



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**EL MARKETING DE PROMOCIÓN A TRAVÉS DE LA RED
SOCIAL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LAS VENTAS DE LA
EMPRESA MODA ORIGINAL S.A.C. EN EL DISTRITO DE
TARAPOTO EN EL PERIODO 2,012.**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

ERIK PEZO ARTEAGA

ASESORES:

Lic. SEGUNDO WILFREDO FASANANDO GARCÍA

Ms. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO

**TARAPOTO – PERÚ
2012.**

DEDICATORIA

A toda la sociedad empresarial que de cierto modo buscan diferenciarse en este mundo competitivo, a los jóvenes que consideran que el mundo empresarial no se rige por limitaciones geográficas y a la sociedad que entienden que el escenario global ya cambio por completo y lo que antes funcionaba no necesariamente funciona hoy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a **Dios** y a todas las personas que influyeron en mi formación personal y académica, al señor **Héctor Vela Gómez** que insistió en la perfección de mis habilidades, a la señora **Zulmira Reátegui Tuanama** por la confianza y ejemplo de persistencia, a mis hermanas **Denice Pezo Arteaga y Dolibeth Pezo Arteaga** por su incondicional apoyo en épocas difíciles y muy especial a mis padres **Walter Pezo Ramírez y Elina Hermentina Arteaga Gonzales** por sus incondicionales consejos y enseñanza de los únicos y mas grande principio que inculcaron en mi “ de que nunca pero nunca, me de por vencido y que la inteligencia es el mejor arma para el éxito”.

“Gracias a todos ustedes, esperando no defraudarlos nuevamente”.

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad y en cumplimiento con los requisitos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad "Cesar Vallejo", pongo a su consideración la presente Tesis titulada **"EL MARKETING DE PROMOCIÓN A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA MODA ORIGINAL S.A.C. EN EL DISTRITO DE TARAPOTO EN EL PERIODO 2,012."**.

Espero que el presente trabajo de investigación tenga una firme importancia y pueda ser valorado en cuanto al proceso de investigación. Del mismo modo, espero que éste sirva para generar un mayor interés en la comunidad estudiantil de todas las universidades del País, que buscan dar soluciones prácticas y analíticas en la búsqueda de ser más competitivos y elevar el mismo de su Región o comunidad.

PEZO ARTEAGA, erik

Tarapoto, Diciembre del 2012

INDICE GENERAL

Contenido Página

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Presentacion	iv
Indice General.....	v
RESUMEN.....	vii
ABSTRAC.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xiv
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1.1. Planteamiento del problema.....	16
1.1.2. Formulacion del problema	19
1.1.3. Justificacion.....	20
1.1.4. Antecedentes.....	21
1.1.5. Objetivos	28
1.1.5.1. General.....	28
1.1.5.2. Específicos.....	28
1.2. MARCO TEORICO	
1.2.1. Marco Teorico.....	30
1.2.2. Marco Conceptual.....	65
2. MARCO METODOLOGICO	
2.1. Hipotesis.....	68
2.2. Variables.....	68
2.2.1 Definicion Conceptual.....	68
2.2.1 Definicion Operacional.....	69
2.3. Metodologia.....	70
2.3.1. Tipos de estudio.....	70
2.3.2. Diseño.....	70

2.4. Poblacion y Muestra	70-71
2.5. Metodo de Investigacion.....	72
2.6. Tecnicas e instrumentos de recolección de datos	73
2.7. Metodo de Analisis de Datos.....	73
3. RESULTADOS	74
4. DISCUSION.....	94
5. CONCLUSIONES.....	104
6. SUGERENCIAS.....	107
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	109
8. ANEXOS.....	111

RESUMEN

Esta investigación tuvo como Objetivo **“El Marketing de promoción a través de la red social Facebook y su efecto en las ventas de la empresa MODA ORIGINAL S.A.C. En el Distrito de Tarapoto en el periodo 2,012”**. El estudio se desarrolló como una investigación descriptiva-Explicativa, apoyado en un trabajo de campo, se tomo como muestra poblacional a doscientos setenta y seis clientes recurrentes (276), de los cuales se identificó que solo doscientos cuarenta y tres clientes recurrentes (243) visitaron la Red Social Facebook de la empresa oda Original S.A.C., los cuales se convirtieron en los principales autores de los resultados.

Así mismo se realizó un levante de información financiera (Balance General y Estado de Ganancias y pérdidas), para conocer el como variaron sus ventas de la empresa Moda Original S.A.C. desde el momento que se empezó a realizar el marketing de promoción a través de la red Social Facebook, esto se pudo lograr mediante el análisis de los principales ratios financieros.

