



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE**

**MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**MARKETING MIX EN EL ÁREA DE OPERACIONES DE SANEAMIENTO**

**AMBIENTAL DE LA EMPRESA SSAYS –**

**PUEBLO LIBRE – 2014.**

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

**MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**SILVIA ELVIRA CRUZ ROMERO**

**ASESOR**

**Dr. GUILLERMO PRINCIPE COTILLO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**MARKETING**

**LIMA – PERÚ**

**2015**

## **JURADO**

---

**Presidente: Dra. Madelaine Bernardo Santiago Bravo**

---

**Secretario: Dr. Jorge Luis Flores**

---

**Vocal: Dr. Guillermo Príncipe Trujillo**

## **DEDICATORIA**

Dedico el siguiente estudio a mi madre, a mi esposo y a mis hijos por darme ánimo en todo momento y por su inagotable apoyo, para realizar el presente trabajo.

## AGRADECIMIENTO

El autor expresa su profundo agradecimiento a las personas que contribuyeron con sus valiosas sugerencias, críticas constructivas, apoyo moral e intelectual para llevar a cabo la siguiente tesis.

A Dios, por darme la oportunidad de lograr mi meta profesional, no dejarme caer nunca, darme fuerzas y salud para lograr alcanzar mis objetivos.

A mi asesor metodológico. Dr. Guillermo Príncipe Cotillo por su constancia y experiencia para desarrollar una correcta investigación.

A la Ing. Karla Villar López por su ayuda desinteresada proporcionándome asesoría para la investigación.

Al Sr. Antonio Robles Zapata Gerente General de la empresa SSAYS quien brindo las facilidades para poder desarrollar la presente tesis.

A mi madre Rosario Romero Hilario, a mi esposo Renato Romero Pescetto, a mis hijos Tania Romero Cruz y Fabio Romero Cruz por su aliento, ayuda y motivación para seguir adelante a pesar de los obstáculos y dificultades que he podido tener, siendo ellos ejemplo de constancia, persistencia, perseverancia y fortaleza con sus vidas, además de ser a quienes amo mucho.

A todos ellos, infinitas gracias.


El autor

**DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD:**

Conste por el presente documento que yo, **SILVIA CRUZ ROMERO** con DNI 09438189 y domicilio en **Jr. Ancash 1103 departamento. 63 – Cercado de Lima**; **DECLARO BAJO JURAMENTO**, que la tesis elaborada por la suscrita con el nombre de **“Marketing mix en el área de operaciones de saneamiento ambiental de la empresa SSAYS SAC Pueblo Libre - 2014”**, es **AUTÉNTICA**.

Como constancia de la presente firmo a continuación para efectos que se estime conveniente.

**Lima, 16 de Febrero de 2015**



.....

## **PRESENTACION**

El siguiente estudio titulado: **“MARKETING MIX EN EL AREA DE OPERACIONES DE SANEAMIENTO AMBIENTAL DE LA EMPRESA SSAYS – PUEBLO LIBRE - 2014,**

Se ha elaborado con el objeto de obtener el Grado Académico de Licenciada en Marketing y administración de empresas, en estricta observancia y cumplimiento del Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de empresas.

Con este propósito se ha visto por conveniente organizar la estructura formal de la presente tesis o trabajo de investigación en orden señalado en el protocolo de la Universidad César Vallejo, consistente en los siguientes pasos: en el primero, se presenta la introducción, en el que desarrollo los tópicos referentes a los antecedentes de estudio, la justificación, el problema de investigación y los objetivos; en el segundo, se aborda el marco teórico consiste de nueve tópicos; y en el tercero, los resultados y la discusión; terminando con las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía y el anexo correspondiente.

La presente tesis, se pone a consideración de los señores miembros del honorable Cuerpo de Jurados, a efecto que se sirvan evaluar para el propósito arriba aludido.

Por lo expuesto, creemos haber satisfecho las expectativas de los señores miembros del jurado, así como de las exigencias académicas, propias de la Escuela y de la Universidad.

