



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

## **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“Plan de Marketing y su relación con el crecimiento económico de la Empresa  
RDJ Servicios Generales, distrito de San Martín de Porres, 2016”

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

Licenciado en Administración

#### **AUTOR**

Ramirez Blas Luis Rufino Mijail

#### **ASESORA**

Dra. Nerida Gladys Rey Cordova de Velázquez

#### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing

**LIMA – PERÚ**

**Año 2016-II**

**PAGINA DEL JURADO**

.....  
Presidente

.....  
Secretario

.....  
Vocal

### **Dedicatoria.**

Le dedico esta tesis a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, a mis padres por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, a mi hija quien alienta mi continua superación y a todos mis amigos quienes me apoyaron en este largo camino.

### **Agradecimiento.**

Agradezco a Dios por protegerme y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

A mis padres, que con su ejemplo me han enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi hija, por ser mi fuerza, motivación y alegría que permite mi constante superación.

Gracias al apoyo directo e indirecto de las personas en la realización de la presente investigación.

## Declaración de autenticidad

Yo LUIS RUFINO MIJAIL RAMIREZ BLAS como estudiante de administración de empresas de la faculta de Ciencias Empresariales de Pregrado de la universidad Cesar Vallejo, identificado con DNI. 45589336, con la tesis titulada “Plan de Marketing y su relación con el crecimiento económico de la empresa RDJ Servicios Generales, distrito de San Martin de Porres, 2016”, declaro bajo juramento que:

Para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas declaro que el presente trabajo de investigación ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en el no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier institución.

Asimismo, dejo expresa constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que, no he asumido de manera personal las opiniones vertidas por terceros ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o en el internet.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad cesar vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 12 de octubre del 2016

Firma.....

Nombres y apellidos: Luis Rufino Mijail Ramirez Blas

DNI: 45589336

## **Presentación**

SEÑOR PRESIDENTE:

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Presento el desarrollo del proyecto de investigación titulada “Plan de Marketing y su relación con el crecimiento económico de la Empresa RDJ Servicios Generales, distrito de San Martín de Porres, 2016”, en cumplimiento con el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas.

La presente investigación se da con el objetivo de describir la relación entre el Plan de Marketing y el crecimiento económico de la Empresa RDJ Servicios Generales, distrito de San Martín de Porres, 2016, y con la finalidad de conocer si la aplicación del Plan de Marketing colabora en el incremento de ingresos para la empresa en mención, surgiendo así la necesidad de implementar estrategias que permitan lograr los objetivos trazados.

A fin de lograr el objetivo de la investigación, se ha optado dividirla en 7 capítulos: Introducción, Capítulo II: Método, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión, Capítulo V: Conclusiones, Capítulo VI: Recomendaciones y el Capítulo VII: Referencias y anexos.

La presente investigación contribuirá en la toma de decisiones que realiza la empresa RDJ Servicios Generales, distrito de San Martín de Porres, 2016 permitiendo que esta implemente un plan de marketing que coadyuve al incremento de ventas que genere la misma, generando ingresos económicos que pueden ser reinvertidos a fin de mejorar el posicionamiento de la empresa.

## ÍNDICE

<b>Página del Jurado</b>	<b>i</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>iii</b>
<b>Declaración de autenticidad</b>	<b>iv</b>
<b>Presentación</b>	<b>v</b>
<b>Índice</b>	<b>vi</b>
<b>Resumen</b>	<b>vii</b>
<b>Abstract</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1.Realidad problemática	2
1.2.Trabajos previos	3
1.3.Teorías relacionadas al tema	5
1.4.Formulación del problema	14
1.5.Justificación del estudio	14
1.6.Hipótesis	15
1.7.Objetivos	16
<b>II. MÉTODO</b>	<b>17</b>
2.1.Diseño de investigación	17
2.2.VARIABLES, operacionalización	18
2.3.Población y muestra	20
2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5.Métodos de análisis de datos	24
2.6.Aspectos éticos	24
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>25</b>
<b>IV. DISCUSION</b>	<b>39</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>43</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>45</b>
<b>VII. REFERENCIAS</b>	<b>46</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>49</b>
<b>Instrumentos</b>	<b>49</b>
<b>Validación de los instrumentos</b>	<b>51</b>
<b>Matriz de consistencia</b>	<b>57</b>

## Resumen

El presente desarrollo del proyecto de investigación titulada “Plan de Marketing y su relación con el crecimiento económico de la Empresa RDJ Servicios Generales, distrito de San Martín de Porres, 2016”, tuvo objetivo general determinar la relación entre las variables Implementación del Plan de Marketing y el Nivel de crecimiento económico.

El tipo de estudio realizado fue básico con un nivel de investigación descriptivo, de diseño no experimental y transversal; debido a que se cuenta con una población mínima en la empresa RDJ Servicios Generales, se ha considerado pertinente extenderla a empresas del mismo rubro empresarial las cuales pertenecen al distrito de San Martín de Porres; la recolección de datos se obtuvo a través de la encuesta la cual fue realizada a través de un cuestionario de 16 preguntas con alternativa de 5 respuestas, posteriormente se procesó la información con el programa estadístico SPSS versión 24.0 y se procedió a elaborar la discusión, conclusión y recomendaciones.

Los resultados obtenidos mediante la encuesta, cuyo instrumento fue la del cuestionario tipo Likert, fueron sometidos a la prueba de correlación de Spearman a un nivel de significancia del 0.05 a través del cual se concluyó, de acuerdo a los resultados obtenidos, que existe una relación significativa entre la Implementación del Plan de Marketing y el nivel de crecimiento económico.

**Palabras claves:** Plan de Marketing, estrategias de marketing, Marketing Mix, crecimiento económico, rentabilidad económica.

## **Abstract**

This development of the research project entitled "Marketing Plan and its relationship with economic growth of the Company RDJ General Services, district of San Martin de Porres, 2016" had overall objective to determine the relationship between the variables Marketing Plan Implementation and the level of economic growth.

The type of study was basic with a level of descriptive research, non-experimental and cross-sectional design; because it has a minimum population in the company RDJ General Services, it has been considered appropriate to extend to companies in the same business category which belong to the district of San Martin de Porres; data collection was obtained through the survey which was conducted through a questionnaire of 16 questions with alternative 5 replies, then the information was processed with SPSS version 24.0 and proceeded to develop the discussion, conclusion and recommendations.

The results from the survey, whose instrument was Likert questionnaire, were subjected to the Spearman Test correlation at a significance level of 0.05 through which it was concluded, according to the results, a significant relationship between the Marketing Plan Implementation and level of economic growth.

**Keywords:** Marketing Plan, Marketing Strategies, Marketing Mix, Economic Growth, Economic Cost Effectiveness.