Para clarificar las dimensiones del Marketing de promoción se utilizó la teoría de **Philip kotler (1996)** en su libro **“Dirección de Marketing 8va Edición”**, así mismo para evaluar las dimensiones de esta variable se utilizó el **método AIDAS propuesto por Arthur F. Sheldon en el 2009**, se utilizó este método porque es el que mas se adecua a la realidad de la investigación, Para terminar se realizó el análisis de los principales Ratios Financieros para poder clarificar la evolución de las ventas después de haber utilizado el Marketing de Promoción a través de la Red Social Facebook para esto se utilizó la teoría **IGLESIAS SÁNCHEZ,(1992) J.L.:** en su libro **“Insuficiencia de las cuentas anuales para reflejar la realidad económica”** .

En la investigación se llegó a determinar que:

- La empresa Moda Original S.A.C. utilizo nueve herramientas para ejecutar su campaña de marketing de promoción a través de la red social Facebook, dichas herramientas son los anuncios por medio de comunicados y fotos sobre las distintas líneas de sus productos, así mismo las distintas

promociones emitidas por la red sobre descuentos y puntos por sus compras, la utilización del chat en la red, notas publicadas sobre el perfil de la empresa, testimonios de los clientes y los distintos tipos de información relacionada con el rubro.

- El 88% de los clientes recurrentes de la empresa tienen relación con la red social, el perfil de estos clientes son Varones entre las edades de 16 a 35 años, así mismo se pudo identificar que un atractivo 35% de mujeres también tienen relación con la empresa mediante la red Social.
- En tanto a la publicidad emitida por la red social mediante los anuncios, comunicados y lanzamientos de nuevos, no ha pasado desapercibido por los clientes, puesto que el 23% menciona que estos factores les llevo a la compra de los productos de la empresa, así mismo a causado la atención, el interés, el deseo y en algunos casos satisfacción, los que nos lleva a mencionar que la publicidad emitida por la Red Social Facebook a tenido impacto en los clientes de la empresa Moda Original S.A.C.
- Las ofertas, promociones y descuentos que se comunica por la red Social Facebook, a tenido una significativa presencia en las ventas de la empresa, puesto que el 61% de los clientes han efectuado compra (Acción) y satisfacción, así mismo a causado atención, el interés y el deseo, podríamos mencionar que esta estrategia es la que refleja mas atributos positivos en cuanto a resultados, se puede mencionar que la promoción de ventas emitida por la Red Social Facebook a tenido impacto en los clientes de la empresa Moda Original S.A.C.
- En cuanto al mercado directo en el proceso del marketing de promoción, la empresa muestra serias, puesto que mas del 50% de los clientes manifiestan que nunca an tenido un contacto directo con la vendedora por medio del Messenger de la red social Facebook, este resultado se sustenta debido a que la empresa Moda Original S.A.C. no cuenta con un plan de comunicación por medio de la red social Facebook con sus clientes, sin embargo un 27% asegura que se decidió a comprar después de haber obtenido una

conversación con la vendedora por medio del Messenger de la red social, confirmando que este proceso también está influyendo en las ventas de la empresa, así mismo los clientes mencionaban que este proceso influyó significativamente para que ellos conozcan por primera vez la tienda, podría concluir que el mercado directo por medio de la red social a tenido un impacto positivo en las ventas de la empresa Moda Original S.A.C.

- En cuanto a las Relaciones Públicas se concluye que las notas publicadas sobre la empresa, los distintos tipos de información emitida y los comentarios de los clientes en la red Social Facebook, no ha pasado desapercibido por los clientes y a causado interés en los mismos, lo cual significa factor positivo para la empresa, así mismo el 44% de los clientes a efectuado una compra debido a este factor, podría concluir que las Relaciones Públicas de la empresa emitida a través de la red social Facebook a influido en las ventas de la empresa y a su vez a ayudado a maximizar el posicionamiento de la marca al tener a los clientes en pleno interés de lo que se publica lo cual tendrá una influencia directa en las ventas de la empresa Moda Original S.A.C.
- En Resumen el marketing de promoción a través de la red social Facebook, mediante las herramientas de publicidad, promoción de ventas, mercad directo y Relaciones Públicas, todas estas herramientas han causado cierto grado de Atención, Interés, Deseo, pero sobre todo el 39% a decidido su compra y satisfecho por ella en base a este medió, vale mencionar que el solo hecho de haber causado cualquiera de estos sentimiento ya refleja la efectividad de este medió, vale mencionar que en la herramienta de Mercado Directo la empresa Moda Original S.A.C. muestra mucha deficiencia.
- Las ventas netas de la empresa Moda Original S.A.C. a tenido un crecimiento importante del 43% en el periodo que se utilizó el marketing de promoción a través de la red social Facebook, solo esta información refleja el crecimiento de las ventas, así mismo se puede identificar que en los periodos que no se utilizó el marketing de promoción (2008 y 2009) no existió incrementos significativos en sus ventas.

