



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración;
denominada: PROGRAMA GERENCIAL DE CONSUMO BASADO EN LOS
MODELOS DE ESTRATEGIA DE MARKETING Y DE ACEPTACION DEL
PRODUCTO PARA INCREMENTAR LA VENTA DE CERVEZA EN CHICLAYO, 2010**

AUTORES:

**Bach. MIGUEL ARTURO GARCIA FACHO
Bach. FERNANDO MARTIN TELLO GONZALES**

Pimentel – Perú

2010

Resumen

El presente trabajo se enmarca dentro de investigación cuantitativa, ofrece los resultados de un estudio Propositivo de la baja venta de cerveza en la ciudad de Chiclayo. Muy pocas personas se dan cuenta de la importancia que tiene un sistema de marketing para aumentar las ventas de su Empresa, y sobre todo, aprovechando las ventajas tecnológicas que tenemos hoy en día Un Sistema de Marketing es el camino directo al éxito de TU Empresa!

El presente estudio nos permite realizar un diagnóstico situacional inicial sobre el cliente, que permitirá conocer como aumentar las ventas, el comportamiento del consumidor y el grado de satisfacción; y también sobre el producto, ya que nos permitirá saber más sobre el producto y si al cliente le agrada y así llegar a plantear a futuro un programa de marketing que permitirá mejorar los objetivos planteados y hacer que el cliente se identifique con el producto.

Abstract

This work is part of quantitative research, presents the results of a purposeful study of the low sale of beer in the city of Chiclayo. Very few people realize the importance of a marketing system to increase sales of your company, and above all, building the technological advantages we have today a marketing system is the way to success of your company!

This study allows us to make an initial situational analysis on the customer, who will know how to increase sales, consumer behavior and satisfaction, and product information, allowing us to learn more about the product and if the customer likes and reach forward plating a marketing program that will improve their objectives and make the customer identifies with the product.