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIATURA EN ADMINITRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA

OCUPA CRUZ MAYTHE PROENKA

ASESOR

EDITH ROSALES DOMINGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERU

Año 2015

PÁGINA DEL JURADO

DR.VICTOR DÁVILA ARENAZA

PRESIDENTE

DR EDWIN ARCE ALVAREZ

SECRETARIO

MG. EDITH ROSALES DOMINGUEZ

VOCAL

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios por darme salud, a mi bebe quien es mi motor y motivo y a mi familia, quienes me apoyaron en todo momento y nunca me dejaron sola a lo largo de este camino, ellos han sido mi motivación para terminar el presente proyecto.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis fue posible gracias al apoyo y esfuerzo de forma directa o indirectamente de todos los que han participado, leyendo, corrigiendo y animándome en los momentos difíciles. A mis profesores de la Universidad Cesar Vallejo, por darnos ese estímulo a seguir la carrera y brindarme los principales conocimientos administrativos. A mi asesor: Mg. Rosales Domínguez, Edith G., por darme las herramientas indispensables para la elaboración del presente trabajo, conocimiento, guía, tiempo necesario y dedicación en mis avances y correcciones. Al Lic. Martín Rojas, Administrador del restaurante Embarcadero 41 Fusión., gracias por el apoyo y confianza al brindarme la información necesaria para el estudio presente.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Maythe Proenka Ocupa Cruz, declaro que la tesis de grado titulada “LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO Y SU RELACIÓN CON LA RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EMBARCADERO 41FUSIÓN EN LA PROVINCIA DE LIMA, AÑO 2015 ”, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi auditoria.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis de grado en mención.

Lima, 24 de Abril 2015

Maythe Proenka Ocupa Cruz

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo, pongo a consideración de vuestro criterio profesional, la evaluación del presente informe de investigación denominada: “LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO Y SU RELACIÓN CON LA RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EMBARCADERO 41 FUSIÓN EN LA PROVINCIA DE LIMA, AÑO 2015 ”,. Elaborado con el propósito de obtener el título de licenciado en Administración.

La presente investigación realizada es de tipo Descriptiva – Correlacional, donde se busca hallar la relación entre la variable independiente y la variable dependiente.

Respetados señores miembros del jurado y autoridades confío en que sabrán reconocer, en forma justa, el mérito de la presente investigación, agradeciéndoles por anticipado las sugerencias y apreciaciones que sirvan hacernos al respecto.

Atentamente y respetuosamente

La Autora

ÍNDICE

RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos Previos	12
1.3 Teorías Relacionadas al tema.....	17
1.4 Formulación del Problema.....	22
1.5 Justificación del Estudio.....	23
1.6 Objetivos.....	24
1.7 Hipótesis.....	24
II. MÉTODO	26
2.1 Diseño de Investigación.....	26
2.2 Variables, Operacionalización.....	26
2.3 Población y Muestra.....	28
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	28
2.5 Métodos de análisis de datos.....	30
2.6 Aspectos éticos	30
III. RESULTADOS	32
IV. DISCUSIÓN	38
V. CONCLUSIÓN	41
VI. RECOMENDACIONES	43
VII. REFERENCIAS	44
ANEXOS	47
✓ Instrumentos	
✓ Validación de Instrumentos	
✓ Matriz de consistencia	

RESUMEN

La presente tesis que lleva por título “LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO Y SU RELACIÓN CON LA RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EMBARCADERO 41 FUSIÓN EN LA PROVINCIA DE LIMA, AÑO 2015 ”, tiene como objetivo general determinar la influencia de las estrategias del marketing directo en la rentabilidad del Restaurante Embarcadero 41 Fusión. La metodología aplicada, es de tipo Descriptivo el diseño optado es correlacional así mismo la población objeto de la investigación estará constituida por 201 ejecutivos del Restaurante Embarcadero 41 Fusión de la provincia de Lima año 2015 ; para los efectos de recolección de información se ha considerado la muestra de 112 ejecutivos; la técnica de Investigación ha sido la encuesta tipo Liker, el Instrumentos de Recolección de Datos es un cuestionario, el procesamiento y Análisis de datos se realizó utilizando el paquete estadístico SPSS y la estadística descriptiva para el estudio respectivo. De acuerdo a los resultados de la investigación, se ha determinado que si existe relación entre ambas variables.

Palabras clave: Marketing Directo , Rentabilidad económica y Financiera .

ABSTRACT

The present Take That thesis entitled "DIRECT MARKETING STRATEGIES AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE PERFORMANCE OF THE RESTAURANT PIER 41 MERGER IN THE PROVINCE OF LIMA, 2015" As General aim of determining S. The influence of marketing strategies live profitability RestauranteEmbarcadero 41 Fusión.La methodology applied is the descriptive correlational design is chosen,also the target population of 201 Estara Incorporated Research Collaborators Embarcadero 41 Fusion restaurant in the province of Lima 2015; For the purposes of gathering information has been considered the sample of 112 employees; Technique Survey research was Liker, Questionnaires UN type the Data Collection Instruments is the processing and analysis of data was performed using SPSS statistical and descriptive paragraph the respective study. According to research results, has determined that the correlation between two variables.

Key words: Direct Marketing, Profitability and Financial .