



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO:

**“EVALUACIÓN DE LA MEZCLA DE MARKETING MIX POR
LÍNEA DE PRODUCTO Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE
VENTAS EN LA EMPRESA SIKA PERU S.A. EN LA CIUDAD DE
TARAPOTO, PERÍODO 2013 – 2014”.**

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

AUTOR:

ESPINOZA BENITES ERICK LUIS.

ASESOR:

Ms. Sc. SOTERO MONTERO SANTOS ALBERTO

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO EMPRESARIAL

TARAPOTO – PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

DEDICATORIA

A mi angelito quien me cuida desde el cielo le dedico mi segundo gran logro porque ella aún no se fue y está aquí conmigo, recordándome todos los días que es lo que espera de mí.

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida, por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi madre quien día a día me demuestra y me enseña el verdadero concepto de mejor amiga, a mi padre quien me apoya constantemente y porque jamás dejara de ser mi héroe y a toda mi familia que confía y está orgullosa de mi.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo dedico a mis queridos padres y hermanos por el apoyo incondicional, moral y espiritual ya que ellos constantemente me alientan a conseguir los objetivos y metas trazados en mi vida, por todo ello darle las gracias y agradecerles de corazón por depositar su confianza en mí y brindarme día tras día todo el apoyo en mi vida profesional.

Mil gracias.

Erick Espinoza Benites

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Espinoza Benites Erick Luis, con DNI N° 41629634, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de la Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional 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 lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, julio del 2015.

Espinoza Benites Erick Luis

DNI N° 41629634

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada: **“EVALUACIÓN DE LA MEZCLA DE MARKETING MIX POR LÍNEA DE PRODUCTO Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS EN LA EMPRESA SIKA PERU S.A. EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, PERIODO 2013 – 2014”**, el cual tiene como finalidad evaluar la mezcla de marketing mix por línea de producto y determinar su incidencia en el volumen de ventas para la Empresa Sika Perú S.A. en la ciudad de Tarapoto, período 2013 - 2014., todo ello en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, con el objetivo de Obtener el título Profesional de Licenciado en Administración, por todo ello espero de antemano cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Problema.....	33
1.2. Hipótesis	35
1.3. Objetivos.....	35
II. MARCO METODOLÓGICO	36
2.1. Variables	36
2.2. Operacionalización de variables.....	36
2.3. Metodología	36
2.4. Tipo de estudio	37
2.5. Diseño	37
2.6. Población, muestra y muestreo.....	38
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
2.8. Métodos de análisis de datos.....	39
2.9. Aspectos éticos	39
III. RESULTADOS.....	40
IV. DISCUSIÓN	52
V. CONCLUSIONES.....	56
VI. RECOMENDACIONES.....	58

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS.....	61

RESUMEN

La presente investigación titulada: **EVALUACIÓN DE LA MEZCLA DE MARKETING MIX POR LÍNEA DE PRODUCTO Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS EN LA EMPRESA SIKA PERU S.A. EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, PERÍODO 2013 – 2014**, tiene por finalidad evaluar la mezcla de marketing mix por línea de producto y determinar su incidencia en el volumen de ventas para la empresa Sika Perú S.A. en la ciudad de Tarapoto, periodo 2013 - 2014.

Se trabajó con una metodología de tipo no experimental y diseño descriptivo y correlacional, en donde se van a evaluar a las variables marketing mix y volumen de ventas; se trabajó con una encuesta y la utilización de los estados de resultados integrales de la empresa.

Posteriormente en la investigación se concluye que efectivamente las malas estrategias de marketing implementadas en la empresa han ocasionado que el volumen de ventas de los productos haya decrecido considerablemente en los últimos cinco años, esto debido a que no se han tomado en cuenta las acciones y actividades encaminadas a mejorar la situación económica de la empresa. Esto tiene relación con la hipótesis planteada; en donde según la teoría de Philip Kotler, menciona que la mezcla de marketing mix por línea de producto es ineficiente y mala e inciden directamente en el volumen de ventas de la empresa Sika Perú S.A. en la ciudad de Tarapoto.

Palabras clave:

Marketing mix.

Volumen de ventas.

ABSTRACT

This research entitled: "EVALUATION OF MARKETING MIX MIX BY PRODUCT LINE AND ITS IMPACT ON THE TURNOVER IN THE COMPANY SIKA PERU SA In the city of Tarapoto , PERIOD 2013 - 2014 , aims to evaluate the marketing mix mix by product line and determine its impact on the volume of sales for the company Sika Peru SA in the city of Tarapoto , period 2013-2014 .

We worked with a non-experimental methodology and descriptive and correlational design, where they will evaluate the marketing mix variables and sales volume; we worked with a survey and the use of the statements of comprehensive income of the company.

Later in the investigation concludes that indeed bad marketing strategies implemented in the company have caused the sales volume of the products has decreased considerably in the last five years, this because they have not taken into account the actions and activities to improve the economic situation of the company. This relates to the hypothesis; where the theory of Philip Kotler mentions that the marketing mix mix by product line is inefficient and bad and directly affect the sales volume of the company Sika Peru SA in the city of Tarapoto.

Keywords:

Marketing mix.

Sales volume.