

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

BENEDICTO XVI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA
EMPRESA MEGA OFFICE, TRUJILLO, 2019.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

Calderón Reátegui, Denyer Merlyn

Díaz Riofrio, Cristhian Jancarlos

ASESORA:

Mg. Andrea De Fátima Cruzado Paredes

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión De Marketing Y Ventas

TRUJILLO - PERÚ

2019

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD

Mons. Dr. Hector Miguel Cabrejos Vidarte, OFM

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller y Fundador de la UCT Benedicto XVI

Dr. John Joseph Lydon Mc.Hugh. OSA

Rector y vice Gran Canciller

Dr. Ricardo Angulo Bazauri

Sub - Gerente General

Dra. Sandra Mónica Olano Bracamonte

Vicerrectora Académica y Decana de la Facultad de
Ciencias de la Salud

Ing. Marco Antonio Dávila Cabrejos

Gerente de Administración y Finanzas

Mg. José Andrés Cruzado Albarán

Secretario General

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y
Económicas

Director Encargado del Instituto de Investigación

APROBACION DE LA TESIS.

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignado. APRUEBAN la tesis desarrollada por los bachilleres Calderón Reátegui, Denyer Merlyn y Diaz Riofrio, Cristhian Jancarlos; denominada:

“ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA MEGA OFFICE, TRUJILLO, 2019”.

Mg. Andrea De Fátima Cruzado Paredes
ASESORA

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz
JURADO
Presidente

Mg. Víctor Jiménez Ubillus
JURADO
Secretario

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, Mg. Andrea De Fátima Cruzado Paredes con DNI n° 71787642 en mi calidad de asesora del trabajo de titulación sobre el tema **“Estrategias De Marketing Para Incrementar Las Ventas De La Empresa Mega Office, Trujillo, 2019”**; desarrollada por los bachilleres Denyer Merlyn Calderón Reátegui con DNI n° 76141120 y Cristhian Jancarlos Diaz Riofrio con DNI n° 71818249, egresados de la carrera de Administración, considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el reglamentos de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en lo normativo para la presentación de trabajo de titulación de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Mg. Andrea De Fátima Cruzado Paredes
ASESORA

DEDICATORIA

Denyer Merlyn Calderón Reátegui:

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, A mis hermanos, por estar siempre presente, acompañándome y por el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida. A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Cristhian Jancarlos Diaz Riofrio:

Esta tesis está dedicada a mis padres, hermanos y familiares, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, queremos darle gracias a Dios, por darnos la sabiduría y oportunidad de culminar esta etapa universitaria.

A la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y a nuestra asesora, por brindarnos a través de sus profesores todos los conocimientos a lo largo de nuestra formación académica profesional.

A la empresa MEGA OFFICE., por facilitarnos la información necesaria para lograr culminar nuestro proyecto e informe de tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Denyer Merlyn Calderón Reátegui con DNI n° 76141120 y Cristhian Jancarlos Diaz Riofrio con DNI n° 71818249, egresados de la carrera profesional de Administración perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

Declaramos Bajo Juramento que:

1. Somos autores del presente trabajo de investigación titulado **“Estrategias De Marketing Para Incrementar Las Ventas De La Empresa Mega Office, Trujillo, 2019”**. La misma que se presentó para optar por el título de licenciado en administración.
2. El presente investigación es de carácter original, no ha sido plagiado, para el cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes a consultar.
3. La investigación presentada no ha sido publicada en su anterioridad y los datos numéricos fueron recolectados en base a la aplicación de encuesta a los clientes a la Empresa Mega Office – Trujillo.
4. Así mismo el presente trabajo de investigación no afecta ni atenta contra los derechos de terceros, por tal motivo al evaluar la originalidad de la investigación por medio del programa TURNITIN se obtuvo como resultado un 21% de índice de similitud.

Por lo expuesto mediante el presente documento asumo ante la Universidad cualquier responsabilidad producto de la originalidad y veracidad del contenido.

