



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“EL USO DEL MARKETING ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN CON LA EFICIENCIA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA ANCRO S.R.L EN EL DISTRITO DE HUARAL - 2016”.

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

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

HENRY EDWARD PACHECO LAURA

**ASESOR:**

PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

MARKETING

**LIMA-PERÚ**

2016

**PÁGINA DEL JURADO**

---

**Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza**

**Presidente del jurado de tesis**

---

**Dr. Lessner Augusto León Espinoza**

**Secretario del jurado de tesis**

---

**MSc. Petronila Liliana Mairena Fox**

**Vocal del jurado de tesis**

## DEDICATORIA

*A mis padres por ser la fuerza, motivo y mi guía en todo lo que soy, en mi formación personal y académica, por su incondicional apoyo y sus excelentes consejos que perduran día a día.*

*A mis hermanos Wendy en el cielo, Aldair y Kevin, que los quiero mucho. Todo este trabajo ha sido pensando en ellos.*

**Henry**

## **AGRADECIMIENTO**

*Gracias a la empresa ANCRO S.R.L. por permitirme tomar como referencia su nombre y así poder desarrollar mi tesis, a mi jefe inmediato por comprenderme en mi formación profesional.*

*No ha sido fácil este camino pero gracias a las palabras y al respeto que les tengo, a su humildad y sencillez, que me permite entender los valores y respeto, a si cumplir y lograr esta meta gracias a ustedes.*

**Henry**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Henry Edward Pacheco Laura con DNI N° 43469104, 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 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 correspondan 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 2016

---

Henry Edward Pacheco Laura

## PRESENTACIÓN

Estimados señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada **“El uso del Marketing estratégico y su relación con la Eficiencia en las ventas de la Empresa ANCRO S.R.L en el Distrito de Huaral - 2016”**.

La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciatura de Administración.

**Henry Edward Pacheco Laura**

## ÍNDICE

|   |     |
|---|-----|
| Página del jurado .....                   | II  |
| Dedicatoria .....                         | III |
| Agradecimiento .....                      | IV  |
| Declaratoria de autenticidad .....        | V   |
| Presentación .....                        | VI  |
| Índice.....                               | VII |
| RESUMEN.....                              | IX  |
| ABSTRACT.....                             | IX  |
| I. INTRODUCCIÓN.....                      | 1   |
| 1.1. Realidad problemática .....          | 1   |
| 1.1.1. En el contexto internacional ..... | 1   |
| 1.1.2. En el contexto nacional .....      | 1   |
| 1.1.3. En el contexto local .....         | 1   |
| 1.2. Trabajos previos .....               | 2   |
| 1.2.1. En el contexto internacional.....  | 2   |
| 1.2.2. En el contexto nacional.....       | 3   |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema .....   | 4   |
| 1.4. Formulación del problema.....        | 8   |
| 1.5. Justificación del estudio .....      | 9   |
| 1.5.1. Justificación teórica .....        | 9   |
| 1.5.2. Justificación práctica .....       | 9   |
| 1.5.3. Justificación metodológica .....   | 10  |
| 1.6. Hipótesis.....                       | 10  |
| 1.6.1. Hipótesis general .....            | 10  |
| 1.6.2. Hipótesis específicas .....        | 10  |
| 1.7. Objetivos .....                      | 11  |
| 1.7.1. Objetivo general .....             | 11  |
| 1.7.2. Objetivos específicos.....         | 11  |
| II. MÉTODO .....                          | 12  |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 2.1. | Diseño de investigación.....   | 12 |
| 2.2. | Variables, operacionalización .....  | 13 |
| 2.3. | Población y muestra .....  | 15 |
| 2.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y<br>confiabilidad..... | 15 |
| 2.5. | Métodos de análisis de datos.....  | 16 |
| 2.6. | Aspectos éticos .....  | 17 |
| III. | RESULTADOS .....   | 18 |
| IV.  | DISCUSIÓN .....  | 31 |
| V.   | CONCLUSIÓN.....  | 33 |
| VI.  | RECOMENDACIONES .....  | 34 |
| VII. | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....  | 35 |
|      | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....  | 35 |
|      | ANEXOS .....   | 37 |
| A.   | Instrumento .....  | 38 |
| B.   | Validación de instrumento.....   | 39 |
| C.   | Matriz de contingencia.....  | 54 |



## **RESUMEN**

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el marketing estratégico y la eficiencia en las ventas en la empresa Ancro S.R.L. en el distrito de Huaral año 2016, se tomó la población de 30 trabajadores de la empresa, siguiendo el criterio establecido para su recolección , se procesó mediante el uso del SPSS 22 y arrojó como resultado ,que la correlación entre dos variables es muy significativa y se relacionan de manera positiva moderada, en el cual se aprueba nuestra hipótesis alterna dando muestra de relación entre variables.

Palabras clave: marketing, ventas, liderazgo general de costos, diferenciación, enfoque.

## **ABSTRACT**

The research aimed to determine the relationship between strategic marketing and sales efficiency in the company Ancro S.R.L. In the district of Huaral in 2016, the population of 30 workers of the company was taken, following the criterion established for its collection, it was processed through the use of SPSS 22 and as a result, the correlation between two variables is very significant and Are related in a moderate positive way, in which our alternative hypothesis is approved, showing a relation between variables.

Keyword: marketing, sales, general cost leadership, differentiation, focus.