



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“MARKETING Y VENTAS DE LAS MYPES PANIFICADORAS DE LA
URB. MANGOMARCA, LIMA – 2014”**

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

AUTOR:

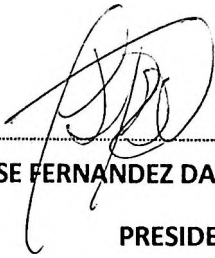
SERGIO IVAN VIGO CABRAL

ASESOR:

MG. MARTHA ALICIA AMES COCA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MARKETING**

**LIMA – PERÚ
2014**



MG. JOSE FERNANDEZ DAVILA VILLAFUERTE

PRESIDENTE



MG. TERESA GONZALES MONCADA

SECRETARIO



LIC. MARCO CANDIA MENOR

VOCAL

Dedicatoria

El siguiente Trabajo lo dedico a toda mi familia quien siempre me inculcaron los valores necesarios para convertirme en el hombre y padre que soy en la actualidad , apoyándome incondicionalmente en todos mis proyectos como el actual de terminar mi carrera profesional, el cual fue llevado a cabo con mucho esfuerzo, empeño y dedicación.

Que dios los bendiga a todos

Sergio Ivan Vigo Cabral

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad de asumir un reto tan importante e inspirarme en el día a día para conllevar con mucha dedicación este gran paso.

Quiero agradecer a la plana docente que participo en el grupo 17 de la Universidad Cesar vallejo en el programa SUBE los cuales compartieron su conocimientos en nosotros para vernos como futuros profesionales en la línea administrativa.

Muchas veces solo un agradecimiento por una ayuda o un apoyo recibido en una etapa de nuestras vidas es solo una palabra, pero cuando este apoyo recibido cambia nuestras vidas, se convierte en un agradecimiento para toda la vida; por esto quiero expresarles a las Doctoras (metodólogo) Martha Ames y Teresa Gonzales mis más sinceros agradecimientos en mi nombre y el de mi familia por la ayuda ,paciencia y dedicación durante el proceso de proyecto y desarrollo de la tesis y que siempre me guiare por los valores que nos demostraron durante este proceso y lo aplicare en mi vida profesional , para que estos se expandan y hacer cada día un mundo mejor para todos.

También a toda mi familia quienes también sacrificaron en todo momento sus tiempos para darme su apoyo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Sergio Ivan Vigo Cabral con N° de DNI 10831941, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la universidad Cesar Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 Cesar Vallejo.

Lima, S.J.L. Noviembre del 2014.

PRESENTACION

Sres. miembros del Jurado:

En cumplimiento de reglamento de grados y títulos de la universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "MARKETING Y VENTAS DE LAS MYPES PANIFICADORAS DE LA URB. MANGOMARCA LIMA 2014". La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACION Con la finalidad de determinar la relación que guardan las estrategias de marketing y las ventas de los microempresarios panificadores de la urb. Mangamarca.

El Autor

Índice

CARATULA

PAGINAS PRELIMINARES

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x

I. INTRODUCCION	11
1.1 Problemas Generales	49
1.2 Objetivos Generales	49
II. MARCO METODOLOGICO	50
2.1 Hipótesis	50
2.2 Variables	51
2.3 Operacionalización de variables	52
2.4 Metodología	53
2.5 Tipo de Estudio	54
2.6 Diseño	54
2.7 Población, Muestra, Muestreo	54
2.8 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	55

2.9 Validación y confiabilidad del instrumento	56
2.10 Métodos de análisis de datos	57
III. RESULTADOS	58
IV. DISCUSION	83
V. CONCLUSIONES	86
VI. RECOMENDACIONES	88
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	91
ANEXOS	93

RESUMEN

La presente investigación de tesis **MARKETING Y VENTAS DE LAS MYPES PANIFICADORAS DE LA URB. MANGOMARCA, LIMA - 2014** se propuso Identificar la relación existente entre el marketing y las ventas de las Mypes Panificadoras de la Urb. Mangomarca, Lima - 2014 , el marketing cumple los siguientes caracteres como Producto ,Precio, Plaza, Promoción, Kotler (2008) asimismo las ventas serán medidas por el entorno, estrategia, Actividades de venta, desempeño del vendedor, resultados, control, Jhonston (2010).

Para la presente investigación se ha utilizado el método científico, hipotético – deductivo, el tipo de estudio Descriptiva Correlacional con un diseño no experimental de corte transversal, ,La población estuvo conformada por 10 propietarios de las MYPES panificadoras de la Urb. Mangomarca , la muestra fue el total de la población, el tipo de muestreo fue no probabilístico tipo censal se empleó como instrumento de medición de las variables un cuestionario y la validación de contenido fue por juicio de expertos, en la confiabilidad se utilizó el alfa de Conbrach, el procesamiento de los datos se empleó el SOFTWARE ESTADÍSTICO SPS versión 22 para la obtención de los resultados de la investigación, en la constatación de la hipótesis se aplicó el CHI CUADRADO. Por tanto los resultados obtenidos servirán para mejorar e incrementar el volumen de las ventas de las Mypes panificadoras.

Palabras claves: producto, promoción, plaza, actividades de venta, control.

ABSTRACT

This thesis research **MARKETING AND SALES OF THE BAKERIES MYPES URB. Mangamarca LIMA - proposed 2014** Identify the relationship between marketing and sales of MSEs Bakeries Urb Mangamarca, Lima -. 2014, marketing meets the following characters: Product, Price, Place, Promotion, Kotler (2008) also be measured by sales environment, strategy, sales activities, vendor performance, results, control, Jhonston (2010).

In the present study we have used the scientific method, hypothetical - deductive, type of descriptive study correlational with a non-experimental cross-sectional design, the population consisted of 10 owners of MSEs bakeries Urb Mangamarca the sample. was the total population, the sampling was not probabilistic census type was used as a tool for measuring the variables a questionnaire and content validation was expert judgment on the reliability alpha Cronbach was used, processing data STATISTICAL SOFTWARE SPS version 22 to obtain the results of research in finding the hypothesis used the CHI SQUARE applied. Therefore the results will be used to improve and increase the volume of sales of MSEs bakeries.

Keywords: product, promotion, place, sales activities, control.