Br. Denyer Merlyn Calderón Reátegui

DNI n° 76141120

Br. Cristhian Jancarlos Diaz Riofrio

DNI n° 71818249



Acta de Evaluación de Titulación Profesional por Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis

En la ciudad de Trujillo, a los 27 días del mes de Setiembre del 2019, siendo las 12:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar el Examen de Titulación Profesional de Licenciado(a) en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar la Carrera Profesional)

Especialidad: _____
(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

Bachiller: CALDERÓN REÁTEGUI, Denyer Merlyn
(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:

Estrategias de Marketing para incrementar las ventas de la empresa Mega Office, Trujillo, 2019

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO por UNANIMIDAD
(Aprobado o desaprobado (*)) (En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (**))
emitiéndose el calificativo final de Diecisiete 17
(Letras) (Números)

Siendo las 13:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Dr. Cerna Muñoz, Carlos Alfredo
(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

Secretario: Ms. Jiménez Ubillús, Víctor
(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

Vocal: Ms. Cruzado Paredes, Andrea
(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

[Firma]
(Firma)
[Firma]
(Firma)
[Firma]
(Firma)

(*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(**) Mayoría: Dos miembros del jurado aprueban; Unanimidad: todos los miembros del jurado aprueban; Grado de excelencia: promedio 19 a 20



Acta de Evaluación de Titulación Profesional por Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis

En la ciudad de Trujillo, a los 27 días del mes de Setiembre del 2019, siendo las 12:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar el Examen de Titulación Profesional de Licenciado(a) en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar la Carrera Profesional)

Especialidad: _____

(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

Bachiller: DÍAZ RIOFRIO, Cristhian Jaucarlo s

(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:

Estrategias de Marketing para incrementar las ventas de la Empresa Mega Office, Trujillo, 2019

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

(Aprobado o desaprobado (*))

por

UNANIMIDAD

(En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (**))

emitiéndose el calificativo final de

Diecisiete

(Letras)

17

(Números)

Siendo las 13:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Dr. Cerna Muñoz, Carlos Alfredo

(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

Secretario: Ms. Jiménez Ubilhís, Víctor

(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

Vocal: Ms. Cruzado Paredes, Andrea

(Dr. Mg. o Lic). (Apellidos y Nombres)

(Firma)
(Firma)
(Firma)

(*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(**) Mayoría: Dos miembros del jurado aprueban; Unanimidad: todos los miembros del jurado aprueban; Grado de excelencia: promedio 19 a 20

ESTRATEGICAS DEL MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA MEGA OFFICE, TRUJILLO 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE
INTERNET

2%

PUBLICACIONES

19%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

16%

★ Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo



Trujillo, de 2019

ANEXO 1:

FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A: Carlos Alfredo Cerna Muñoz

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Nombres y apellidos de cada investigador (a):

Yo ☐ Nosotros (as) ☒

Calderón Redategu, Denyer Ileryn

Díaz Rofrio, Cristhian Jan Carlos

Autor (es) de la investigación titulada:

"Estrategias de Marketing Para Incrementar Las Ventas de la Empresa Mega Office, Trujillo, 2019"

Sustentada y aprobada el 27 de Septiembre 2019 para optar el Grado Académico/ Título

Profesional de:

Administración

CEDO LOS DERECHOS a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI para publicar por plazo indefinido la versión digital de esta tesis en el repositorio institucional y otros, con los cuales la universidad firme convenio, consintiendo que cualquier tercero podrá acceder a dicha obra de manera gratuita pudiendo visualizarlas, revisarlas, imprimirlas y/o grabarlas siempre y cuando se respeten los derechos de autor y sea citada correctamente. En virtud de esta autorización, la universidad podrá reproducir mi tesis en cualquier tipo de soporte, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la tesis o trabajo de investigación es una creación de mi autoría o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultada(o)(s) a conceder la presente autorización y además declaro bajo juramento que dicha tesis no infringe los derechos de autor de terceras personas.



Datos del investigador (a)

Calderón Rodríguez, Denyer Merlyn.

DNI: 76141120

Teléfono celular 971458996

Email denyer.caldern@uct.edu.pe.

Firma

Datos del investigador (a)

Piñón Riquelme Cristhian Jancarlos.

DNI: 71818249

Teléfono celular 969974565

Email Cristhian.Piñon@UCT.edu.pe.

