



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**VENTAS PERSONALES EN EL ÁREA DE TELEMARKETING DEL  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ LIMA-2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**CANALES DEL ALAMO BETSY JUDITH**

**ASESOR:**

**MG. MEJIA MEDINA HUGO MIGUEL**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**GERENCIA DE VENTAS**

**LIMA -PERÚ**

**2015**

---

**Dr.**

**PRESIDENTE.**

---

**Dr.**

**SECRETARIO**

---

**Dr.**

**VOCAL**

### Dedicatoria

La presente tesis va dirigida a todos mis maestros que me ayudaron a formar de la mejor manera mi perfil profesional.

## Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento a mi esposo e hijos por el gran apoyo y estímulo constante que recibo de ellos todos los días y porque son la razón de mi deseo de superación.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Betsy Judith Canales Del Alamo, con DNI 10391187, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, de la Escuela de Marketing y Dirección de Empresas, 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 presentan 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 la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima 9 de agosto de 2015.

---

Betsy Judith Canales del Alamo

DNI: 10391187

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de Tesis de la Escuela Académica de Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad "César Vallejo", para elaborar la tesis, presento el trabajo de investigación titulado Las Ventas Personales en el área de Telemarketing del Banco de Crédito S.A.Lima -2014

En la presente investigación se ha realizado una correlación de resultados hallados en torno a las ventas personales. El mejoramiento continuo es una gran preocupación ya que con ella se puede afianzar y proyectar la organización.

En el capítulo I, se registran los antecedentes del estudio, la justificación, la fundamentación científica, en seguida el planteamiento del problema, la formulación de los objetivos. En el capítulo II, se menciona el marco metodológico, como la variable estudiada y la metodología empleada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos. En el capítulo III, se consideran los resultados obtenidos a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV, se observa la discusión de los resultados, la cual se ha realizado utilizando los resultados hallados. En el capítulo V, se consideran las conclusiones. En el capítulo VI, se consideran las recomendaciones y en el capítulo VII, las referencias bibliográficas y anexos utilizados.

Esperando cumplir con los requisitos de la investigación,

El investigador.

## INDICE

Páginas Preliminares	
Páginas del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Lista de Tablas	viii
Resumen	ix
Abstract	xi
I.INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos Previos	15
1.3 Teorías relacionadas al tema	20
1.4 Formulación del problema	36
1.5 Justificación del estudio	37
1.6 Objetivo	38
II.METODO	39
2.1 Tipo de Estudio	40
2.2 Diseño de Investigación	40
2.3 Variable, Operacionalización	42
2.4 Población y muestra	43
2.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez Y confiabilidad.	44
2.6 Método de análisis de datos	45
2.7 Aspectos Éticos	48

III.RESULTADOS	50
IV.DISCUSIÓN	58
V.CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	65
VII REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	68

## ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Anexo 2. Juicio de expertos.

Anexo 3. Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos.

## LISTA DE TABLAS

Número	Detalle	Pág.
Tabla N° 1	Operacionalización de Variable	42
Tabla N°3	Niveles de fiabilidad del Instrumento	46
Tabla N°4	Validación de Expertos	46
Tabla N°5	Índice de confiabilidad	46
Tabla N°6	Escala de Niveles	48

## Resumen

La presente investigación titulada: Ventas Personales en el área de Telemarketing del Banco de Crédito del Perú S.A. Lima -2014, tuvo como objetivo general determinar el proceso de las ventas personales en el área de Telemarketing. A la respuesta al problema: ¿Cómo se desarrolla el proceso de ventas personales en el área de Telemarketing del Banco de Crédito del Perú S.A. Lima-2014?. Según Stanton, Etzel & Walker : EL estudio de Ventas personales requiere de Prospección, Preliminares, Presentación y Demostración y la Posventa los cuales han sido analizados en la investigación presente. La investigación es de tipo descriptiva aplicada y su diseño no experimental transversal con enfoque cuantitativo, así también conformada por 30 colaboradores del Banco de Crédito. Para superar la información requerida, se validaron los instrumentos y se demostró la validez y confiabilidad, mediante la técnica de opinión de expertos y el alfa de Cron Bach, cuyos resultados obtenidos permitieron elaborar discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Ventas Personales, Prospección, Preliminares, Presentación y Demostración, Post venta.

## **Abstract**

This research entitled: Personal Sales in Telemarketing area of Banco de Credito del Peru S.A Lima -2014 ,aimed to determine the personal sales process in the area of telemarketing.

The main research topic: How do workers develop the process of personal sales in Telemarketing area of Banco de Credito del Peru SA Lima-2014? According to Stanton, Etzel & Walker: The study of personal sales requires prospecting, preliminary, presentation, demonstration and the after-sales ,which have been analyzed in this research.The field research is basic-descriptive and , its design is non cross experimental with a quantitative standpoint , in addition , the research is formed by 30 employees of Banco de Credito del Perú. To overcome the required information, the instruments were validated and the validity and reliability were Demonstrated using the technique of statistical experts and the alpha Crobach, whose results allowed elaborate discussions, conclusions and recommendations.

Keywords: Personal Sales, Survey, Preliminary topic, presentation and demonstration, after-sales.