



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCION DE EMPRESAS**

**PROCESO DE VENTA DE MANGUERAS INDUSTRIALES DE LA
EMPRESA LIMA CAUCHO S.A LIMA 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCION DE EMPRESAS**

AUTOR:

SICHA RODRIGUEZ CHRISTIAN LEONARDO

ASESOR:

MG. MEJIA MEDINA HUGO

LINEA DE INVESTIGACION:

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

LIMA – PERU

2015

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser quien ha estado a mi lado siempre dando las fuerzas necesarias para seguir adelante, a mi esposa y familia porque siempre recibo su apoyo incondicional todo estos años. Y sobre todo dedico este trabajo a mi hijo que es el motivo de mi vida para cumplir todas mis metas y ser su ejemplo.

AGRADECIMIENTO

Quiero dar las gracias a Dios por sus bendiciones y agradecer a mis ganas de seguir adelante que sin ella no estuviera aquí.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD:

Conste por el presente documento que yo, Christian Leonardo Sicha Rodríguez con DN 42173155 y domicilio en Av. Benjamín Franklin 662 Ate – Vitarte. DECLARO BAJO JURAMENTO, que la tesis elaborada por el suscrito con el nombre de **“Proceso de ventas de mangueras industriales de la empresa Lima Caucho S.A año 2015”**, es auténtica.

Como constancia de la presente firmo a continuación para efectos que se estime conveniente.

Lima, Setiembre 2015

.....

CHRISTIAN SICHA RODRIGUEZ

DNI: 42173155

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

El presente trabajo de investigación titulado: PROCESO DE VENTAS DE MANGUERAS INDUSTRIALES DE LA EMPRESA LIMA CAUCHO S.A AÑO 2014, se ha elaborado con el objeto de obtener el Grado Académico de Bachiller en Marketing y Dirección de Empresas, en estricta observancia y cumplimiento del Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de Empresas.

Con este propósito se ha visto por conveniente organizar la estructura formal de la presente tesis o trabajo de investigación en orden señalado en el protocolo de la Universidad César Vallejo, consistente en lo siguiente.

En el primer paso Se presenta la introducción, en el que desarrollo los tópicos referentes a los antecedentes de estudio, fundamentación, la justificación, el problema de investigación y objetivos, luego se aborda el marco metodológico consiste de ocho tópicos seguido se los resultados y la discusión; terminando con las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía y los anexo correspondiente.

La presente tesis, se pone a consideración de los señores miembros del honorable Cuerpo de Jurados, a efecto que se sirvan evaluar para el propósito arriba aludido.

Por lo expuesto, creemos haber satisfecho las expectativas de los señores miembros del jurado, así como de las exigencias académicas, propias de la Escuela y de la Universidad.

Christian Sicha Rodríguez.

ÍNDICE	Página
CARÁTULA	i
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes	15
Fundamentación científica, técnica	22
Justificación	41
1.1. Problema de investigación	43
1.2. Objetivos	48
II. MARCO METODOLÓGICO	49
2.1. Variables	50
2.2. Operacionalización de variables	51

2.3. Metodología	52
2.4. Tipo de estudio	52
2.5. Diseño	52
2.6. Población, muestra y muestreo	53
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
2.8. Métodos de análisis de datos	56
III. RESULTADOS	57
IV. DISCUSIÓN	73
V. CONCLUSIONES	76
VI. RECOMENDACIONES	78
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
VIII. ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1 Operacionalización de la variable proceso de ventas.	51
Tabla 2 Distribución de la muestra.	53
Tabla 3 Validación de expertos.	55
Tabla 4 Niveles de Confiabilidad.	55
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad.	56
Tabla 6 Distribución de frecuencia y porcentaje del Proceso de ventas	58
Tabla 7 Distribución de frecuencia y porcentaje del Proceso de ventas Con respecto a la prospección.	59
Tabla 8 Distribución de frecuencia y porcentaje del Proceso de ventas con respecto a la presentación de ventas.	61
Tabla 9 Distribución de frecuencia y porcentaje del Proceso de venta con respecto a la postventa.	62
Tabla 10 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem 10 de proceso de ventas.	64
Tabla 11 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem doce de proceso de ventas.	65
Tabla 12 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem diecinueve de proceso de ventas.	67
Tabla 13 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem veintidós de proceso de ventas.	68
Tabla 14 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem veintiocho de proceso de ventas.	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

