



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ESTRATEGIAS DE VENTAS Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA CORPORACIÓN PLOP PERÚ S.A.C, EN EL DISTRITO DE SAN MIGUEL 2016.

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

AUTORA:

SHAPIAMA DÁVILA, PAMELA JOSELIN

ASESORA:

DRA. REY CORDOVA DE VELAZQUEZ, NERIDA GLADYS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016 – II

Dr. Díaz Saucedo, Antonio.
Presidente

Mg. Rosales Domínguez, Edith
Secretario

Dra. Rey Córdova, Nerida
Vocal

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se la dedico a mis padres Monica y Jorge por brindarme su amor incondicional, a mi hermana Valeria quién es mi mayor tesoro, a mis abuelos quiénes me enseñaron a luchar y aprender a ser fuerte, a toda mi linda familia y a Dios por darme todo lo que tengo en la vida, también a mi compañero de aventuras Joe a quien amo y está en cada paso que doy en la vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de vivir, por los conocimientos y por darme la hermosa familia que tengo, a mis padres por sus esfuerzos para que pueda culminar mis estudios, a todos mis buenos amigos de la universidad por formar parte de una hermosa experiencia, por último y no menos importante a mi gran compañero de vida Joe quien recorrió este camino a mi lado y a quién siempre tendré en mi corazón.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Shapiama Davila, Pamela Joselin con DNI N° 47112955, 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 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 César Vallejo.

Lima, 02 de Diciembre del 2016

Shapiama Davila, Pamela Joselin

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategias de ventas y su relación con la Calidad de Servicio de la empresa Corporación Plop Perú S.A.C, San Miguel, 2016”, 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.

Pamela Joselin, Shapiama Dávila.

Resumen

Se realizó la investigación titulada “Las estrategias de ventas y su relación con la Calidad de servicio de la empresa Corporación Plop Perú S.A.C en el distrito de San Miguel, 2016. Se tuvo como objetivo de estudio determinar la relación entre las estrategias de ventas y la calidad de servicio de la empresa Corporación Plop Perú S.A.C.; se realizó la investigación con una población de 55 personas que es el total de colaboradores de la empresa en estudio. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 14 preguntas en la escala de Likert. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos y la Fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el SPSS V. 20. Teniendo como resultado que las estrategias de ventas y la calidad tienen relación significativa en la empresa Corporación Plop S.A.C en el distrito de San Miguel, 2016. Por lo tanto, se deduce que si se realizan buenas estrategias de ventas relacionándolo con la calidad de servicio en cada proceso de ventas satisfaciendo a sus clientes, agregando valor al servicio, conociendo, evaluando y realizando Benchmarking a la competencia se lograra un buen posicionamiento en el mercado.

Palabras claves: Estrategias de ventas, Calidad de servicio.

Abstratct

The research was conducted entitled "The sales strategies and their relationship with the quality of service of the company Corporación Plop Perú SAC in the district of San Miguel, 2016. The objective of this study was to determine the relationship between the sales strategies and the Quality of service of the company Corporación Plop Perú SAC; The research was carried out with a population of 55 people that is the total of collaborators of the company under study. The data were collected using the survey technique using the questionnaire as a tool, made up of 14 questions on the Likert scale. The validation of the instrument was made by expert judgment and the reliability of the instrument was calculated using the Cronbach Alpha coefficient. Once the data were collected, they were processed through SPSS V. 20. As a result, sales and quality strategies have a significant relationship in the company Corporación Plop SAC in the district of San Miguel, 2016. It is therefore deduced That if you make good sales strategies relating to the quality of service in each sales process satisfying your customers, adding value to the service, knowing, evaluating and benchmarking the competition will achieve a good positioning in the market.

Key words: Sales strategies, Quality of service.

INDICE

Preliminares.....	i
Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Reumen	vii
Abstract.....	viii
Indice	ix
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. REALIDAD DEL PROBLEMA.....	12
1.2 TRABAJOS PREVIOS	14
1.2.1 INTERNACIONALES	15
1.2.2 NACIONALES	15
1.3 TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA	16
1.3.1 Desarrollo De Estrategias De Ventas	16
1.3.2 Estrategias De Ventas	17
1.3.3. Principio Filosófico De La Calidad De Servicio	18
1.3.4. Calidad De Servicio	18
1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA	19
1.4.1 Problema General.....	19
1.4.2 Problema Específicos	19
1.5 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO	19
1.6 HIPOTESIS	20
1.6.1 Hipótesis General.....	20

1.6.2	Hipótesis Específica.....	20
1.7	OBJETIVOS	20
1.7.1	Objetivo General	20
1.7.2	Objetivo Especifico.....	20
II METODO		
2.1	DISEÑO DE ESTUDIO	21
2.1.1.	Tipo de Estudio	21
2.1.2.	Nivel de Estudio	21
2.1.3.	Método de la Investigación	21
2.2.	VARIABLES, OPERACIONALIZACION	22
2.2.1.	Operacionalización de las Variables	22
2.2.1.1	Variable 1: Estrategia de ventas.....	22
2.2.1.2	Variable 2: Calidad de Servicio	24
2.2.1.3	Cuadro de Operacionalización de Variables	27
2.3.	Población y muestra	28
2.3.1.	Población	28
2.3.2.	Muestra	28
2.4.	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	28
2.4.1.	Técnica	28
2.4.2.	Instrumento de recolección de datos	28
2.4.3.	Validez	28
2.4.4.	Confiabilidad	29
2.5.	MÉTODO DE ANALISIS DE DATOS.....	29
2.6.	ASPECTOS ÉTICOS	30

III RESULTADOS	31
3.1. Análisis de Resultados.....	31
3.2. Prueba de Normalidad	36
3.3. Contrastación de Hipótesis	36
IV DISCUSIÓN	41
V CONCLUSION	46
VI RECOMENDACIONES	47
VII REFERENCIAS.....	48
VIII.ANEXOS	52
8.1. Matriz de consistencia	52
8.2. Validación del Instrumento.....	53
8.3. Instrumento de Recolección de Datos	59
8.4. Análisis del Turnitin	60