



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL MARKETING Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA  
ESTÉTICA UNISEX ANDREA DE VENTANILLA EN 2017**

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

**AUTORA**

**REY SANCHEZ HERRERA, ANGELA ANDREA**

**ASESOR**

**DR. DÁVILA ARENAZA, VICTOR DEMETRIO**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**MARKETING**

**LIMA-PERÚ**

**Año 2017**

**Página Del Jurado**

.....  
**Dr. Dávila Arenaza, Victor Demetrio**  
**Presidente**

.....  
**Dr. Antonio Díaz Saucedo**  
**Saucedo**  
**Secretario**

.....  
**Dr. Narciso Fernández**  
**Vocal**

**DEDICATORIA**

EL PRESENTE TRABAJO SE LO DEDICO A DIOS

POR SU INFINITO AMOR Y BONDAD Y POR

PERMITIR ESTE LOGRO Y GRAN

AVANCE ACADEMICO

**AGRADECIMIENTO**

PRIMERAMENTE AGRADEZCO A DIOS  
POR HABERME AYUDADO TAMBIÉN A TODAS LAS  
PERSONAS QUE ME APOYARON FAMILIA Y  
PROFESORES PARAREALIZAR EL  
PRESENTE TRABAJO.

**DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo Rey Sanchez Herrera, Angela Andrea con DNI N° 74862024, 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 Administración, 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 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 lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Noviembre del 2017

---

REY SANCHEZ HERRERA, ANGELA ANDREA

DNI: 74862024

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada” El Marketing y La Rentabilidad de la Empresa Estética Unisex Andrea de Ventanilla en 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.

Rey Sanchez Herrera, Angela Andrea

## ÍNDICE

<b>Página Del Jurado</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>DECLARACION DE AUTENTICIDAD</b>	<b>iv</b>
<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>

<b>I.INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
1.1 Realidad problemática:	1
1.2 Trabajos previos	2
1.3 Teorías relacionadas al tema	6
1.4 Formulación del problema	8
1.5 Justificación del estudio:	8
1.6 Hipótesis:	9
1.7 Objetivos:	9
<b>II. MÉTODO</b>	<b>10</b>
2.1 Método, nivel, diseño y tipo de Investigación:	10
2.2 Variables, Operacionalización:	11
2.3 Población y muestra	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.5 Métodos de análisis de datos:	19
2.6 Aspectos Éticos	19
<b>III RESULTADOS</b>	<b>20</b>
<b>3.2 PRUEBA DE LAS HIPOTESIS</b>	<b>22</b>
3.2.1 Correlación y relación de variables	22
3.2.2 Regresión Lineal	23
VI. Discusión	31
V. Conclusiones	36
VI .Recomendaciones	37
<b>IV. BIBLIOGRAFÍA:</b>	<b>38</b>
<b>ANEXO</b>	<b>40</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3	19
Tabla 4	19
Tabla 05. Dimensión Producto	20
Tabla 06. Dimensión Necesidades, deseos	20
Tabla 07. Dimensión3: Gestión de Marketing	20
Tabla 08. Dimensión Beneficio obtenido	21
Tabla 09. Dimensión: El Tiempo Transcurrido	21
Tabla 10. Dimensión: Capital invertido	21
3.2.1 Correlación y relación de variables	22

<b>Tabla 11</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 12</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 13</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 14. Análisis de Anova de las variables Marketing y rentabilidad</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 15. Análisis de Coeficientes para las variables Marketing y rentabilidad.</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 16 Análisis del Resumen del modelo para las variables del producto y de la rentabilidad</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 17. Análisis de Anova del Producto del Marketing y Rentabilidad</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 18. Análisis de Coeficientes para las variables Producto del Marketing y Rentabilidad</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 19. Análisis del Resumen del modelo para las variables Las necesidades, deseos y demandas y Rentabilidad</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 20. Análisis de la Anova de las necesidades, deseos y demandas y Rentabilidad</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 21 Análisis de Coeficientes para las variables Las necesidades, deseos y demandas y Rentabilidad</b>	<b>30</b>

## **RESUMEN**

La tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del marketing en la rentabilidad de la empresa Estética Unisex Andrea de ventanilla en 2017. La población estuvo conformada por 50 clientes y la muestra por la misma cantidad, los datos se obtuvieron utilizando la técnica de encuesta y mediante un cuestionario de tipo Likert de 18 preguntas ; dicha información fue analizada teniendo en cuenta la estadística descriptiva e inferencial utilizándose el programa estadístico SPSS para el procesamiento respectivo; se logró que existe influencia positiva muy fuerte  $R=0.983$  del marketing en la rentabilidad.

Palabras claves: Marketing y Rentabilidad

## **ABSTRACT**

The general objective of the thesis was to determine the influence of marketing on the profitability of Unisex Aesthetic Company Andrea de ventanilla in 2017. The population consisted of 50 clients and the sample for the same amount, the data was obtained using the survey technique and using a Likert questionnaire of 18 questions; This information was analyzed taking into account the descriptive and inferential statistics using the statistical program SPSS for the respective processing; it was achieved that there is a very strong positive influence  $R = 0.983$  of marketing on profitability.

Keywords: Marketing and Profitability