- Se concluye que el marketing de promoción a través de la red social Facebook fue eficiente, según el diagnóstico del método AIDAS, al mismo tiempo se puede observar que precisamente en este Periodo las ventas de la empresa tuvieron un incremento significativo, lo cual ayuda a determinar que el Marketing de Promoción utilizado por la empresa MODA ORIGINAL S.A.C. a través de la red Social Facebook tuvo una influencia directa en el incremento de sus ventas.

ABSTRACT

This research aimed to "assess the marketing promotion through the social network Facebook and its effect on sales of the company FASHION ORIGINAL SAC In the District of Tarapoto in the period 2012 ". The study was conducted as a descriptive-explanatory, supported by field work was sampled population two hundred and seventy-six customers recurring (276), which was identified only two hundred forty-three repeat customers (243) visited the Red Social Facebook of Original company SAC, which combined in the principal authors of the results.

It also was made a release of financial information (Balance Sheet and Profit and Loss), to meet the varied sales as the company Moda Original SAC from the time they started making its promotional marketing through Social network Facebook, this was achieved by analyzing key financial ratios.

To clarify the Promotion Marketing dimensions theory was used by Philip Kotler (1996) in his book "Marketing Management 8th Edition", likewise for evaluating dimensions of this variable, the method proposed by Arthur F. AIDAS Sheldon in 2009, this method was used because it is the one most suited to the reality of research. Finally performed the analysis of key financial ratios in order to clarify the evolution of sales after using the Marketing promotion through Social Network Facebook to use this theory CHURCHES SANCHEZ, (1992) JL: in her book "failure of the financial statements to reflect economic reality."

In the investigation it was determined that:

- Business Fashion Original S.A.C. nine tools I use to run your promotional marketing campaign through the social network Facebook, these tools are announcements through press releases and photos on different lines of products, himself issued by various network promotions, discounts and points for their purchases, the use of chat on the net, articles published on the profile of the company, customer testimonials and the different types of information related to the item.

- 88% of recurring customers of the company are related to the social network, the profile of these clients were between the ages of 16 to 35 years, so it could be

identified that an attractive 35% of women are also related to the company through the social network.

- In both advertising issued by the social network through ads, press releases and new, has not gone unnoticed by customers, since 23% mention these factors led them to purchase the company's products, so it has caused the attention, interest, desire and satisfaction in some cases, which leads us to mention that advertising issued by the social network Facebook has had impact on customers of the company Moda Original SAC

- The offers, promotions and discounts that is communicated by the social network Facebook, has had a significant presence in the sales of the company, since 61% of customers purchase an effected (Action) and satisfaction, and caused himself to attention , interest and desire, we might mention that this strategy is one that reflects more positive attributes in terms of results, it can mentioning sales promotion issued by the social network Facebook has had impact on customers of the company Moda Original SAC.

- As for the direct market in the process of marketing promotion, the company has serious, since over 50% of customers say they never had an direct contact with the seller through mesenger facebook social network, this based result because the company Moda Original SAC does not have a communication plan through the facebook social network with clients, however 27% said that they decided to buy after having obtained a combersación with Mesenger selling through social network, confirming that this process is also influencing the sales of the company and the clients same mensionaban significantly influenced this process for them conoscan first store, it could be concluded that the direct market through the social network has had a positive impact on Fashion company sales SAC Original

- As for the Public Relations concluded that the release notes on the company, the different types of information issued and the customer feedback on the social network Facebook, has not gone unnoticed caused by customers as interest in them, so which means positive factor for the company, likewise 44% of customers

made a purchase because this factor could conclude that Public Relations Company issued to through facebook social network to influence sales of the company and in turn helped to maximize brand posicionamiento customers to have full interest in what is published which will have a direct influence on the sales of the company Moda Original SAC

- In Resumenn promotional marketing through social network Facebook, using the tools of advertising, sales promotion, public relations and direct mercad all These tools have caused some attention, interest, desire, but especially the 39 % decided to purchase and satisfied by it based on this medium, it is worth mentioning that only caused aver miss any of these feelings and reflects the effectiveness of this medium, it mensionar in Direct Marketing Tool Company Original Fashion SAC shows many deficiencies.

- Net sales of the company Moda Original SAC has had a significant growth of 43% in the period to use the promotional marketing travez facebook social network, this data reflects only the sales growth, so it can be identified in the periods that were not used promotional marketing (2008 and 2009) there was no significant increase in sales.

- We conclude that marketing promotion through the social network Facebook was efficient, as the diagnosis AIDAS method, while it can be seen that even in this period, sales of the company they had had a significant increase, which helps determine the Promotion Marketing company used by the SAC ORIGINAL FASHION through the Facebook network tube directly influence the increase in sales.