Firma

Datos del investigador (a)

DNI: _____

Teléfono celular _____

Email _____

Firma

ÍNDICE

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	7
ÍNDICE	13
Lista de Tablas	15
Lista de Figuras.....	18
RESUMEN.....	20
ABSTRACT	21
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	22
1.1. Realidad problemática.....	22
1.2. Formulación del problema.	24
1.3. Justificación.	25
1.4. Objetivos.	26
1.5. Hipótesis.....	27
CAPÍTULO II. MARCO TEORICO	28
2.1. Antecedentes	28
2.2. Bases teóricas	30
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	41
3.1. Tipo de investigación.	41
3.2. Diseño de investigación.....	41
3.3. Operacionalización de variables.....	42
3.4. Población y muestra	43
3.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	44
3.5.1. Técnicas	44
3.5.2. Instrumento	44
3.6. Métodos o técnicas para el análisis y procesamiento de los datos.	44
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	45
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	99
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES	101
CAPÍTULO VII. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
ANEXOS.....	105
ANEXO 1. INSTRUMENTO.....	105

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA	109
ANEXO 3. VENTAS PROMEDIO MENSUALES	110
ANEXO 4. PROPUESTA	111
ANEXO 5. TABULACIÓN DE DATOS.....	115

Lista de Tablas

Tabla 4. 1. Edad en años	45
Tabla 4. 2. Sexo	46
Tabla 4. 3 Ocupación	47
Tabla 4. 4 Nivel socioeconómico.....	49
Tabla 4. 5 Considera que la empresa MEGA OFFICE tiene una amplia variedad de productos en lo que respecta a marcas.	50
Tabla 4. 6 Considera que la empresa MEGA OFFICE proporciona continuos descuentos a sus clientes.....	51
Tabla 4. 7 Considera que la empresa MEGA OFFICE se encuentra ubicada en un lugar conocido y de fácil acceso.....	52
Tabla 4. 8 Considera que la empresa MEGA OFFICE brinda una adecuada atención al cliente.	53
Tabla 4. 9 Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece alguna ventaja respecto a otros negocios similares.	54
Tabla 4. 10 Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece productos de buena calidad y en buen estado.	55
Tabla 4. 11. Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece productos con variedad de precios.	56
Tabla 4. 12. Considera que la empresa MEGA OFFICE se encuentra ubicada en una zona accesible.	57
Tabla 4. 13. Considera que la empresa MEGA OFFICE realiza una adecuada promoción de sus productos	58
Tabla 4. 14. Considera importante que la empresa MEGA OFFICE realice promociones en fechas estratégicas.....	59
Tabla 4. 15. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE hace un adecuado manejo de sus redes sociales	60
Tabla 4. 16. Considera que la empresa MEGA OFFICE realiza inversiones para la publicidad de sus productos.....	61
Tabla 4. 17. Considera que la empresa MEGA OFFICE invierte montos de dinero altos para la publicidad de sus productos.....	62
Tabla 4. 18. Considera que la empresa MEGA OFFICE usa adecuadamente los recursos destinados a la publicidad de sus productos.	63
Tabla 4. 19. Considera que la empresa MEGA OFFICE muestra adecuadamente la publicidad que elabora	64
Tabla 4. 20. Considera usted que los productos ofrecidos en la empresa MEGA OFFICE están a medida de lo que requiere el cliente.	65
Tabla 4. 21. Considera usted que se encuentra satisfecho con la mercadería adquirida en la empresa MEGA OFFICE.	66
Tabla 4. 22. Considera que la empresa MEGA OFFICE toma en cuenta las necesidades de su mercado meta.	67
Tabla 4. 23. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE ofrece garantías al momento de realizar una compra.	68

