



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Influencia del Marketing Estratégico en las Ventas del Centro Comercial Estrella, Ubicado en el Distrito del Rímac, año 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

LUIS ALBERTO CERDAN ROMERO

ASESOR:

Mg. MARIBEL RODRIGUEZ RODRIGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016

Página del Jurado

LEON ESPINOZA LESSNER AUGUSTO
PRESIDENTE

RODRIGUEZ RODRIGUEZ MARIBEL
SECRETARIO

MAIRENA FOX PETRONILA
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres Vilma Romero S. y Gilberto Cerdán A. a toda mi familia, mi hermana, mi pareja, mi pequeño angelito que está por nacer, amistades y a mis abuelos Papa Griseldo y Mama Prisila que desde el cielo me cuidan y protegen. Gracias por todo el apoyo incondicional, creer en mí y con todo ese amor guiándome por el camino correcto.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la salud, la vida, la familia y toda la maravilla que ha creado en el mundo, darme una maravillosa familia, a mis padres Vilma Romero y Gilberto Cerdán, a mi hermana Sofía Cerdán, mis abuelos, mi madrina Emma Romero, mi prima Julia Soto, mi pareja Jhoanny Alvarez y mis maestros de la Universidad Cesar Vallejo, por el apoyo incondicional de este proyecto de investigación el cual muestra un trabajo continuo de sacrificio, perseverancia y dedicación.

Declaratoria de Autenticidad

Yo LUIS ALBERTO CERDAN ROMERO con DNI N° 45375609, 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, del 2016

LUIS ALBERTO
CERDAN ROMERO

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “Influencia del Marketing Estratégico en las Ventas del Centro Comercial Estrella, Ubicado en el Distrito del Rímac, año 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.

LUIS ALBERTO CERDAN ROMERO

INDICE

PAGINAS PRELIMINARES

Páginas del Jurado

Dedicatoria

Agradecimiento

Declaración de la autenticidad

Presentación

INDICE

RESUMEN

ABSTRACT

I.	INTRODUCCIÓN.....	11
1.1.	Realidad Problemática.....	11
1.2.	Trabajos Previos.....	12
1.2.1.	A Nivel Internacional.....	12
1.2.2.	A Nivel Nacional.....	14
1.3.	Teorías Relacionadas al Tema.....	16
1.3.1.	Marketing Estratégico.....	16
1.3.2.	Ventas.....	19
1.4.	Formulación del Problema.....	22
1.5.	Justificación del estudio.....	23
1.6.	Hipótesis.....	23
1.7.	Objetivos.....	24
II.	MÉTODO.....	25
2.1.	Diseño de Investigación.....	25
2.2.	Variables y Operacionalización.....	25
2.2.1.	Definición de Variables.....	25
2.2.2.	Operacionalización de Variables.....	26
2.3.	Población y Muestra.....	27

2.4.	Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiability.....	27
2.4.1.	Técnica de Recolección de Datos	27
2.4.2.	Instrumento de Recolección de Datos.....	28
2.4.3.	Validez del Instrumento.....	28
2.4.4.	Confiability	28
2.5.	Métodos de Análisis de Datos.....	29
2.6.	Aspectos Éticos	29
III.	RESULTADOS.....	30
IV.	DISCUSIÓN.....	35
V.	CONCLUSIÓN.....	38
VI.	RECOMENDACIÓN.....	39
VII.	REFERENCIAS.....	40
	ANEXOS	
	➤ Instrumentos	
	➤ Validación de los instrumentos	
	➤ Matriz de consistencia	
	➤ Gráficos	

RESUMEN

La presente investigación estuvo orientada a determinar la Influencia del Marketing Estratégico en las Ventas del Centro Comercial Estrella, Ubicado en el Distrito del Rímac, año 2016.

Se planteó un estudio de tipo "Descriptiva-Aplicada", con un diseño de investigación No experimental de corte Transversal. La muestra estuvo conformada por 98 personas. Las encuestas fueron aplicadas a través de un cuestionario de 20 preguntas con escala de Likert. Para la comprobación de las hipótesis se utilizó la estadística no paramétrica. Además para contrastar la hipótesis se recurrió a la prueba de rachas.

El estudio de campo realizado permitió determinar la hipótesis general de tal manera que el Marketing Estratégico no influye significativamente en las ventas del Centro Comercial Estrella, ubicado en el distrito del Rímac, año 2016. Se plantearon las discusiones, conclusiones y recomendaciones del caso, donde podemos destacar la importancia de determinar la influencia del marketing estratégico en las ventas del centro comercial estrella ubicado en el Rímac.

Palabras clave: marketing estratégico, ventas, clientes

ABSTRACT

The present investigation was oriented to determine the Influence of Strategic Marketing in the Sales of Estrella Shopping Center, Located in the District of Rímac, year 2016. A "Descriptive-Applied" type study was proposed, with a non-experimental cross-sectional research design. The sample consisted of 98 people. The surveys were applied through a questionnaire of 20 questions with a Likert scale. Non-parametric statistics were used to verify the hypothesis. In addition, to test the hypothesis we used the test of gusts. The allowed field study allowed the general hypothesis of the way that Strategic Marketing does not significantly influence the sales of Estrella Shopping Center, located in the district of Rimac, in 2016. The discussions, conclusions and recommendations of the case were raised, where we can Highlight the importance of determining the influence of strategic marketing on sales of the star shopping center located in the Rimac.

Keywords: strategic marketing, sales, customers