

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **PROYECTO DE TESIS**

“EL NETWORK MARKETING Y SU INFLUENCIA EN LA  
PRODUCTIVIDAD DE LOS CLIENTES INTERNOS DEL POLICLÍNICO  
SALUD DAR S.A.C EN EL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES,  
AÑO 2014”.

Tesis para obtener el grado de Lic. en Marketing y Dirección de empresas

### **AUTOR**

Jackeline Andrea Carrillo Maydana

### **ASESOR**

Dr. César Ventura P.

### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Canales de Distribución

**LIMA- PERÚ**

**2014**

.....  
**Dr. César Ventura P.**

.....  
**Dr. Rafael López Landauro**

.....  
**Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza**

### **DEDICATORIA**

*Se la dedico a "Dios" por ser mi pastor, mi fortaleza, mi apoyo incondicional; guiador en este largo camino de la vida.*

*A los maravillosos padres que él me regalo, les dedico el fruto de mi esfuerzo por que ellos cumplieron la misión de educarme con sabiduría y con amor; forjando en mí buenos principios y valores que prevalecerán en mí actuar.*

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco infinitamente a mis docentes, “Lic. César Ventura P. y el Dr. Víctor Dávila Arenaza”; ya que fueron ellos quienes hicieron posible la realización del mismo, transmitiendo hacia mi persona conocimientos que me ayudaran a conseguir el éxito profesional que tanto anhelo.

Así mismo le agradezco a nuestra alma MATER La Universidad Privada “CÉSAR VALLEJO”; por permitirme formar parte de esta hermosa familia universitaria, forjando día a día profesionales de alta calidad.

Y por último y no menos importante “A mis padres y hermanos”, porque todos ellos fijaron en mí sus esperanzas, sus bendiciones y sus buenos deseos, tomando parte de su tiempo para ayudarme, cuidarme y enseñarme que para alcanzar mis sueños siempre tendré que esforzarme.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Jackeline Andrea Carrillo Maydana** identificada con DNI N° **47605994**, 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 **Marketing y Dirección de Empresas**, 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 consigna en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 15 de Octubre del 2014

---

**Jackeline Andrea Carrillo Maydana**

Señores miembros del

Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El Network Marketing y su influencia en la productividad de los clientes internos del policlínico Salud Dar S.A.C, en el distrito de San Martín de Porres, año 2014”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Lic. En Marketing y Dirección de empresas.

Jackeline Andrea Carrillo Maydana

## ÍNDICE

	Págs.
Página del jurado.....	02
Dedicatoria.....	03
Agradecimiento.....	04
Declaratoria de autenticidad.....	05
Presentación.....	06
Resumen.....	10
Abstract.....	13
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	
Introducción.....	17
Antecedentes.....	17
Fundamentación Científica.....	18
Justificación.....	23
1.1. Problema.....	24
1.2. Hipótesis.....	26
1.3. Objetivos.....	26
<b>CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO</b>	
2.1. Variables.....	29
2.2. Operacionalización de variables.....	30
2.3. Metodología.....	31
2.4. Tipos de estudio.....	31

2.5. Diseño.....	32
2.6. Población, muestra y muestreo.....	32
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
2.8. Métodos de análisis de datos.....	33

### **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

3.1. Contratación de Hipótesis.....	35
3.2. Tablas de frecuencias y gráficas.....	44



## RESUMEN

La presente tesis que lleva por título **“EL NETWORK MARKETING Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS CLIENTES INTERNOS DEL POLICLÍNICO SALUD DAR S.A.C EN EL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES, AÑO 2014”** , tiene como principal objetivo investigar sobre la relación entre el network marketing y la productividad basada en premisas de efectividad en la estrategia y ganancias a favor de la empresa.

La percepción de calidad en las diversas áreas del policlínico asociado a una implementación adecuada y transmisión de información necesaria sobre la estratégica, permitirá que los clientes internos sobrepasen sus propias barreras de aspiraciones, encontrando de esta manera un camino viable de crecimiento constante en donde todos ganen, la empresa, el cliente interno y finalmente los clientes externos o futuros afiliados del policlínico. Hallar un punto clave para el éxito en todo tipo de estrategia, implica evaluar no solo el nivel de satisfacción pre- venta sino también el post- venta y para ello los planes de seguimiento en los pacientes afiliados deben reforzarse a tal punto que lleguen a ser pieza clave de una retroalimentación efectiva.

Encontrar la productividad al cien por ciento en un proceso de crecimiento empresarial no es tarea fácil, por ende alimentar la pro actividad de los conectores (clientes internos) entre la empresa y el consumidor final es sin duda el punto ideal para comenzar a trabajar.

Por lo expuesto líneas arriba, sabemos que la investigación en el policlínico nos ayudará a determinar los factores positivos que funcionan como soporte para direccionar eficientemente el servicio y aquellos factores negativos que funcionen como detractores para la empresa. Y esto a su vez dará inicio a una serie de propuestas que necesitarán ser aplicadas para elevar el nivel productivo.