Tabla 4. 24. Considera usted que si presenta algún inconveniente durante su compra o después de su compra, la empresa MEGA OFFICE le brindará una solución.....	69
Tabla 4. 25. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE toma en cuenta los reclamos y sugerencias de los clientes.....	70
Tabla 4. 26. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE, informa de los beneficios de un producto antes de su compra.....	71
Tabla 4. 27. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE logra resolver sus preguntas respecto a un producto.	72
Tabla 4. 28. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE cuenta con personal capacitado para informar sobre los productos.	73
Tabla 4. 29. Considera que la empresa MEGA OFFICE brinda una adecuada experiencia de compra.....	74
Tabla 4. 30. Considera que la empresa MEGA OFFICE convence con argumentos sólidos a sus clientes.....	75
Tabla 4. 31. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a la publicidad que se implementa.....	76
Tabla 4. 32. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a la calidad de atención al cliente.....	77
Tabla 4. 33. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a los beneficios de los productos.....	78
Tabla 4. 34. Considera que la empresa MEGA OFFICE, después de cada compra se preocupa por proporcionar comprobantes de pago.....	79
Tabla 4. 35. Estrategias de marketing	80
Tabla 4. 36. Posicionamiento.....	81
Tabla 4. 37. Combinación de mercadotecnia.....	82
Tabla 4. 38. Determinación de los niveles de gastos	83
Tabla 4. 39. Incremento de ventas	84
Tabla 4. 40. Necesidad	85
Tabla 4. 41. Riesgo.....	86
Tabla 4. 42. Conocimiento	87
Tabla 4. 43. Consenso y/o conformidad.....	88
Tabla 4. 44. Pruebas de normalidad	89
Tabla 4. 45. Correlaciones entre estrategias de marketing y necesidad.	89
Tabla 4. 46. Resumen del modelo entre estrategias de marketing y necesidad.....	90
Tabla 4. 47. ANOVA del modelo entre estrategias de marketing y necesidad	90
Tabla 4. 48. Coeficientes del modelo entre estrategias de marketing y necesidad.....	91
Tabla 4. 49. Correlaciones del modelo entre estrategias de marketing y riesgo	91
Tabla 4. 50. Resumen del modelo entre estrategias de marketing y riesgo	92
Tabla 4. 51. ANOVA del modelo entre estrategias de marketing y riesgo	92
Tabla 4. 52. Coeficientes del modelo entre estrategias de marketing y riesgo	93
Tabla 4. 53. Correlaciones del modelo entre estrategias de marketing y conocimiento	93
Tabla 4. 54. Resumen del modelo entre estrategias de marketing y conocimiento	94
Tabla 4. 55. ANOVA del modelo entre estrategias de marketing y conocimiento	94
Tabla 4. 56. Coeficientes del modelo entre estrategias de marketing y conocimiento	95

Tabla 4. 57. Correlaciones del modelo entre estrategias de marketing y Consenso y/o conformidad.....	95
Tabla 4. 58. Resumen del modelo entre estrategias de marketing y Consenso y/o conformidad.....	96
Tabla 4. 59. ANOVA del modelo entre estrategias de marketing y Consenso y/o conformidad.....	96
Tabla 4. 60. Coeficientes del modelo entre estrategias de marketing y Consenso y/o conformidad.....	97
Tabla 4. 61. Correlaciones de estrategias de marketing e incremento de ventas.....	97
Tabla 4. 62. Resumen del modelo de estrategias de marketing e incremento de ventas	98
Tabla 4. 63. ANOVA del modelo de estrategias de marketing e incremento de ventas	98
Tabla 4. 64. Coeficientes del modelo de estrategias de marketing e incremento de ventas	98

Lista de Figuras

Figura 4. 1. Edad en años	45
Figura 4. 2. Sexo	46
Figura 4. 3. Ocupación	48
Figura 4. 4. Nivel socioeconómico	49
Figura 4. 5. Considera que la empresa MEGA OFFICE tiene una amplia variedad de productos en lo que respecta a marcas.	50
Figura 4. 6. Considera que la empresa MEGA OFFICE proporciona continuos descuentos a sus clientes.....	51
Figura 4. 7. Considera que la empresa MEGA OFFICE se encuentra ubicada en un lugar conocido y de fácil acceso.....	52
Figura 4. 8. Considera que la empresa MEGA OFFICE brinda una adecuada atención al cliente.	53
Figura 4. 9. Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece alguna ventaja respecto a otros negocios similares.	54
Figura 4. 10. Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece productos de buena calidad y en buen estado.....	55
Figura 4. 11. Considera que la empresa MEGA OFFICE ofrece productos con variedad de precios.	56
Figura 4. 12. Considera que la empresa MEGA OFFICE se encuentra ubicada en una zona accesible.	57
Figura 4. 13. Considera que la empresa MEGA OFFICE realiza una adecuada promoción de sus productos.....	58
Figura 4. 14. Considera importante que la empresa MEGA OFFICE realice promociones en fechas estratégicas.....	59
Figura 4. 15. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE hace un adecuado manejo de sus redes sociales	60
Figura 4. 16. Considera que la empresa MEGA OFFICE realiza inversiones para la publicidad de sus productos.....	61
Figura 4. 17. Considera que la empresa MEGA OFFICE invierte montos de dinero altos para la publicidad de sus productos.	62
Figura 4. 18. Considera que la empresa MEGA OFFICE usa adecuadamente los recursos destinados a la publicidad de sus productos.	63
Figura 4. 19. Considera que la empresa MEGA OFFICE muestra adecuadamente la publicidad que elabora	64
Figura 4. 20. Considera usted que los productos ofrecidos en la empresa MEGA OFFICE están a medida de lo que requiere el cliente.	65
Figura 4. 21. Considera usted que se encuentra satisfecho con la mercadería adquirida en la empresa MEGA OFFICE.	66
Figura 4. 22. Considera que la empresa MEGA OFFICE toma en cuenta las necesidades de su mercado meta.	67
Figura 4. 23. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE ofrece garantías al momento de realizar una compra.	68

