



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE TESIS

"PLAN DE MARKETING BASADO EN LOS PRINCIPIOS DEL NUEVO
MARKETING DE KOTLER PARA INCREMENTAR VENTAS EN PROINCA SAC.
DE CHICLAYO, 2008"

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AUTORES:

BACH. BRAVO HERMOZA ROBERTO EDGAR.
BACH. PASTOR GOICOCHEA JONATAN GUSTAVO.

ASESOR

MG. Oswaldo Mendiburú Mendocilla.

PIMENTEL

JULIO 2009

RESUMEN

La tesis presentada a continuación tiene por objeto desarrollar un plan de marketing basado en los diez principios de Philip Kotler. Este trabajo se realizó teniendo como base el incremento de ventas de PROINCA SAC. La empresa PROINCA SAC., se dedica a la comercialización de sal yodada para mesa, teniendo como principal problema el bajo nivel de las ventas, para ello proponemos un plan de marketing basado en los principios de Philip Kotler, con la finalidad de mejorar la estrategia de ventas y por consiguiente elevar el rendimiento de la empresa, lo que nos inclinó a plantearnos la siguiente hipótesis: si se diseña un plan de marketing basado en los principios de Philip Kotler entonces lograremos incrementar las ventas.

La investigación es de tipo descriptiva, analítica y con propuesta, la población estuvo conformada por tres personas, el gerente, administrador y vendedor, así como también los clientes de la misma. Quedando conformada de 250 clientes. Para la recolección de datos se usó la técnica de entrevista, observación y encuesta por medio de la guía de preguntas, guía de observación y cuestionario respectivamente; y para el procesamiento y análisis de los resultados se utilizó tabulaciones y gráfico en Excel, todo eso con la imperiosa necesidad de incrementar las ventas, así como también acaparar nuevos mercados y fidelizar a nuestros clientes, y eso traerá a su paso una mejora en la rentabilidad.

ABSTRACT

The thesis then seeks to develop a marketing plan based on the ten principles of Philip Kotler. This work was based on increased sales of PROINCA SAC. PROINCA SAC., Dedicated marketing iodized table salt, and the principal problem of the low level of sales, so we propose a marketing plan based on the principles of Philip Kotler, to improve the sales strategy and therefore raise the company's performance, we are inclined to propose the next hypothesis: when designing a marketing plan based on the principles of Philip Kotler then able to increase sales.

The research is descriptive, analytical and proposal, the population consisted of three persons, the manager, administrator and vendor, as well as customers of the same. Leaving 250 clients. For data collection used the interview technique, observation and survey through the guide questions, questionnaire and observation guide respectively and for the processing and analysis of results using tabs and chart in Excel, all with the urgent need to increase sales, as well as capture new markets and customer loyalty, and that its passage will bring an improvement in profitability.