



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

El marketing y su relación en el nivel de ventas de la Empresa Textiles  
Camones, Puente Piedra-2017

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

**AUTOR:**

HACHA VERA Jefferson

**ASESOR:**

Dr. ZAVALETA MARTÍNEZ-VARGAS Alfonso

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LIMA-PERÚ**

**2017**



## PÁGINA DEL JURADO

---

Dr. Antonio Díaz Saucedo

**Presidente**

---

Dr. Narciso Fernández Saucedo

**Secretario**

---

Dr. Alfonso Zavaleta Martínez-Vargas

**Vocal**

## DEDICATORIA

A mis padres, por todo el cariño y apoyo incondicional que siempre me han demostrado.

A todas aquellas personas que con sus opiniones, consejos y críticas colaboraron en este trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer principalmente a Dios nuestro creador, puesto que, si no me viera colmado de sabiduría en esta etapa final de mi linda carrera, no hubiera sido posible.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Hacha Vera, Jefferson con DNI N° 47442874, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de 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 realiza 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.

Lima, Diciembre del 2017

---

Hacha Vera, Jefferson

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El Marketing y su relación en el nivel de ventas de la Empresa Textiles Camones Puente Piedra - 2017”.

La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Hacha Vera, Jefferson

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
I. INTRODUCCION .....	12
1.1. Realidad Problemática .....	12
1.2. Trabajos previos.....	12
1.2.1. Internacionales.....	12
1.2.2. Nacionales. ....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	14
1.3.1. Variable 1: Marketing .....	14
1.3.2. Dimensiones del Marketing.....	16
1.3.3. Variable 2: Nivel de ventas .....	17
1.3.4. Dimensiones del nivel de ventas.....	18
1.4. Formulación del problema.....	20
1.4.1. Problema general.....	20
1.4.2. Problemas específicos.....	20
1.5. Justificación.....	20
1.6. Hipótesis de investigación.....	21
1.6.1. Hipótesis General .....	21
1.6.2. Hipótesis Específicas .....	21
1.7. Objetivos de la Investigación.....	22
1.7.1. Objetivo general.....	22
1.7.2. Objetivos específicos. ....	22
II. MÉTODO .....	23
2.1. Diseño de investigación .....	23
2.2. Tipo de investigación.....	23
2.3. Nivel de investigación.....	23
2.4. Variables y Definición de Operacional .....	24



2.4.1. Variable Independiente: Marketing .....	24
2.4.2. Variable Dependiente: Nivel de Ventas .....	24
2.5. Matriz de operacionalización de variables. ....	25
2.6. Población y Muestra.....	27
2.6.1. Población: .....	27
2.6.2. Muestra:.....	27
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	27
2.7.1. Técnica de Recolección de Datos.....	27
2.7.2. Instrumento de Recolección de Datos. ....	27
2.7.3. Validación. ....	27
2.7.4 Confiabilidad.....	27
2.8. Métodos de Análisis de Datos.....	28
2.9. Aspectos éticos .....	29
III. RESULTADOS .....	31
3.1. Análisis descriptivo.....	31
3.1.1 Variable: Marketing.....	31
3.1.2 Variable Nivel de ventas.....	32
3.1.3 Dimensión Necesidades del cliente .....	34
3.1.4 Dimensión Estrategia comercial. ....	35
3.1.5 Dimensión Venta directa.....	37
3.1.6 Dimensión Producto. ....	38
3.2. Pruebas de normalidad de las variables. ....	40
3.2.1. Pruebas de normalidad de las dimensiones. ....	41
3.3. Análisis Inferencial .....	42
3.3.1. Análisis de correlación de la Variables Marketing vs Nivel de ventas. 43	
3.3.2. Análisis de correlación de la Variable Nivel de ventas vs la Dimensión Necesidades de los clientes. ....	44
3.3.3. Análisis de correlación de la Variable Nivel de ventas vs la Dimensión Estrategia comercial. ....	45
IV. DISCUSION .....	47
V. CONCLUSIONES .....	49
VI. RECOMENDACIONES .....	50

VII. BIBLIOGRÁFIAS .....	51
ANEXOS .....	54

## RESUMEN

Se realizó un estudio que explique la relación que hay entre el marketing y el nivel de ventas y su impacto en el desempeño. El problema de investigación que guía el estudio es: ¿Qué relación existe entre el marketing y el nivel de ventas en la empresa Textiles Camones, Puente Piedra 2017?, con el objetivo de conocer si existe o no relación entre ambas variables. Se evaluó la normalidad de las variables y dimensiones con la prueba de Shapiro, y se realizó el análisis inferencial mediante la correlación de tau-b de Kendall.

Se encontró relación entre las variables Marketing y nivel de ventas ( $p < 0.000$ ,  $n=20$ ) con una correlación positiva, moderada alta. Existe relación entre la variable nivel de ventas y la dimensión necesidades los clientes ( $p < 0.004$ ,  $n=20$ ) con correlación positiva moderada. También se encontró que existe relación entre la variable nivel de ventas y la dimensión estrategia comercial ( $p > 0,000$ ,  $n=20$ ). Con correlación positiva moderada.

**Palabras claves:** Marketing, nivel de ventas, implementación, estrategias.

## ABSTRACT

A study was carried out that explains the relationship between marketing and sales level and its impact on performance. The research problem that guides the study is: What is the relationship between marketing and the level of sales in the company Textiles Camones, Puente Piedra 2017? with the aim of knowing whether or not there is a relationship between both variables. The normality of the variables and dimensions was evaluated with the Shapiro test, and the inferential analysis was performed by means of the Kendall tau-b correlation.

A relationship was found between the variables Marketing and sales level ( $p < 0.000$ ,  $n = 20$ ) with a positive, moderate high correlation. There is a relationship between the variable sales level and the customer needs dimension ( $p < 0.004$ ,  $n = 20$ ) with moderate positive correlation. It was also found that there is a relationship between the sales level variable and the commercial strategy dimension ( $p > 0.000$ ,  $n = 20$ ). With moderate positive correlation.

**Keywords:** Marketing, sales level, implementation, strategies