Figura 4. 24. Considera usted que si presenta algún inconveniente durante su compra o después de su compra, la empresa MEGA OFFICE le brindará una solución.....	69
Figura 4. 25. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE toma en cuenta los reclamos y sugerencias de los clientes.....	70
Figura 4. 26. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE, informa de los beneficios de un producto antes de su compra.....	71
Figura 4. 27. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE logra resolver sus preguntas respecto a un producto.	72
Figura 4. 28. Considera usted que la empresa MEGA OFFICE cuenta con personal capacitado para informar sobre los productos.	73
Figura 4. 29. Considera que la empresa MEGA OFFICE brinda una adecuada experiencia de compra.	74
Figura 4. 30. Considera que la empresa MEGA OFFICE convence con argumentos sólidos a sus clientes.	75
Figura 4. 31. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a la publicidad que se implementa.....	76
Figura 4. 32. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a la calidad de atención al cliente	77
Figura 4. 33. Considera que los clientes de la empresa MEGA OFFICE deciden su compra en base a los beneficios de los productos.....	78
Figura 4. 34. Considera que la empresa MEGA OFFICE, después de cada compra se preocupa por proporcionar comprobantes de pago.....	79
Figura 4. 35. Estrategias de marketing.....	80
Figura 4. 36. Posicionamiento	81
Figura 4. 37. Combinación de mercadotecnia	82
Figura 4. 38. Determinación de los niveles de gastos.....	83
Figura 4. 39. Incremento de ventas.....	84
Figura 4. 40. Necesidad.....	85
Figura 4. 41. Riesgo	86
Figura 4. 42. Conocimiento	87
Figura 4. 43. Consenso y/o conformidad	88

RESUMEN

El presente informe de tesis aborda el estudio de las estrategias de marketing y su influencia en el aumento de ventas.

Esta investigación tiene como objetivo determinar el nivel de influencia de las estrategias de marketing en el aumento de ventas de la empresa MEGA OFFICE en la ciudad de Trujillo, periodo 2019 y como finalidad poder determinar la relación que existe entre las estrategias de marketing y el aumento de ventas, para ellos se procedió a utilizar técnicas y herramientas que nos permitió poder recolectar la información más certera, es por ellos que se realizó encuestas a los clientes para poder entender su percepción frente a la empresa.

De los resultados obtenidos, se demostró que las estrategias de marketing influyen en un 59.1% en el aumento de ventas de la MEGA OFFICE. La investigación concluye en la propuesta de 10 estrategias de marketing con un presupuesto anual de 6110 soles para su implementación y un aumento del 50% en ventas para el año 2019.

Palabras claves: estrategias de marketing y ventas.

ABSTRACT

This thesis report addresses the study of marketing strategies and their influence on sales growth.

The objective of this research is to determine the level of influence of marketing strategies in the increase of sales of the company MEGA OFFICE in the city of Trujillo, 2019 period and as a purpose to determine the relationship between marketing strategies and the increase sales, for them we proceeded to use techniques and tools that allowed us to collect the most accurate information, it is for them that surveys were conducted to customers to understand their perception of the company.

From the results obtained, it was demonstrated that marketing strategies influence 59.1% in the sales increase of the MEGA OFFICE. The research concludes with the proposal of 10 marketing strategies with an annual budget of 6110 soles for its implementation, and an increase of 50% in sales for the year 2019.

Keywords: marketing and sales strategies.