Es inevitable decir que al margen de la ética, la moral y los sentimientos que el empresario pueda tener para con su organización lo que se busca al fin de túnel es conseguir altos márgenes de ganancias y para ello debemos aprender cómo hacerlas.

El estudio del policlínico enfocado en el análisis de las variables tanto independiente como la dependiente esta aplicado mediante un censo en los clientes internos, para lo cual bajo sus veinte ítems hallaremos la imagen que tienen de la empresa como primeros espectadores adoptando el rol de primeros y más importantes clientes.

La presente investigación se inició en el mes de Marzo y tuvo su fin en Noviembre del presente año.

La metodología aplicada, está conformada por el siguiente tipo de estudio: “Investigación Cuantitativa” – De Nivel: Descriptiva – Explicativa - Correlacional, porque será aplicado a una realidad conocida en el cual se buscará establecer relación directa entre las variables seleccionadas.

El diseño que se va a emplear será “No Experimental – Longitudinal - Transversal”; ya que se tomará como muestra a un solo segmento; al cual se le realizarán numerosas investigaciones durante el tiempo de estudio.

La estrategia de prueba de hipótesis es el de Chi-cuadrado, así mismo la unidad de análisis para la investigación estuvo constituida por 100 personas consideradas como “Clientes internos” del Policlínico Salud Dar, ubicado en el Distrito de San Martín de Porres, Lima. Perú.

El instrumento utilizado es una encuesta de tipo Likert; el procesamiento y Análisis de datos se realizó haciendo uso del paquete estadístico SPSS (Statistical Package Sciences Socials). Este programa nos permitió evaluar los resultados obtenidos y calcular la confiabilidad de los mismos según nuestra escala de medida.

Acorde a los resultados de la investigación, se ha determinado que el Network Marketing influye significativamente en la productividad de los clientes internos del policlínico Salud Dar. Por ello esta estrategia solo amerita mejoras basadas en el cambio de los factores involucrados para brindar el servicio.

Palabras clave: Calidad en el servicio, Implementación tecnológica, Capacitación, Tiempo y resultados.

## ABSTRACT

This thesis entitled "THE NETWORK MARKETING AND ITS INFLUENCE ON PRODUCTIVITY OF DOMESTIC CUSTOMERS GIVE HEALTH POLYCLINIC SAC IN THE DISTRICT OF SAN MARTIN DE PORRES YEAR 2014", whose main objective is to investigate the relationship between network marketing productivity and effectiveness assumptions based on strategy and profits for the company.

The perception of quality in the various areas of the polyclinic associated with proper implementation and transmission of necessary information on the strategic, allow internal clients exceed their own barriers aspirations, finding in this way a viable path of steady growth where everyone wins the company, internal customers and external customers or eventually future members of the polyclinic.

Finding a key point for success in any kind of strategy involves assessing not only the level of pre-sale satisfaction but also the after sales and plans to do follow patients affiliates should be strengthened to the point that become key part of effective feedback.

Find productivity one hundred percent in a process of business growth is not easy, thus feeding the pro-activity of the connectors (internal customers) between the company and the consumer is certainly the ideal starting point to work.

For these reasons above, we know that research in the clinic will help us determine the positive factors that function as support to efficiently address the service and those negative factors that function as detractors for the company. And this in turn will initiate a series of proposals that need to be implemented to increase production levels.

It is inevitable to say that regardless of ethics, morality and the feelings that the employer can have for your organization that seeks to end tunnel is to get high profit margins and we must learn how to make them.

The study focused on the polyclinic analysis of both independent variables and the dependent is applied in a census in internal customers, which under his twenty items we find the image they have of the company as early viewers adopting the role of first and major customers.

The present investigation was initiated in the month of March and came to an end in November of this year.

The methodology applied consists of the following types of study: "Quantitative Research" - From Level: Descriptive - Explanatory - correlational, because it will be applied to a known reality in which we will seek to direct relationship between selected variables.

The design to be used will be "No Experimental - Longitudinal - Transverse"; as it is taken as showing a single segment; which was conducted extensive research during the study time.

The strategy hypothesis test is the Chi-square, also the unit of analysis for the research consisted of 100 persons reported as "internal customers" Polyclinic Health Giving, located in the district of San Martin de Porres, Lima. Peru.

The instrument used is a Likert survey; processing and data analysis was performed using SPSS statistical package (Statistical Package Sciences Socials). This program allowed us to evaluate the results and calculate the reliability of the same according to our measurement scale.

According to the results of the investigation, it was determined that the Marketing Network significantly influences the productivity of internal customers polyclinic Health Dar. Therefore this strategy alone warrants improvements based on the change of the factors involved to provide the service.

Keywords: Quality of service, technology implementation, training, time and results.