



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Administración de Ventas y su Relación con la Venta Relacional de Servicios
Fijos de la Empresa América Móvil Perú S.A.C. Lima 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

JUAN WINDERSON PINEDA LAURA

ASESOR:

Dr. MANUEL SALVADOR CAMA SOTELO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Manuel Salvador Cama Sotelo
PRESIDENTE

Mg. Lorena Paz Liendo
SECRETARIO

Econ. Agliberto Cesar Cifuentes La Rosa
VOCAL

Dedicatoria:

Este estudio de investigación dedico a Dios y a mis Padres porque me dieron la vida. A todos los estudiantes que están por acabar la universidad mencionarles que no se desanimen en terminar la tesis, no es complicado ni tampoco fácil, necesitas que te enfoques con todo tiempo y veras resultados cuando tu producto esté terminado.

Agradecimiento:

A cada uno de los profesores de los cursos regulares y del área de Investigación de la Universidad César Vallejo por su tiempo brindado y su metodología de enseñanza facilitándome comprensión y entendimiento.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Juan Winderson Pineda Laura con DNI 10125635, 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 Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaró 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 corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo

Lima, marzo de 2017.



Juan Winderson Pineda Laura

DNI 10125635.

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Administración de ventas y su relación con la venta relacional de servicios fijos de la empresa América Móvil Perú S.A.C. Lima, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Índice.

I	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Realidad Problemática	2
1.2	Trabajos previos	6
1.3	Teorías relacionadas al tema	15
1.4	Formulación del problema	30
1.5	Justificación.	31
1.6	Hipótesis.	34
1.7	Objetivos.	35
II	MÉTODO	36
2.1	Diseño de investigación.	37
2.2	Variables, operacionalización.	37
2.3	Población y muestra	40
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	41
2.5	Métodos de análisis de datos.	43
2.6	Aspectos éticos	44
III	RESULTADOS.	45
3.1	Análisis descriptivos.	46
3.2	Análisis Inferencial.	63
IV	DISCUSIÓN	79
V	CONCLUSIONES	82
VI	RECOMENDACIONES	84
VII	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	86

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1.Cada vendedor tiene asignado una zona de trabajo posterior a un estudio de mercado.	46
Figura 2.Los clientes están adecuadamente categorizados.	47
Figura 3.Las Zonas con mayor cantidad de clientes tienen proporcionalmente vendedores asignados.	48
Figura 4.El área de recursos humanos ejecuta actividades de integración con los nuevos vendedores.	49
Figura 5.Si el vendedor tiene habilidades y actitudes de buen vendedor es promovido de cargo.	50
Figura 6.Es política de la empresa que en el CV se adjunte antecedentes laborales.	51
Figura 7.La planificación de capacitaciones se hacen en coordinación con los vendedores.	52
Figura 8.La empresa realiza capacitaciones on line y las monitorea oportunamente.	53
Figura 9.Las capacitaciones recogen como temática las necesidades de los vendedores.	54
Figura 10. La empresa descuenta por los clientes que no mantienen relaciones a largo plazo con los servicios fijos.	55
Figura 11. La empresa tiene registrado a los clientes potenciales.	56
Figura 12. La empresa cuenta con un software de tecnología de avanzada que permita sistematizar la información de los clientes potenciales.	57
Figura 13.Gestiona la base de datos de los clientes localizados en su zona.	58
Figura 14.La Empresa proporciona a los vendedores contratos formales que respalda el servicio ofrecido.	59
Figura 15.La empresa proporciona herramientas de trabajo para la demostración del producto.	60
Figura 16.Las quejas de los clientes son atendidas oportunamente.	61
Figura 17.Se reporta al área respectiva las quejas de los clientes.	62
Figura 18.Gráfico de Normalidad QQ	64

Figura 19.Gráfico de dispersión de Hipótesis General.	66
Figura 20.Gráfico de normalidad QQ de hipótesis Especifica 1.	68
Figura 21.Gráfico de dispersión de Hipótesis 1	70
Figura 22.Gráfico de normalidad QQ de hipótesis Especifica 2.	72
Figura 23.Gráfico de dispersión de Hipótesis Especifica 2.	74
Figura 24.Gráfico de normalidad QQ de hipótesis Especifica 3.	76
Figura 25.Gráfico de dispersión de Hipótesis Especifica 3	78

