



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“MARKETING ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN CON LA  
GESTIÓN DE VENTAS DEL RUBRO DE SERVICIOS DE  
SEPELIOS EMPRESA CAMPO FE, 2014”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**FLAVIA ARCATA FUENTES**

**ASESOR:**

**Dr. RAÚL DELGADO ARENAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**DESARROLLO EMPRESARIAL**

**LIMA - PERÚ**

**2014**

**PÁGINA DE JURADO**



---

**Dr. BERNARDO COJAL LOLI**

**PRESIDENTE**



---

**Eco. CESAR CIFUENTES LA ROSA**

**SECRETARIO**



---

**Mg. JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ DAVILA  
VILLAFUERTE**

**VOCAL**

## DEDICATORIA

**Dedico con todo mi amor y cariño**

***A DIOS:***

*Por darme la oportunidad de vivir, de regalarme una familia maravillosa, ser mi guía, estar a mi lado en todo momento, dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante a pesar de las vicisitudes constantes que se me presenten.*

***A mis padres:***

*Cristina Fuentes y Félix Arcata; que me dieron la vida, por haber depositado su confianza y esfuerzo en mí, así como el cariño, comprensión en todo el proceso de mi formación profesional y el apoyo incondicional para conseguir mis objetivos y metas.*

***A mis hermanos:***

*Porque siempre he contado con ellos para todo, gracias por la confianza que siempre nos hemos tenido; por el apoyo y amistad.*

**AGRADECIMIENTO**

*Un agradecimiento especial para la Universidad César Vallejo, mis asesores metodológico y temático, por haber permitido desarrollarme como persona y como profesional; por las comodidades y facilidades y herramientas brindadas a todos nosotros.*

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Flavia Arcata Fuentes con DNI N° 73172569, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar 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 corresponde 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 Cesar Vallejo.

**Lima, 9 de Diciembre del 2014**

**FLAVIA ARCATA FUENTES**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **“MARKETING ESTRATEGICO Y SU RELACION CON LA GESTION DE VENTAS DEL RUBRO DE SERVICIOS DE SEPELIO EMPRESA CAMPO FE, 2014”**, el cual tiene el objetivo de determinar el grado de relación para maximizar las ventas preventivas, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Administrador de Empresas.

**Flavia Arcata Fuentes**

# ÍNDICE

CARATULA.....	I
PAGINAS DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE .....	VII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>21</b>
1.1.1 Problema general .....	21
1.1.2 Problemas específicos .....	21
<b>1.2 HIPÓTESIS .....</b>	<b>21</b>
1.2.1 Hipótesis principal.....	21
1.2.2 Hipótesis específicos .....	22
<b>1.3 OBJETIVOS .....</b>	<b>22</b>
1.3.1 Objetivo general .....	22
1.3.2 Objetivos específicos.....	22
<b>II. MARCO METODOLOGICO.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 VARIABLES .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4 TIPO DE ESTUDIO.....</b>	<b>26</b>
<b>2.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>2.6 POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>26</b>
2.6.1 Población:.....	26
2.6.2 Muestreo .....	27
2.6.3 Muestra.....	27
<b>2.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....</b>	<b>28</b>
2.7.1 Técnica .....	28
2.7.2 Instrumento.....	28

2.7.3	Fuente de recolección de datos .....	29
2.8	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS .....	29
III.	RESULTADOS .....	29
3.1	DE LA FIABILIDAD Y LA VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS:.....	29
3.2	ANÁLISIS DESCRIPTIVOS.....	30
3.3	ANÁLISIS CORRELACIONAL.....	34
IV.	DISCUSIÓN .....	51
V.	CONCLUSIONES .....	53
VI.	RECOMENDACIONES .....	55
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	56
VIII.	ANEXOS .....	58
Anexo 01:	Encuesta.....	58
Anexo 02:	Matriz de consistencia.....	61
Anexo 03:	Tabla de Frecuencias.....	62
Anexo 04:	Tabla de distribución normal.....	105
Anexo 05:	Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación.....	106



## RESUMEN

El presente estudio estuvo enmarcado en la descripción de la importancia de la relación del marketing estratégico y la gestión de ventas del rubro de servicios integrales de sepelio en la empresa Campo Fe, en el cual se propuso como objetivo principal del estudio determinar si existe relación del marketing estratégico realizando un análisis de la empresa que permita incrementar las ventas en el rubro de servicios integrales de sepelio de la organización de Campo Fe, el tipo de investigación correspondió al descriptivo correlacional de diseño no experimental ya que no se manipulara ninguna de las variables de estudio, la población consignada correspondió a 58 trabajadores de la empresa campo fe que laboran en la sede Huachipa de los cuales se tomó una muestra final de 50 trabajadores, los datos obtenidos se recolectaron a través de una encuesta con su instrumento el cuestionario, el cual consto de 46 preguntas cerradas con alternativas en intervalos, los resultados obtenidos fueron procesados a través del programa estadístico SPSS arrojándonos datos en gráficos y cuadros, con ello se realizó la discusión y la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

Los resultados de la investigación dada nos permiten establecer que toda empresa dedicada al rubro de servicios de sepelio requiere estrategias de marketing para incrementar sus niveles de venta dentro del mercado competitivo.

**Palabras claves:** Marketing Estratégico, Ventas, Marketing mix, Estrategias.

## ABSTRACT

This study was framed in describing the importance of the relationship of strategic marketing and sales management for the category of comprehensive funeral in the business Campo Fe, which was proposed as the main objective of the study to determine whether there is a relationship of strategic marketing with an analysis of the company so as to increase sales in the business of funeral services for organizing Campo Fe, the type of research corresponded to the descriptive correlational non-experimental design because none is manipulated for the study variables , the population recorded corresponded to 58 field workers of the company who work in faith based Huachipa which a final sample of 50 employees was taken, the data was collected through a survey questionnaire instrument with which I consist 46 questions with alternate intervals, the results obtained were processed through the SPSS statistical program by throwing data in graphs and tables, thereby making discussion and the conclusions and recommendations of the study conducted was performed.

The research results allow us to establish given that every company dedicated to the heading of funeral services requires marketing strategies to increase sales levels within the competitive market.

**Keywords:** strategic marketing, sales, marketing mix strategies.