



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS  
DE LA EMPRESA CONSORCIO FERRETERO BREYALU S.A.C EN  
LA CIUDAD DE TRUJILLO, AÑO 2013**

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

**AUTOR:**

**Br. BLAS RAMIREZ, LOURDES YACKELIN**

**ASESORA:**

**DRA. CALVANAPÓN ALVA, FLOR ALICIA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ  
2013**

# PÁGINA DE JURADO

---

**Presidente**

---

**Secretaria**

---

**Vocal**

## DEDICATORIA

A Dios por ser el gran Arquitecto del Universo y porque me enfoca a cumplir mis objetivos trazados.

A mi padre, Melanio por su apoyo incondicional, su dedicación, su ejemplo y deseo de superación. Por su magnífica confianza, lo cual hizo posible que culminara con éxito esta gran meta trazada.

A mis queridas hermanas: Mélanie y Andrea con cariño y gratitud por el apoyo emocional del día a día.

A Paula, por hacer el papel de mamá y llenarme de consejos para lograr mis objetivos

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud y profundo aprecio:

A Dios y a mi familia que siempre me brindó su apoyo alentador para poder lograr los objetivos trazados en mi etapa universitaria, y porque siempre me guiaron por el camino hacia el cumplimiento de mis metas.

A las autoridades y docentes de la Universidad César Vallejo en especial a Dra. Luz Baltodano y Dra. Alicia Calvanapón por los conocimientos y consejos brindados, los mismos que me han servido para el desarrollo de mi tesis.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

Yo Blas Ramirez, Lourdes Yackelin con D.N.I. N° 45514483, 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 Administración, 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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Diciembre del 2013



---

LOURDES YACKELIN BLAS RAMIREZ

D.N.I.: 45514483

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada **ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA CONSORCIO FERRETERO BREYALU S.A.C. EN LA CIUDAD DE TRUJILLO, AÑO 2013**, con la finalidad de analizar la influencia de las estrategias de publicidad en las ventas de la empresa Consorcio Ferretero Breyalu S.A.C., en la ciudad de Trujillo, año 2013, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

**La Autora**

# ÍNDICE

	Pág.
<b>PÁGINA DE JURADO .....</b>	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>18</b>
2.1. Variables.....	19
2.2. Operacionalización de Variables.....	19
2.3. Metodología.....	21
2.4. Tipo de estudio .....	21
2.5. Diseño de investigación .....	21
2.6. Población y Muestra .....	22
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
2.8. Método de análisis de datos .....	23
2.9. Aspectos éticos.....	24
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>76</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>82</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>84</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>87</b>

## RESUMEN

La aplicación de las estrategias de marketing implica no sólo responder a las necesidades y deseos, sino saber utilizarlo para un afán a largo plazo. Muchas veces éstas no son fácilmente detectables. Incluso es común que los consumidores no sepan lo que desean y las empresas les ofrecen productos que les hacen notar que adquiriéndolos lograrán satisfacer sus necesidades y deseos e incluso las mismas empresas no imaginan que aplicándolas podrían incrementar sus ventas. Por ello, el presente trabajo de investigación se ha desarrollado con el objetivo principal de analizar la influencia de las estrategias de marketing en las ventas de la empresa Consorcio Ferretero Breyalu S.A.C. en la ciudad de Trujillo, año 2013; consta de un tipo de estudio Descriptivo con diseño de investigación No experimental de corte Transversal. Dicha investigación se realizó en la ciudad de Trujillo con una población de 730 clientes y con una muestra total de 196, aplicando un cuestionario para recolectar información directa de los clientes. Se llegó a la conclusión que al analizar la influencia de las estrategias de Marketing sobre las ventas de la empresa Consorcio Ferretero Breyalu S.A.C. en la ciudad de Trujillo, año 2013, se determina que éstas influyen de manera positiva, ya que un 41% de los investigados opinan que los productos son buenos y un 37% muy buenos, el 72% de investigados opinan que los precios ofrecidos son muy buenos y solo el 14% menciona que si conoce publicidad de la misma; estas se ven reflejadas en las ventas obtenidas en los 5 años analizados en los cuales fueron aplicadas estas ventas bordearon los S/. 300,000.00 nuevos soles, lo anterior mencionado permite que logre su meta cuantificable y se consolide como una de las mejores en su rubro de ferreterías industriales el cual es su objetivo principal, ya que no existen muchas empresas ferreteras que brinden un buen producto a un precio reducido en la ciudad de Trujillo.

Palabra clave: estrategia, marketing, ventas, percepción.

## ABSTRACT

The application of marketing strategies involves not only meet the needs and desires, but knowing how to use for a long-term effort . Many times they are not easily detected . It is even common that consumers do not know what they want and companies offer them products that make them notice that buying them achieve their needs and desires and even the companies themselves could not imagine applying them increase their sales. Therefore, the present research has been developed with the main objective to analyze the influence of marketing strategies sales Consocio Ferretero Breyalu SAC in the city of Trujillo, 2013, consisting of one type of study design description with No experimental investigation of Transversal cut. This research was conducted in the city of Trujillo with a population of 730 clients with a total sample of 196, using a questionnaire to collect information directly from customers. He concluded that in analyzing the influence of marketing strategies on sales Consorcio Ferretero Breyalu SAC in the city of Trujillo , year 2013 , it is determined that they have a positive influence , and that 41 % of those surveyed believe that the products are good and 37% very good , 72% of surveyed think that the prices offered are very good and only 14% mentioned that if known advertising the same and these are reflected in sales reported in the 5 years analyzed in which these sales were applied skirted the S / . 300,000.00 soles, the above mentioned enables you to achieve your measurable goal and be consolidated as one of the best in its field of industrial hardware which is its primary objective, since there are not many hardware stores companies that provide a good product at a reduced price in the city of Trujillo.

Keywords: strategy, marketing, sales, perception.