



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**“Plan de Marketing para el Incremento de Ventas de la empresa Bitel- Motupe
2019”**

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

AUTOR:

Fátima Lucila Juana Novoa Avalos (ORCID:0000-0003-2332-5513)

ASESOR:

Dra. Mileydi Flores Fernández (ORCID:0000-0002-6257-1795)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

CHICLAYO – PERÚ

2019

Dedicatoria

El Proyecto de investigación va dedicado a Dios y a mis padres que son el claro ejemplo de lucha, perseverancia y fortaleza que me brindan día a día para poder avanzar en este proyecto.

También, está dedicado a mis hermanos y familiares que durante todo este proceso estuvieron ahí pendientes y con palabras de aliento para avanzar y salir triunfadores.

Así mismo, le dedico a mis amistades aquellas personas que siempre me motivaron a no rendirme y hacerme recordar lo capaz que soy para lograr cada cosa que anhelo y propongo.

Agradecimiento

Ante todo, agradecer a Dios ya que nunca me abandonado y ya que sin su voluntad no estuviese llevando a cabo este proyecto tan importante en mi vida.

A mis padres por su ayuda y apoyo constante a quienes los amo demasiado.

A los docentes por inculcarnos sus enseñanzas, y fortalecer nuestros conocimientos.

A la Empresa Bitel que nos abrió sus puertas y la facilidad del acceso a la información.

Acta de sustentación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el Distrito de Chiclayo, siendo las 11:45 am horas del día 15 de Diciembre de 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de Sustentación de la Tesis Titulada: **Plan de Marketing para el incremento de ventas de la Empresa Bitel- Motupe 2019**, presentada por el (los) Bachiller(es): **Novoa Avalos, Fátima Lucila Juana**, con la finalidad de obtener el Título Profesional de Licenciado(s) en Administración, ante el Jurado evaluador conformado por los Profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mg. Cesar Eduardo Pinedo Lozano
SECRETARIO (A) : Mg. Julio Nurtón More
VOCAL : Mg. Patricia Ivonne Chávez Rivas

Concluida la sustentación y abnueitas las preguntas efectuadas por los miembros del Jurado se resuelve:

APROBAR POR UNANIMIDAD

Siendo las 12:25 am del mismo día, se dio por concluido el acto de Sustentación, procediendo a la firma de los miembros del Jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 15 de Diciembre de 2019

Mg. Cesar E. Pinedo Lozano
Presidente

Mg. Julio Nurtón More

Secretario (a)

Mg. Patricia I. Chávez Rivas

Vocal

Declaratoria de autenticidad

Yo, Fátima Lucila Juana Novoa Avalos, estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo e identificado con DNI N° 48072780, y con el trabajo de investigación titulado "Plan de Marketing para el Incremento de Ventas de la empresa Bitel- Motupe 2019".

Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es de mi autoría.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar algún trabajo de propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Chiclayo, 15 de diciembre de 2019.



Novoa Avalos Fátima Lucila Juana
48072780

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Acta de sustentación.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	22
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	22
2.2. Operacionalización.....	23
2.3. Población y muestra.....	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y Confiabilidad. 25	
2.5. Procedimientos.....	27
2.6. Métodos de análisis de información.....	27
2.7. Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS.....	29
IV. DISCUSIÓN.....	37
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES.....	39
VII. PROPUESTA.....	40
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS.....	69

RESUMEN

El presente trabajo investigación se titula "*Plan de marketing para el incremento de ventas de la empresa Bitel- Motupe*", el cual plantea como objetivo principal la determinación del impacto del plan de marketing "*Bitelitos en acción*" en el incremento de las ventas en la empresa Bitel - Motupe.

El tipo de investigación aplicada es cuasi experimental. Así mismo, se enmarca dentro de un enfoque mixto, pues se orienta a la búsqueda y corrección de los problemas que afectan la realidad de una organización, en este caso la empresa BITEL MOTUPE. Es decir, se describen hechos, se detallan, se observan y se detectan los problemas o errores como se dan en su entorno para luego ser analizados y corregidos

El estudio toma como población a todos los trabajadores de BITEL MOTUPE, un total de 40 trabajadores, ubicados en cada punto de venta de la tienda en el distrito de Motupe y como muestra a la misma cantidad de trabajadores bajo el criterio de inclusión y exclusión.

Los resultados obtenidos de los instrumentos utilizados serán mostrados en tablas y gráficos estadísticos respectivos. Para ello haremos uso del software Microsoft, Excel y Software estadístico como el SPSS. Cabe resaltar que en la recolección de datos se mantuvo los criterios éticos estipulados en el proyecto.

Palabras claves: Plan de marketing, niveles de ventas, ventas.

ABSTRACT

The present research work is titled "*Plan de marketing para el incremento de ventas de la empresa Bitel- Motupe*", which sets as main objective the determination of the impact of the marketing plan "*Bitelitos en acción*" in the increase of sales in the company Bitel - Motupe.

The type of applied research is quasi-experimental. Likewise, it is framed within a mixed approach, since it is oriented to the search and correction of the problems that affect the reality of an organization, in this case the company BITEL MOTUPE. That is, facts are described, detailed, observed and detected problems or errors as they occur in their environment and then analyzed and corrected.

The study takes as a population all the workers of BITEL MOTUPE, a total of 40 workers, located at each point of sale of the store in the Motupe district and as shown to the same number of workers under the inclusion and exclusion criteria.

The results obtained from the instruments used will be shown in respective statistical tables and graphs. For this we will use Microsoft, Excel and Statistical Software such as SPSS. It should be noted that the ethical criteria stipulated in the project were maintained in the data collection.

Keywords: Marketing plan, sales levels, sales