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1.Operacionalización de la variable.	39
Tabla 2.Estadística de Fiabilidad.	43
Tabla 3.Cada vendedor tiene asignado una zona de trabajo posterior a un estudio de mercado.	46
Tabla 4. Los clientes están adecuadamente categorizados.	47
Tabla 5.Las Zonas con mayor cantidad de clientes tienen proporcionalmente vendedores asignados.	48
Tabla 6.El área de recursos humanos ejecuta actividades de integración con los nuevos vendedores.	49
Tabla 7.Si el vendedor tiene habilidades y actitudes de buen vendedor es promovido de cargo.	50
Tabla 8.Es política de la empresa que en el CV se adjunte antecedentes laborales.	51
Tabla 9.La planificación de capacitaciones se hacen en coordinación con los vendedores.	52
Tabla 10.La empresa realiza capacitaciones on line y las monitorea oportunamente.	53
Tabla 11.Las capacitaciones recogen como temática las necesidades de los vendedores.	54
Tabla 12.La empresa descuenta por los clientes que no mantienen relaciones a largo plazo con los servicios fijos.	55
Tabla 13.La empresa tiene registrado a los clientes potenciales.	56

Tabla 14.La empresa cuenta con un software de tecnología de avanzada que permita sistematizar la información de los clientes potenciales.	57
Tabla 15.Gestiona la base de datos de los clientes localizados en su zona.	58
Tabla 16.La Empresa proporciona a los vendedores contratos formales que respalda el servicio ofrecido.	59
Tabla 17.La empresa proporciona herramientas de trabajo para la demostración del producto.	60
Tabla 18.Las quejas de los clientes son atendidas oportunamente.	61
Tabla 19.Se reporta al área respectiva las quejas de los clientes.	62
Tabla 20.Cuadro Estadístico de los resultados de la Prueba de Hipótesis SPSS	63
Tabla 21.Cuadro Estadístico de los resultados de la prueba de Hipótesis SPSS.	65
Tabla 22.Cuadro Estadístico de los resultados de la Prueba de Hipótesis Especifica 1.	67
Tabla 23.Estadístico de los resultados de la prueba de correlación Hipótesis Especifica 1.	69
Tabla 24.Cuadro Estadístico de los resultados de la Prueba de Hipótesis Especifica 2.	71
Tabla 25.Estadístico de los resultados de la prueba de correlación Hipótesis Especifica 2.	73
Tabla 26.Cuadro Estadístico de los resultados de la Prueba de Hipótesis Especifica 3.	75
Tabla 27.Estadístico de los resultados de la prueba de correlación Hipótesis Especifica 3.	77

RESUMEN

El estudio de investigación lleva por título Administración de Ventas y su relación con la Venta Relacional de Servicios Fijos de la Empresa de la Empresa América Móvil Perú S.A.C Lima 2016, propuso como objetivo general Identificar la Relación que existe entre Administración de ventas y la Venta Relacional de Servicios Fijos de la Empresa América Móvil Perú S.A.C., que según los autores Kotler – Armstrong miden a Administración de venta con los siguientes procesos de Diseño de estrategia y estructura, reclutamiento, capacitación, supervisión, evaluación y en cuanto a Venta Relacional según expresa los autores Román y Kuster como inicio de la Relación, Desarrollo de la Relación y Expansión de la Relación. La Población estuvo conformada por 29 vendedores de la Empresa América Móvil Perú S.A.C, El muestreo fue no probabilístico, su diseño es no experimental y el tipo de estudio realizado fue descriptivo correlacional, se utilizó la encuesta con preguntas tipo Likert, dichos instrumentos fueron validados por tres expertos, para determinar su confiabilidad se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach y para la contrastación de hipótesis el paquete estadístico SPSS versión 22, con los resultados obtenidos se verificó que si hay correlación de las dos variables de estudio por lo que se realizó discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Relaciones a largo Plazo, Servicios fijos, Seguimiento de clientes.

ABSTRACT

The research study is entitled Sales Management and its Relationship with Relational Sale of Fixed Services of the Enterprise of the Company América Móvil Perú SAC C Lima 2016, proposed as general objective To identify the Relationship that exists between Sales Administration and Sales Relation of Fixed Services of the Company América Móvil Perú SAC, which according to the authors Kotler - Armstrong measure Sales Management with the following processes of Design of strategy and structure, recruitment, training, supervision, evaluation and Relational Selling according to express The authors Román and Kuster as beginning of the Relation, Development of the Relation and Expansion of the Relation. The population was made up of 29 sellers from the company América Móvil Perú SAC. Sampling was non-probabilistic, its design was non-experimental and the type of study performed was correlational descriptive, the survey was used with Likert-type questions, these instruments were validated by Three experts, to determine their reliability was used the Cronbach Alpha coefficient and for the hypothesis testing the statistical package SPSS version 22, with the results obtained it was verified that if there is correlation of the two variables of study by which conclusions were drawn And recommendations.

Keywords: Long Term Relationships, Fixed Services, Customer Tracking.