



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Gestión comercial y su relación con las ventas de vehículos en  
empresas del sector automotriz, Surco y Surquillo, 2020.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración

**AUTORAS:**

Córdova Barreto, Yene Fercado (Orcid: 0000-0002-2423-5643)  
Guía Huallanca, Deisy Jessica (Orcid: 0000-0001-9812-1035)

**ASESORA:**

Mg. Rosales Domínguez, Ediht Geobana (Orcid: 0000-0002-8360-4736)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing

LIMA - PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

En primer lugar, a Dios por acompañarme en cada momento y a la personita más importante de mi vida, mi hija, por darme las fuerzas para seguir adelante cada día. A mis padres y hermanos por apoyarme siempre.

Yene Córdova Barreto

A mi hija, por ser fuente de inspiración e impulso en cada etapa que vivo. A mis padres, por ser los apoyos incondicionales en cualquier momento.

Deisy Guía Huallanca

## **Agradecimiento**

A Dios, por cuidarnos en todo momento y permitirnos seguir a pesar de los tiempos en que vivimos.

A nuestras hijas, por ser las motivaciones más grandes que tenemos.

A nuestros padres, por el apoyo incondicional que nos brindan.

A la docente, Mg. Edith Rosales por su asesoría constante en la investigación.

Finalmente, a las instituciones privadas y públicas que nos facilitaron información valiosa.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	27
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.5. Procedimientos	30
3.6. Métodos de análisis de datos	31
3.7. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	47
VI. CONCLUSIONES	51
VII. RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1: Total de vehículos (livianos y pesados) vendidos en Perú (2012-2019)	15
Tabla 2: Ventas por mes de vehículos (livianos y pesados) en Perú (2012-2020)	17
Tabla 3: Vehículos livianos y pesados (Enero a Octubre 2020)	19
Tabla 4: Matriz de operacionalización de las variables	26
Tabla 5: Agrupación por niveles e intervalos	28
Tabla 6: Validación por juicio de expertos	29
Tabla 7: Rangos de confiabilidad	29
Tabla 8: Resumen de procesamiento de datos	30
Tabla 9: Confiabilidad del instrumento	30
Tabla 10: Variable 1 Gestión comercial (Agrupada)	32
Tabla 11: Dimensión 1 Planificación estratégica (Agrupada)	33
Tabla 12: Dimensión 2 Gestión de clientes (Agrupada)	34
Tabla 13: Dimensión 3 Fuerza comercial (Agrupada)	35
Tabla 14: Variable 2 Ventas (Agrupada)	36
Tabla 15: Dimensión 1 Investigación (Agrupada)	37
Tabla 16: Dimensión 2 Producto (Agrupada)	38
Tabla 17: Dimensión 3 Precio (Agrupada)	39
Tabla 18: Prueba de normalidad	41
Tabla 19: Grado de relación según coeficiente de correlación	42
Tabla 20: Correlación entre las variables gestión comercial y ventas	43
Tabla 21: Correlación entre la dimensión planificación estratégica y la variable ventas	44
Tabla 22: Correlación entre la dimensión gestión de clientes y la variable ventas	45
Tabla 23: Correlación entre la dimensión fuerza comercial y la variable ventas	46

## Índice de figuras

Figura 1. Comparación de ventas de vehículos (livianos y pesados) por mes en Perú, años 2019-2020	18
Figura 2. Gestión comercial	32
Figura 3. Planificación estratégica	33
Figura 4. Gestión de clientes	34
Figura 5. Fuerza comercial	35
Figura 6. Ventas	36
Figura 7. Investigación	37
Figura 8. Producto	38
Figura 9. Precio	39

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión comercial y las ventas de vehículos en empresas del sector automotriz de los distritos de Surco y Surquillo en el año 2020. El método que siguió la investigación fue hipotético-deductivo, con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental, corte transversal y de nivel correlacional. La muestra fue censal y estuvo conformada por 40 representantes (gerentes comerciales o gerentes de ventas) de las empresas del sector automotriz de dichos distritos. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario de 28 preguntas y la técnica aplicada fue la encuesta. La validez del cuestionario se comprobó a través del juicio de expertos y para probar la confiabilidad se realizó una encuesta piloto a 15 representantes de la muestra, obteniéndose un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,959, el cual significó que el cuestionario fue altamente confiable. Se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman entre las variables de estudio de 0,931 (correlación positiva perfecta), con un nivel de significancia de  $0.000 < 0.05$ ; por tanto, se concluyó que existe relación significativa entre la gestión comercial y las ventas de vehículos, en empresas del sector automotriz, Surco y Surquillo, 2020.

Palabras clave: Gestión comercial, ventas, sector automotriz.

## Abstract

The overall objective of this research was to determine the relationship between commercial management and vehicle sales in automotive companies in the Surco and Surquillo districts in 2020. The method followed by the research was hypothetical-deductive, with a quantitative, applied type, non-experimental design, cross-sectional and correlational-level approach. The sample was census and consisted of 40 representatives (commercial managers or sales managers) of the automotive companies in those districts. The instrument used was a 28-question questionnaire and the technique applied was the survey. The validity of the questionnaire was verified through expert judgment and to prove reliability a pilot survey was conducted on 15 representatives of the sample, obtaining a Cronbach Alpha coefficient of 0.959, which meant that the questionnaire was highly reliable. Spearman's Rho coefficient was obtained among the study variables of 0.931 (perfect positive correlation), with a significance level of  $0.000 < 0.05$ ; therefore it was concluded that there is a significant relationship between commercial management and vehicle sales, in automotive companies, Surco and Surquillo, 2020.

Keywords: Business management, sales, automotive sector.