



# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LAS VENTAS DE LOS  
SERVICIOS DE INTERNET, TELEFONÍA Y TELEVISIÓN POR CABLE  
DE LA EMPRESA CLARO PERÚ, LIMA - 2014.

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

AUTOR:

LUIS FELIPE NOLE GARRIDO

ASESORA:

DRA. GRISI BERNARDO SANTIAGO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GERENCIA DE VENTAS

LIMA – PERÚ

2015

# **JURADO**

**Presidente : Mgtr. BRENDA ESTHER GUTIÉRREZ ORELLANA**

**Secretario : Mg. HUGO MIGUEL MEJÍA MEDINA**

**Vocal : Dra. GRISI BERNARDO SANTIAGO**

### **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación lo dedico a todas las nuevas generaciones de la universidad César Vallejo que dedican su futuro hacia un nuevo horizonte en la mercadotecnia y la implementación de ésta para mejores tiempos venideros.

El autor

### **Agradecimiento**

Mi gratitud para nuestro DIOS todopoderoso, a mis padres, mi adorada esposa por su apoyo infinito, mis hijos por ser el motivo de mi superación académica y a cada uno de los que me apoyaron e hicieron posible la elaboración de este trabajo de investigación.

El autor

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Felipe Nole Garrido, con DNI 08601673, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, de la Escuela Académica 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, Marzo del 2015.



Luis Felipe Nole Garrido

## 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 ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LAS VENTAS DE LOS SERVICIOS DE INTERNET, TELEFONIA Y TELEVISION POR CABLE DE LA EMPRESA CLARO PERU, LIMA - 2014.

El documento consta de siete capítulos:

Capítulo I: Introducción, antecedentes, fundamentación científica, justificación teórica, práctica y metodológica, problema, Objetivo.

Capítulo II: Marco metodológico, operacionalización de la variable, metodología, tipo de estudio, diseño de investigación, población, muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos y métodos de análisis de datos.

Capítulo III: Resultados

Capítulo IV: Discusión

Capítulo V: Conclusiones

Capítulo VI: Recomendaciones

Capítulo VII: Referencias bibliográficas y anexos.

En que esta tesis se ajuste a las exigencias establecidas de todo trabajo científico, esperamos sus sugerencias para mejorar la calidad de nuestro trabajo.

Agradezco a Ustedes, se dignen a tener en cuenta la sana intención y buena voluntad que me encamino a realizar la presente investigación y que lo presentado y expuesto ante ustedes sea de vuestra consideración.

El Autor

## INDICE

Páginas preliminares	
Página del Jurado .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Declaratoria De Autenticidad .....	v
Presentación .....	vi
Índice .....	vii
Lista de Figuras .....	ix
Lista de Tablas .....	x
Resumen .....	xi
Abstract .....	xii
CAPÍTULO I	
Introducción .....	14
Antecedentes.....	14
Fundamentación Científica, Técnica y Humanística .....	20
Marco Conceptual .....	35
Justificación .....	48
Teórica .....	48
Práctica .....	49
Metodológica.....	49
1.1 Problema.....	50
1.2 Objetivos.....	52
CAPÍTULO II	
2.1 Variable.....	54
2.2 Operacionalización de Variable .....	54
2.3 Metodología .....	55
2.4 Tipo de estudio .....	55
2.5 Diseño de investigación.....	55

2.6 Población, muestra y muestreo .....	55
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	56
2.8 Métodos de análisis de datos.....	56
CAPÍTULO III	
Resultados .....	60
CAPÍTULO IV	
Discusión .....	67
CAPÍTULO V	
Conclusiones .....	69
CAPÍTULO VI	
Recomendaciones .....	71
CAPÍTULO VII	
Referencia Bibliográfica .....	73
ANEXOS	
Matriz de consistencia	
Encuesta	
Juicio de Expertos	

## Lista de Figuras

<b>Numero</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pag.</b>
Figura N° 1	Distribución Porcentual según Estrategias de Marketing en las ventas	60
Figura N° 2	Distribución Porcentual según nivel del Plan Estratégico	61
Figura N° 3	Distribución Porcentual según nivel de Ejecución del Plan	62
Figura N° 4	Distribución Porcentual según nivel del Control del Plan	63
Figura N° 5	Distribución Porcentual según resultados del ítem 4 de la variable	64
Figura N° 6	Distribución Porcentual según resultados del ítem 23 de la variable	65

## Lista de Tablas

<b>Numero</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pag.</b>
Tabla N° 1	Operacionalización de variable	54
Tabla N° 2	Validación de datos por expertos	56
Tabla N° 3	Niveles de fiabilidad de instrumentos	57
Tabla N° 4	Índice de confiabilidad	57
Tabla N° 5	Escala de niveles y rango	58
Tabla N° 6	Distribución de frecuencias y porcentaje de variable	60
Tabla N° 7	Distribución de frecuencias y porcentaje de dimensión 1	61
Tabla N° 8	Distribución de frecuencias y porcentaje de dimensión 2	62
Tabla N°9	Distribución de frecuencias y porcentaje de dimensión 3	63
Tabla N° 10	Distribución de frecuencias y porcentaje de ítem 4	64
Tabla N° 11	Distribución de frecuencias y porcentaje de ítem 23	65

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LAS VENTAS DE LOS SERVICIOS DE INTERNET, TELEFONIA Y TELEVISION POR CABLE DE LA EMPRESA CLARO PERU, LIMA - 2014. Tuvo como objetivo establecer las estrategias de marketing en las ventas de los servicios de internet, telefonía y televisión por cable de la empresa Claro Perú, Lima 2014.

La metodología de la investigación fue deductiva, inductiva y descriptiva. El diseño fue no experimental - transversal. La población y muestra estuvo constituida por los trabajadores de la Empresa Claro Perú.

El instrumento aplicado fue de un cuestionario elaborado en base a la escala de likert de la cual presentan 5 alternativas que están representadas como 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 A veces, 4 Casi Siempre, 5 Siempre.

Se aplicó como prueba el estadígrafo denominado, índice de confiabilidad de cronbach, cuyo análisis se realizó con el programa estadístico SPSS. 21, siendo los resultados con alta fiabilidad del alfa de cronbach ,926. Y como resultado final respondiendo al objetivo general el nivel de Estrategias de Marketing de los servicios de internet, telefonía y televisión por cable de la empresa Claro Perú, Lima 2014 teniendo una tendencia al nivel eficiente.

Palabras Claves: Estrategias de Marketing

## ABSTRACT

The title of the following work is **MARKETING STRATEGIES IN SALES OF INTERNET, PHONE AND CABLE SERVICES BY THE COMPANY CLARO PERU, LIMA - PERU**. The main objective of this study, as described in the title, was to establish marketing strategies in sales of internet, phone and cable services by Claro Perú, Lima 2014.

The methodology of this investigation was deductive, inductive and descriptive. The design was not experimental - transversal. Both the sample and population were composed of Claro Perú employees.

The applied tool for this study was a questionnaire based on the Likert Scale. The 5 given options were as follows: 1 Never, 2 Rarely, 3 Sometimes, 4 Usually, 5 Always.

The analysis was undertaken and the results were measured using the Cronbach Index of Reliability obtained from the software program called "Statistical Package for the Social Science" or SPSS. 21, The Cronbach's alpha obtained in this study was 0.926, which is well above the 0.7 typically required to conclude acceptable internal consistency. Based on these results, with relation to the general objective of this study, the marketing strategies in sales of internet, phone and cable services by Claro Perú, Lima 2014 are believed to be of level efficient.

**Key Words:** Marketing Strategies