La autora

## ÍNDICE

<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>		<b>Págs.</b>
Página del jurado.....		ii
Dedicatoria.....		iii
Agradecimiento.....		iv
Declaración de autenticidad.....		v
Presentación.....		vi
Resumen.....		ix
Abstract.....		x
<b>I. INTRODUCCION</b>		
Introducción.....		11
Antecedentes y fundamentación científica, técnica.....		13
Justificación.....		38
1.1. Problema.....		39
1.2. Objetivos.....		42
<b>II: MARCO METODOLÓGICO</b>		
2.1. Variables.....		43
2.2. Operacionalización de variables.....		44
2.3. Metodología.....		45
2.4. Tipo de estudio.....		45
2.5. Diseño.....		45
2.6. Población, muestreo y muestra.....		46
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: validación y confiabilidad.....		46
2.8. Métodos de análisis de datos.....		48
<b>III: RESULTADOS</b> .....		49
<b>IV: DISCUSIÓN</b> .....		69

<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>72</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>73</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>77</b>



## RESUMEN

Marketing mix en el área de operaciones de saneamiento ambiental de la empresa SSAYS Pueblo Libre, 2014 es el título de estudio. Propuso como objetivo general determinar el nivel de aceptación del marketing mix en el área de operaciones de saneamiento de la empresa SSAYS Pueblo Libre - 2014. Método empleado: fue de tipo deductivo, para deducir de libros, de fuentes de trabajos, de internet, encuestas, de información teórica para construir en contenido global del estudio, descriptivo: Para describir los rasgos, las características de las variables estudiadas; comparativo para comparar la relación de las dimensiones de mi variable de estudio. Sujetos: (47) clientes atendidos por el área de operaciones de saneamiento. Resultados: En este estudio han hecho posible determinar que el nivel de aceptación del marketing mix en los clientes de la Empresa de saneamiento ambiental SSAYS del distrito de Pueblo Libre, es medio y alto, siendo el servicio ofrecido muy valorado y esto ocurre con el mercado de servicios de saneamiento en el Perú. Los resultados obtenidos confirman que el servicio ofrecido en su totalidad se desea en el menor tiempo posible, con un mínimo margen de desperdicio y con una cobertura total de fumigación, y esto podría dar lugar a que las empresas de la competencia opten por tratar de acaparar el mayor número de clientes incrementando su participación en el mercado y disminuyendo la participación de la empresa. Dejar estos espacios a la competencia supone un serio riesgo; Sobre el precio se evidencia que estos son aceptados por los clientes de SSAYS del distrito de Pueblo Libre, sin embargo esto podría mejorarse, pues da lugar a que otra empresa elija una estrategia de precios. En cuanto a la plaza no ofrece accesibilidad suficiente de información para los segmentos de mercado que posee, lo cual supone repensar los canales de distribución del servicio. La meta debería enfocarse a posicionar la marca; en torno a la promoción de empresas similares apuntan a estrategias como programa de recomendaciones, programa de fidelización, página web, descuento por entrega entre otros, los que son de utilidad si se desea alcanzar el nivel alto (Contreras, 2009).

De este modo, concluimos evidenciando que el estudio confirma que el marketing mix es de gran importancia para la empresa SSAYS del distrito de Pueblo Libre y que se encuentra en nivel medio, lo que le permite decidir respecto a las metas futuras en su actuación frente a los segmentos de mercado que atiende.

Palabras clave: Marketing mix, producto, precio, plaza, promoción.

## ABSTRACT

This research aims to study the Marketing Mix in the operations area of environmental sanitation of the Company SSAYS Pueblo Libre, 2014. Objective: to determine the level of acceptance of the Marketing Mix in the operations area of environmental sanitation of the Company SSAYS Pueblo Libre, 2014. Methodology used: it was the deductive method, to employ in books, sources of researches, the internet, surveys, of theoretical information to contribute in the general content of my thesis, descriptive: For being able to describe the features and characteristics of the variables studied; comparative to compare the relationship of the dimensions of my variable of study. Subjects: (47) clients served by the operations area of environmental sanitation. Results: This research has made possible to determine that the level of acceptance of the Marketing Mix in the clients of the Company of environmental sanitation SSAYS, Pueblo Libre, is medium and high, the service offered was highly appreciated and this occurs with the market of service of sanitation of Peru. The results obtained confirm that the offered service as a whole is required in the shortest period of time possible, with a minimum margin for waste and a total coverage for the fumigation, and this could cause the other companies to try to capture the largest number of clients increasing their participation in the market and diminishing the company's participation. To leave these spaces for the competitors is a serious risk; about the price, it is made evident that it is accepted by the clients of SSAYS of the district of Pueblo Libre, however, this could be improved for this may cause other company to choose a price strategy. As for the place, it does not have enough access of information for the segments that the market possess, which may lead to re think the channels of distribution of the service. The goal should focus on position the brand; around the promotion of similar companies that aim strategies as programme of recommendations, loyalty programme, web page, discount and others which are useful if it is desired to reach a high level (Contreras, 2009).

To conclude, it was made evident that the research confirms that the marketing mix is of great importance for the company SSAYS of the district of Pueblo Libre and that it is placed in a middle level which allows deciding about the future goals in its proceedings towards the segments of the market it serves.

Keywords: Marketing mix, product, price, place, promotion.