



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LAS NUEVAS TECNOLOGIAS Y SU INFLUENCIA EN LAS
VENTAS DE LOS COLABORADORES DEL BANCO INTERBANK
EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL PERIODO 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

ANDRE ALDAIR SALDAÑA PEREZ

ASESOR

MG. MARIBEL RODRIGUEZ RODRIGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA, PERÚ 2017

PÁGINA DEL JURADO

Presidente

Dr. Víctor Arenaza Dávila

Secretario

Dr. Lessner León Espinoza

Vocal

Dra. Maribel Rodríguez Rodríguez

DEDICATORIA

En primer lugar a mi familia que siempre me apoyo, que me brinda la confianza necesaria para seguir adelante, a Dios por darme, salud, bienestar y siempre guiarme en lo correcto. Y por último a mi abuelo Leoncio Saldaña Ríos que me cuida desde el cielo.

AGRADECIMIENTO

La presente tesis muestra un trabajo continuo, de sacrificio, dedicación y sobre todo de un apoyo incondicional lo cual es la familia. Es por eso que primero le doy gracias a mi madre por el sacrificio que hizo durante toda su vida para que nunca me falte nada en casa, por la educación que me brindo y sobre todo agradecerle por la confianza que puso en mí.

Agradecerle a Dios por acompañarme siempre en todo momento, por permitirme seguir un camino de bien, por bendecirme para llegar y cumplir este primer objetivo en mi vida.

A la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de realizar una carrera profesional, por las miles de vivencias que siempre quedaran en mi memoria, y sobre todo agradecerle por ser un buen profesional.

A mi asesor de tesis la Dra. Maribel López por el esfuerzo y comprensión en todo momento, por compartir todos sus conocimientos con nosotros, sus experiencias, su tiempo fuera de las horas académicas y sobre todo la motivación que nos transmitía para continuar en este camino.

En realidad agradecer a todos las personas que me apoyaron en este proceso, desde mis amigos, hasta todos los profesores que me enseñaron durante 5 años.

Por último y no menos importante agradecer a mis abuelos Pedro, Betty, Adriana y Leoncio, el último que desde el cielo me cuida y protege en cada etapa.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, ANDRE ALDAIR SALDAÑA PEREZ con DNI N° 48401166 , declaro que la tesis titulada, LAS NUEVAS TECNOLOGIAS Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LOS COLABORADORES DEL BANCO INTERBANK EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL PERIODO 2016 ha sido desarrollada bajo las disposiciones vigente consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

De esta manera, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se emplearon en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido me responsabilizo ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto 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, 14 de Noviembre del año 2016

Andre Aldair Saldaña Perez

PRESENTACIÓN

Estimados señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada LAS NUEVAS TECNOLOGIAS Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LOS COLABORADORES DEL BANCO INTERBANK EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL PERIODO 2016, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciatura de Administración.

Saldaña Perez Andre Aldair

INDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iii
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract	viii
I. INTRODUCCION	9
1.1 Realidad Problemática	9
1.2 Trabajos Previos	10
1.3 Teorías Relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema	21
1.5 Justificación del problema	21
1.6 Hipótesis	22
1.7 Objetivos	22
II. MARCO METODOLOGICO	24
2.1 Tipos de Estudio	24
2.2 Diseño de Investigación	25
2.3 Variables, Operacionalización	25
2.4 Población y Muestra	27
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
2.6 Método de análisis de datos	29
2.7 Aspectos Éticos	30
III. RESULTADOS	31
3.1 Prueba de hipótesis	31
3.2 Tablas de frecuencias e interpretaciones	35
3.3 Tablas a nivel de dimensión de las variables	38
IV. DISCUSIÓN	42
V. CONCLUSIONES	46
VI. RECOMENDACIONES	47
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	48
VIII. ANEXOS	51

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal poder determinar la influencia de las nuevas tecnologías en las ventas de los colaboradores de la red de tiendas del Banco Internacional del Perú que se encuentran situadas en el distrito de los olivos y realizada en el periodo 2016. La población fue de 50 colaboradores y se tomó como muestra toda la población. Se elaboró un cuestionario con 25 preguntas al que se le dio validez y confiabilidad.

Se aplicaron las pruebas de contrastación de hipótesis (spearman) en tanto que la normalidad fue no paramétrica y como resultado se tuvo la verificación de las hipótesis planteadas.

Finalmente se tuvo pudo concluir la investigación a través los resultados obtenidos.

Palabras clave: Nuevas tecnologías, ventas, banca multicanal, tipos de venta.

ABSTRACT

The investigation had as aim be able to determine the influence of the financial technology in the sales of the collaborators of the zone 1 in the network of shops of the Banco Internacional of Peru that are placed in the district of the olive trees and realized in the period 2016. The population belonged 35 collaborators and the population took as a sample. A questionnaire was elaborated by 25 questions to the one that gave himself validity and reliability. There were applied the tests of normality (it tries of kolmogorov) and of contrastación of hypothesis (spearman) while the normality was not paramétrica, since result had the check of the raised hypotheses. Finally the fulfillment of the aims was had as conclusion

Keywords: New Technologies, Sales, Banking Multicanal, Types of sale.