

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS ECONÓMICAS



TESIS

**LA GESTIÓN DE MARKETING DE LOS PRODUCTOS ONCOLÓGICOS Y
SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA
EMPRESA BIOTECH MEDICAL, LIMA, 2019**

Presentado por:

BACH. ADM. Alejandro Jesús Arciniega

Alemán Para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

LIMA – PERÚ

2019

RESUMEN

La presente tesis titulada: LA GESTIÓN DE MARKETING DE LOS PRODUCTOS ONCOLÓGICOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA BIOTECH MEDICAL, LIMA, 2019 es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental.

La población total de esta investigación estuvo conformada por 200 médicos oncólogos clínicos del país, la muestra fue definida de manera probabilística alcanzando un resultado de 132 personas.

Para recabar los datos referidos al comportamiento de las variables Gestión de Marketing y Satisfacción de los Clientes se escogió como técnica de recolección de datos, la encuesta, y se utilizó como herramienta de recolección de datos un cuestionario el cual estuvo comprendido por 18 ítems con escala de valoración de Likert.

El análisis de los resultados se efectuó a través del empleo de codificación y tabulación de la información, luego que dicha información fue tabulada y ordenada se le sometió a un proceso de análisis a través de técnicas estadísticas.

La presentación de los resultados se realizó a través de tablas y gráficos; luego de ello, para contrastar la hipótesis, se aplicó la técnica estadística Chi cuadrado, demostrando la hipótesis general donde el (V1) Gestión de Marketing se relaciona directa y positivamente con el (V2) Satisfacción de los Clientes de la empresa Biotech Medical EIRL Finalmente se presenta conclusiones y recomendaciones como propuestas del estudio.

Palabras claves: Eficiencia, gestión, calidad, servicio, organización, control, evaluación.

ABSTRACT

This thesis entitled: THE MANAGEMENT OF MARKETING OF THE ONCOLOGICAL PRODUCTS AND THEIR INFLUENCE ON THE SATISFACTION OF THE CLIENTS OF THE BIOTECH MEDICAL COMPANY, LIMA, 2019 is a quantitative approach., applied type, descriptive level correlational and non-experimental design.

The population of the research was constituted by 200 clinical oncologists of the country, the sample was determined in a probabilistic way obtaining a result of 132 people.

To collect the data regarding the behavior of the Marketing Management and Customer Satisfaction variables, the survey could be chosen as a data collection technique and a questionnaire was used as a data collection instrument, which consisted of 18 items with a scale of Likert rating.

The analysis of the results was done through the use of coding and tabulation of the information, once the information was tabulated and ordered it was converted into a process of analysis through statistical techniques.

The presentation of the results was through tables and graphs, then to test the hypothesis, the statistical statistics, the square, the general demonstration, the marketing administration, the direct relationship and positively with the (V2) Satisfaction of the Company's Clients Biotech Medical EIRL

Finally, the conclusions and recommendations of the study are presented.

Keywords: Efficiency, management, quality, service, organize, monitor, evaluate, plan.