



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“El Marketing Estratégico y su influencia en la Rentabilidad Empresarial de
la Pollería – HIKARI, distrito de Los Olivos, año 2013”**

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

AUTOR:

VARGAS CHAMPION, JINMY ALCIDES

ASESOR:

DR. RODRIGUEZ FIGUEROA JORGE J.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL

LIMA –PERÚ

Año 2013

JOSÉ JORGE RODRÍGUEZ FIGUEROA
PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado principalmente con mucho cariño a mis señores padres quienes son mi motivación y aliento para desarrollarme integralmente día a día, en segundo lugar a todas aquellas personas que contribuyeron con la realización de este trabajo.

Agradecimiento

Quiero empezar agradeciendo a Dios quien es el que permite que goce de vida y buena salud para el logro de mis objetivos, por darme fuerza y determinación para seguir día a día.

A mis señores padres por esa labor abnegada constante de formar en mí y mis hermanos personas con una calidad humana intachable con valores y principios bien definidos en la conducta de cada uno y a todas las personas que contribuyeron de alguna manera con la culminación de este trabajo a todos ellos las gracias.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **JINMY ALCIDES VARGAS CHAMPION**, con DNI. N° 42869523, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes considerado por el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro juramento que toda la documentación que acompaña es veraz y auténtica.

Asimismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis es 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, Los Olivos, Diciembre del 2016

JINMY ALCIDES VARGAS CHAMPION
DNI. N° 42869523

Presentación

Señores miembros del jurado

Me permito presentar la presente tesis intitulada: “El marketing estratégico y su influencia en la rentabilidad empresarial de la Pollería HIKARI LOS Olivos, 2013”, a vuestras consideraciones en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos para optar el título de administrador.

El documento consta de siete capítulos:

Capítulo I: Problema de la Investigación

Capítulo II: Marco Teórico

Capítulo III: Marco Metodológico

Capítulo IV: Resultados

Capítulo V: Discusión

Capítulo VI: Conclusiones

Capítulo VII: Recomendaciones

Capítulo VIII: Referencias bibliográficas

En espera que la presente tesis se ajuste a las exigencias establecidas con todo trabajo científico, creemos haber satisfecho las explicaciones que demanda su particular espera.

Atentamente

Vargas Champion Jinmy Alcides
DNI. N° 42869523

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Figuras.....	x
Índice de Tablas	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
Introducción.....	xiv

CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1.1. Realidad problemática de la Pollería Hikari	15
1.1.1.1 El problema a nivel Internacional	15
1.1.1.2. Nacional	17
1.1.1.3 Local	18
1.1.1.4 Empresa	20
1.1.2. Formulación del problema	22
1.1.3. Justificación	23
1.1.3.1 Social	23
1.1.3.2 Económico	23
1.1.3.3 Teórico	24
1.1.4. Antecedentes	24
1.1.5. Objetivos	26
1.1.5.1 General	26

1.1.5.2 Especifico	26
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. MARCO REFERENCIAL	27
2.1.1. Marco teórico	27
2.1.1.1 Tesis - Plan Estratégico	27
2.1.1.2 Libros - Marketing Estratégico.....	29
2.1.1.3 Tesis – Rentabilidad Empresarial.....	30
2.1.2. Bases Teóricas	34
2.1.2.1 Marketing Estratégico.....	34
2.1.3 Marco conceptual	60
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1. HIPÓTESIS	63
3.1.1. Hipótesis General	63
3.1.2. Hipótesis Nula.....	63
3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	64
3.2.1. Variable 1: MARKETING ESTRATEGICO.....	64
3.2.2. Variable 2: RENTABILIDAD EMPRESARIAL	64
3.3. DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	64
3.3.1. Operacionalización de Variables	65
3.4. METODOLOGÍA	66
3.4.1. Tipo de estudio Descriptivo	66
3.4.2. Diseño De Investigación	66
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	66
3.5.1 Población	66
3.5.2 Muestra.....	67
3.6. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	68
3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	68
3.8. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	69

CAPITULO IV: RESULTADOS	
4.1 ANALISIS DE FRECUENCIA	70
CAPITULO V: DISCUSIÓN	88
CONCLUSION	89
RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	91
ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1	Modelo de Organización	48
Figura 2.2	Matriz de BCG	50
Figura 2.3	Grado de fortaleza de la empresa.....	51
Figura 2.4	Productos.....	52
Figura 2.5	7-S de McKinsey	56
Figura 3.1	Plan de Marketing	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1	Diferentes aproximaciones a la rentabilidad de la formación	33
Tabla 3.1	Marketing estratégico	65
Tabla 3.2	Resultado de Muestra	67

Resumen

HIKARI SAC es una empresa perteneciente al sector gastronómico que tiene como objetivo el brindar un servicio de atención al cliente basado en la venta de platos de comidas, tal es el caso del pollo a la brasa entre otros, que como es conocido por todos es un plato que está considerado como bandera dentro de la amplia variedad de viandas ofertadas por nuestro país.

La empresa HIKARI SAC viene funcionando en varios distritos de Lima entre los cuales tenemos San Miguel, La Molina, Rímac, San Juan De Lurigancho, Pro, Los Olivos, siendo esta sede la utilizada para el presente estudio, en tal sentido podemos mencionar que esta empresa no cuenta con un correcto desarrollo de marketing estratégico ya que si este se ajustara a los lineamientos de la empresa esta podría incrementar de manera sustancial la rentabilidad en la empresa.

De acuerdo con la identificación del problema ¿En qué medida mejora el marketing estratégico la rentabilidad empresarial de la Pollería Hikari, del distrito de Los Olivos 2013? podemos mencionar que lo que se busca comprobar, es que a través de la mejora del marketing estratégico se incrementara la rentabilidad empresarial de dicha pollería para ello nos basaremos de medios de medición probabilísticos entre otros.

Abstract

HIKARI SAC is a company belonging to the restaurant industry that aims to provide customer service based on the sale of food dishes, such is the case with grilled chicken among others, as is known to all is a dish flag is considered within the wide variety of meats offered by our country.

The company HIKARI SAC has operated in several districts of Lima among which are San Miguel, La Molina, Rimac, San Juan De Lurigancho, Pro, Los Olivos, with that site, used for this study, in this sense we can mention that this company does not have the proper development of strategic marketing as if it conformed to the guidelines of the company this could substantially increase the profitability of the company.

According to problem identification what extent strategic marketing improves corporate profitability of Poultry Hikari, Los Olivos district 2013? we mention that what is sought out, is that through the improvement of strategic marketing will increase the profitability of the poultry business for this we will build probabilistic measurement media among others.