



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

EL MARKETING MIX Y SU RELACION CON LAS VENTAS EN LA
I.E.P. SANTISIMA VIRGEN DEL ROSARIO DE YAUCA.LOS OLIVOS -
2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

RICHARD FELIX CACHI LÓPEZ

ASESORA:

MSC. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016 - II

Página del jurado

Dr. Díaz Saucedo, Severino Antonio
Presidente

Dr. Mayrena Fox, Petronila Liliana
Secretario

Mg. Rodríguez Rodríguez, Maribel
Vocal

DEDICATORIA

Primero a Dios por ser quien me impulsa hacia adelante para lograr todas mis metas y objetivos planteados a futuro.

Seguido a mis padres, Félix y Gloria, a mis hermanos, a mi familia entera, a mis amigos en general y a mi docente, gracias a ellos porque son aquellas personas que han estado en todo momento conmigo tanto en los momentos difíciles como felices, donde me demostraron su calidad de persona y nunca dejaron de confiar en mí.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis “El marketing y su relación con las ventas en la I.E.P. Santísima Virgen del Rosario de Yauca. El trébol, distrito de los olivos - 2016”, fue posible gracias al apoyo y esfuerzo de todas las personas que me orientaron para el logro del presente proyecto.

A mi asesora: Dr. Mairena Fox, Petronila Liliana, por brindarme las herramientas necesarias para la elaboración del presente proyecto, conocimiento y guía para la culminación de este proyecto.

A mi familia, mis padres Félix Cachi y Gloria López, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, orientándome al cumplimiento de mis objetivos, por apoyarme desde el primer momento en el que llegue a la universidad y comencé en esta nueva aventura universitaria y porque siempre me alentaron a seguir adelante a pesar de que hubo muchas dificultades en el camino.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo **RICHARD FELIX CACHI LOPEZ** con DNI N° **72310342**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias Empresariales, 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, de Diciembre del 2016

RICHARD FELIX CACHI LOPEZ

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 SU RELACIÓN CON LAS VENTAS EN LA I.E.P. SANTÍSIMA VIRGEN DEL ROSARIO DE YAUCA. EL TRÉBOL, DISTRITO DE LOS OLIVOS - 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

RICHARD FELIX CACHI LOPEZ
EL AUTOR

ÍNDICE

Página del jurado		2
Dedicatoria		3
Agradecimiento		4
Declaratoria de autenticidad		5
Presentación		6
Índice		7
RESUMEN		10
ABSTRACT		10
I.	INTRODUCCIÓN	12
1.1.	Realidad problemática	12
1.1.1.	En el contexto internacional	12
1.1.2.	En el contexto nacional	13
1.1.3.	En el contexto local	14
1.2.	Trabajos previos	14
1.2.1.	En el contexto internacional	14
1.2.2.	En el contexto nacional	16
1.3.	Teorías relacionadas al tema	18
1.4.	Formulación del problema	22
1.5.	Justificación del estudio	23
1.5.1.	Justificación teórica	23
1.5.2.	Justificación metodológica	23
1.5.3.	Justificación práctica	23
1.6.	Hipótesis	23
1.6.1.	Hipótesis general	24
1.6.2.	Hipótesis específicas	24
1.7.	Objetivos	24
1.7.1.	Objetivo general	24
1.7.2.	Objetivos específicos	24
II.	MÉTODO	
2.1.	Diseño de investigación	27
2.2.	Variables, operacionalización	27
2.3.	Población y muestra	29
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.5.	Métodos de análisis de datos	32
2.6.	Aspectos éticos	32
III.	RESULTADOS	34
IV.	DISCUSIÓN	42
V.	CONCLUSIÓN	47

VI.	RECOMENDACIONES	50
	REFERENCIAS	60
ANEXOS		
A.	Instrumentos	61
B.	Validación de los instrumentos	62
C.	Matriz de consistencia	63

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el Marketing Mix y las Ventas en la I.E.P. Santísima Virgen del Rosario de Yauca, Los Olivos, 2016. En esta investigación se ha realizado una encuesta en la muestra constituida por 384, tomados de una población de 371,229 personas, que son aquellos que se encuentran cerca de la Institución Educativa. Los datos se recolectaron a través de un cuestionario estructurado de 16 ítems entre las dos variables de estudio bajo la escala de Likert. La confiabilidad del instrumento se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach. El procesamiento de datos se realizó usando el programa estadístico SPSS V.20, así mismo se hizo la contrastación de hipótesis, la que nos permitió verificar nuestra hipótesis de investigación como cierta. Finalmente se llegó a concluir que nuestros objetivos se cumplieron.

Palabras claves: Marketing Mix, Ventas.

ABSTRACT

The thesis aimed to determine the relationship between Marketing Mix and Sales in the I.E.P. Holy Virgin of the Rosary of Yauca, Los Olivos, 2016. In this investigation a survey has been carried out in the sample constituted by 384, taken from a population of 371,229 people that are those that are near the Educational Institution. Data were collected through a structured questionnaire of 16 items between the two study variables under the Likert scale. The reliability of the instrument was calculated using the Cronbach Alpha coefficient. The data processing was performed using the SPSS V.20 statistical program, as well as the hypothesis testing, which allowed us to verify our research hypothesis as true. Finally, it was concluded that our objectives were met.

Keywords: Marketing Mix, Sales.