<i>Figura 1. Prospección: Asesores comerciales identificando clientes pesqueros</i>	28
<i>Figura 2. Presentación del producto Lima Caucho S.A</i>	34
<i>Figura 3. Post venta: Servicio de post venta Manguera Industrial Lima Caucho S.A</i>	37
<i>Figura 4. Principales productos Importados en el Perú</i>	47
<i>Figura 5. "Diseño de investigación descriptiva simple"</i>	53
<i>Figura 6. Distribución porcentual según las etapas del proceso de ventas</i>	58
<i>Figura 7. Distribución porcentual según el desarrollo de la prospección</i>	60
<i>Figura 8. Distribución porcentual según el desarrollo de la presentación de la venta</i>	61
<i>Figura 9. Distribución porcentual según el desarrollo de la postventa</i>	63
<i>Figura 10. Distribución porcentual según resultados del ítem 10 de proceso de ventas</i>	64
<i>Figura 11. Distribución porcentual según resultados del ítem 12 de proceso de ventas</i>	66
<i>Figura 12. Distribución porcentual según resultados del ítem 19 de proceso de ventas</i>	67
<i>Figura 13. Distribución porcentual según resultados del ítem 22 de proceso de ventas</i>	69
<i>Figura 14. Distribución porcentual según resultados del ítem 28 de proceso de ventas</i>	70

RESUMEN

Proceso de venta de mangueras industriales de la empresa Lima Caucho S.A Lima 2015, El título de la investigación se obtuvo dando respuesta al problema enunciado ¿Cómo se desarrolla el proceso de venta de mangueras industriales en la empresa Lima Caucho S.A Lima 2015?.

Se propuso como el objetivo general determinar cómo son los procesos de venta de mangueras Industriales en la empresa Lima Caucho S.A. Según el autor del libro Factores de éxito en las ventas, Ernesto Conde P. Evalúa al proceso de venta, tomando en cuenta las siguientes dimensiones prospección, presentación de la venta, post venta como principales características de esta variable.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación aplicada que se ubica en el nivel descriptivo. El diseño de la investigación ha sido no experimental de corte transversal. La muestra estuvo representada por un grupo de 28 trabajadores de la empresa Lima Cacho S.A, que laboran en el área de comercial. La técnica de investigación empleada ha sido la encuesta para recoger información sobre la variable Proceso de venta.

Sobre los resultados obtenidos para el objetivo general, se ha encontrado que un 100% de los encuestados consideran que el proceso de venta tiene un resultado positivo, por lo que concluye en líneas generales que el proceso de venta aplicado para la venta de mangueras industriales implementado en el año 2015 es positivo en la empresa Lima Caucho S.A.

Palabras claves: Proceso, prospección, presentación, venta, postventa.

ABSTRACT

Process of selling industrial hoses Rubber Company SA Lima Lima 2015 The title of the research was obtained in response to the problem statement how the process of sale of industrial hoses, the company develops in Lima Lima Rubber SA 2015?

It was proposed as the general objective to determine the development of the sales process Industrial hoses Company Lima Rubber SA according Conde Pérez Ernesto evaluates the sales process, taking into account the following dimensions prospecting, presentation for sale, after sales as principal characteristics of this variable.

The methodology used for the preparation of this thesis was related to the quantitative approach. It is an applied research that is at the descriptive level. The research design was not experimental cross section. The sample was represented by a group of 28 workers of the company Lima SA Rubber, who work in the area of trade. The research technique used was a survey to collect information on the variable sales process.

On the results for the overall goal, it was found that 100% of respondents believe that the sale process has a positive result, so broadly it concludes that the sales process applied to the sale of industrial hoses implemented in 2014 it is positive for the company Lima Rubber SA

Keywords: Process, prospecting, presentation, sales, aftersale.