

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS IDEAS**



**ESCUELA DE POSGRADO
DR. LUIS CLAUDIO CERVANTES LIÑÁN**

MAESTRIA EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TESIS

**ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA APERTURA DE UNA EMPRESA
ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN VILLA EL SALVADOR**

PRESENTADO POR: DANIELA MILAGROS FALCON CARRION

**Para optar el grado de MAESTRA EN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS**

ASESORA: DRA. MARÍA ISABEL VIGIL CORNEJO

2 0 1 9

RESUMEN

El presente trabajo de tesis tuvo por objetivo establecer la relación de las Estrategias de Marketing en la apertura de una Empresa Organizadora de Eventos Sociales en Villa el Salvador, por las que son claras las acciones a considerar para la realización de cada una de las partes relacionadas, y así, poder tener la seguridad de lograr una estructura perfecta del evento, juntamente con las actividades de planificación, organización, dirección y control de los acontecimientos a celebrar.

La intención de la investigación, es ofrecer un servicio personalizado, único e inolvidable, que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así las necesidades latentes de nuestro público, en cuanto a la organización de eventos sociales.

El nivel de investigación fue aplicado, tipo **descriptivo**, y el diseño a emplear fue el **descriptivo**. La población, estuvo constituida por los habitantes de Villa el Salvador, con una proyección de 463,014 habitantes al primer semestre del año 2015, según datos del INEI, por la que se ha utilizado el muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que la población es demasiado grande, alcanzando a 355 habitantes, con una densidad de 5 personas por familia, equivalente a 71 familias, para ello se utilizará la técnica de recolección de datos de Escala de Likert mediante la encuesta.

Se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman para medir la relación entre las variables. Se comprobó que las estrategias de marketing se relacionan positivamente con la apertura de una empresa de eventos en el distrito de Villa El Salvador con un margen de error de 0.01.

Palabras claves: Estrategias de Marketing, precio, producto, plaza, proceso, promoción, personas, apertura de empresa, eventos.

ABSTRACT

The objective of this thesis work was to establish the relationship of the Marketing Strategies in the opening of an Organizing Company of Social Events in Villa el Salvador, for which the actions to be considered for the realization of each of the related parties are clear, and thus, be able to have the security of achieving a perfect event structure, together with the activities of planning, organization, direction and control of the events to be celebrated.

The intention of the research is to offer a personalized service, unique and unforgettable, that allows to capture market through the diversification of the service, thus satisfying the latent needs of our public, in terms of the organization of social events.

The level of research was applied, descriptive type, and the design to be used was descriptive. The population was constituted by the inhabitants of Villa El Salvador, with a projection of 463,014 inhabitants to the first semester of 2015, according to INEI data, for which simple random probabilistic sampling has been used, due to the fact that the population is too small. large, reaching 355 inhabitants, with a density of 5 people per family, equivalent to 71 families, for this the data collection technique of Likert Scale will be used through the survey.

Spearman's Rho correlation test was used to measure the relationship between the variables. It was found that the marketing strategies are positively related to the opening of an event company in the district of Villa El Salvador with a margin of error of 0.01.

Keywords: Marketing strategies, price, product, place, process, promotion, people, company opening, events.