

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**  
**FILIAL CHINCHA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**MARKETING Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA**  
**BODEGA SANDY DEL DISTRITO DE**  
**PUEBLO NUEVO – CHINCHA**  
**EN EL AÑO**  
**2018**

**TESIS**  
**PRESENTADA POR LA BACHILLER**  
**MANSILLA RIOS SANTA ELIZABETH**

**PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**CHINCHA - PERÚ**  
**2019**

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo establecer el grado de relación que existe entre el marketing y la ventaja competitiva en la bodega Sandy del Distrito de Pueblo Nuevo – Chincha en el año 2018. Según el análisis de resultados es correlacional, porque mide la relación existente entre las variables: Marketing y Ventaja Competitiva. Así mismo es un estudio transversal. La población estuvo conformada por 92 personas que asisten a comprar diariamente a la Bodega Sandy, y la muestra estaba conformada por 74 personas, con un rango de edades entre 18 a 65 años. El instrumento usado fue el cuestionario, donde se hizo uso de dos cuestionarios, una para la variable marketing y otra para la variable ventaja competitiva, ambas variables fueron validadas por expertos. Trabajando con la hipótesis Existe un alto grado de relación entre el marketing y la ventaja competitiva en la bodega Sandy del distrito de Pueblo Nuevo - Chincha en el año 2018. Según los resultados obtenidos demuestran que en la hipótesis general el valor de significancia, es decir el valor crítico observado es  $0.000 < 0.05$ ; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, si existe un alto grado de relación entre el marketing y la ventaja competitiva en la bodega Sandy del distrito de Pueblo Nuevo - Chincha en el año 2018.

**PALABRAS CLAVE:** Marketing y ventaja competitiva