



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**VENTAS POR MARCA EN EL AREA DE LENCERIA DE LA TIENDA  
POR DEPARTAMENTO RIPLEY SAN MIGUEL EN EL PRIMER  
SEMESTRE 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN MARKETING**

**AUTORA:**

**CARNERO SERQUEN CINTHIA MILAGROS**

**ASESOR:**

**Dr. MORILLO FLORES, JHON**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**ESTRATEGIA DE MARKETING PARA PRODUCTOS**

**LIMA - PERÚ**

**2014**

## JURADOS

**Presidente:** DR. Guillermo Príncipe Castillo

**Secretario:** Mg. Aníbal Zavaleta Dávila

**Vocal:** Mg. Héctor Torres Oporto

### **Dedicatoria**

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de he caer; por ello con toda humildad que de mi corazón pueda emanar, dedico mi trabajo a Dios.

Como un padre siempre te he visto, gracias a tu sabiduría que influyo en mi madurez, para lograr todos los objetivos en la vida, es para ti Papa Julio Castillo Rivera esta tesis en agradecimiento por todo tu amor.

### **Agradecimiento**

Cuando uno se propone alcanzar una meta como culminar una carrera profesional, muchas son las personas que intervienen con la enseñanza, información, experiencia, apoyo y consejo.

Agradezco a Dios por protegerme durante mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional en los momentos de dificultades y alegrías en el recorrido para culminar satisfactoriamente la presente investigación.

A mi esposo José Rojas por todo su amor y comprensión.

Además, agradezco a todos los maestros, por su ayuda y orientación en el desarrollo y culminación de la presente investigación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Cinthia Milagros Carnero Serquen con DNI N° 41762949, 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 Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda la 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 corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y 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, Diciembre de 2014

---

Cinthia Milagros Carnero Serquen

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Pongo a su disposición la tesis titulada VENTAS POR MARCA EN EL AREA DE LENCERIA DE LA TIENDA POR DEPARTAMENTO RIPLEY SAN MIGUEL EN EL PRIMER SEMESTRE 2014.

En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos para optar el título de Licenciado en “Marketing y Dirección de Empresas”.

El documento consta de siete capítulos: Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Marco metodológico, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión, Capítulo V: Conclusiones, Capítulo VI: Sugerencias, finalmente el Capítulo VII: Referencias y anexos.

En busca que esta tesis se ajuste a las exigencias establecidas con todo trabajo científico, esperamos sus sugerencias para mejorar la calidad de nuestro trabajo.

Atentamente

El autor

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	
ABSTRACT	
I. INTRODUCCIÓN	14
Antecedentes	16
Fundamentación Científica	22
Fundamentación Técnica	22
Justificación	34
1.1. Problema	34
1.2. Objetivos	36
II. MARCO METODOLÓGICO	37
2.1. Variable	38
2.2. Operacionalización de la variable	38
2.3. Metodología	39
2.4. Tipo de estudio	39
2.5. Diseño	39
2.6. Población y muestra	40
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.8. Métodos de análisis de datos	41
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS	57

**Anexos:**

**Matriz de consistencia**

**Juicio de Expertos**

**Encuestas**

**Base de datos**



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Operalización de las variables	38
TABLA 2: Diseño de estudio	39
TABLA 3: Promedio de valoración del juicio de expertos	41
TABLA 4: Descripción de las ventas por marca semestral	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Análisis descriptivo de venta de brasier por marca semestral	44
FIGURA 2: Análisis descriptivo de ventas de truzá por marca semestral	45
FIGURA 3: Análisis descriptivo de ventas prendas del semestre	46
FIGURA 4: Análisis descriptivo de ventas del semestre por marca	47

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como problema general: ¿Cuál es la venta por marcas de lencería en la tienda por departamento Ripley San Miguel en el primer semestre 2014?, su objetivo general fue: Identificar las ventas por marcas en el área de lencería de la tienda por departamento Ripley San Miguel en el primer semestre 2014.

La metodología de la investigación fue básica descriptiva. El diseño fue no experimental - transversal. La población y muestra estuvo constituida por la base de datos internas de la empresa que nos brindaron información de las ventas de ropa interiores del primer semestre 2014 en la tienda por departamento Ripley San Miguel con mención en Ventas.

Se aplicó la técnica de check list, tabla mensuales de ventas y semestrales de las marcas index, leonisa, Jacinta y flores tanto en tipo de lencería, para poder verificar que marca y modelos vendió más en el primer semestre en esta investigación.

En la investigación, se ha encontrado que entre los principales resultados la variable las ventas por marca de lencería en el primer semestre. Los otros resultados encontrados por marca en este trabajo se pueden resumir en:

La marca de prendas más vendida en productos es Index, luego sigue leonisa, flores y jacinta. En cuestión en todo el semestre la marca que llegó a su meta semestral es leonisa, flores, jacinta e index. Los modelos más vendidos en todo el semestre de brasier es la copa b, luego la copa c y para finalizar la copa. Los modelos más vendidos en todo el semestre de trusa es el modelo b (tanga, bikini), luego viene el modelo c (hilo, semi hilo) y en el tercer lugar el modelo a que son bóxer, fajitas).

*Palabra clave: Ventas*

## Abstract

This research work was as general problem: What are the sales by brand of lingerie in the departmental store Ripley San Miguel in the first half 2014 ? ,its overall objective was: to identify the sales by brand in the area of lingerie from the departmental store Ripley San Miguel in the first half 2014.

The methodology of the research was basic descriptive. The design was not experimental - cross. The population and sample was made up of the internal database of the company that gave us information of the sales of clothing inside the first half 2014 in the department store by Ripley San Miguel with mention in sales.

The technique was used to check list, table of monthly sales and semiannual brands index, leonis, Jacinta and flowers both in type of lingerie, so that you can verify that brand and models sold more in the first half in this research.

In the research, has been found that among the main results the variable sales by brand of lingerie in the first half the other results found by brand in this work can be summarized as follows: The brand of clothing sold in most products is Index, then continues leonis, flowers and Jacinta.

In question throughout the semester, the brand that came to its yearly goal is leonis, flowers, Jacinta and index. The best-selling models in the entire semester of brasier is the cup size b, then c cup and to finish the cup. The best-selling models in the entire semester of truzas is the model b (tanga, bikini), then comes the model c ( wire, semi twine) and in the third place the model are boxer, fajitas).

Keywords: Sales