



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración;

denominada:

**“PLAN DE MARKETING PARA ELEVAR LAS VENTAS EN LA TIENDA
COMERCIALIZADORA DE CALZADO TROTAMUNDO DE CHICLAYO,
2010”.**

Autores:

Bach. CORTEZ PÉREZ LUIS DAVID.

Bach. FIGUEROA ALBÁN YSABEL DEL MILAGRO.

Pimentel – Perú

2010

RESÚMEN

La presente Tesis titulada “Plan de Marketing para elevar las ventas en la Tienda Comercializadora de Calzado Trotamundo de Chiclayo, 2010”, ha tenido como problemática las bajas ventas de la mencionada empresa, por tanto los clientes se sienten insatisfechos por el servicio brindado; su objetivo es elevar las ventas de la Tienda Trotamundo, es por tal que se sustenta en el análisis de la Teoría de Kotler y sus 4 Ps de Marketing, que permitieron formular la siguiente hipótesis, si se diseña un Plan de Marketing basado en la Metodología de Philip Kotler y sus 4 ps de Marketing entonces se logra elevar las Ventas de la Tienda Comercializadora de Calzado Trotamundo, contribuyendo a obtener rentabilidad, posicionamiento en el mercado, liderazgo y mejor atención al cliente.

La propuesta de la elaboración de este plan de Marketing se define como una herramienta que tiene el propósito de garantizar la rentabilidad económica de la empresa y aumentar su volumen de ventas. La investigación es de tipo descriptiva, explicativa y con propuesta porque propone una alternativa de solución frente al problema encontrado.

Este estudio se trabajó con el total no siendo necesario seleccionar una muestra y los datos se procesan al 95% de confiabilidad y 5% de error, utilizando la técnica descriptiva.

Los instrumentos de recolección de datos y el análisis son de un estudio exhaustivo, producto del procesamiento de datos de la encuesta dirigida a los clientes. Dando como conclusión y recomendación primordial la elaboración de un plan de Marketing con la finalidad de obtener mejores resultados económicos que le favorezcan a la empresa, lo cual permitirá lograr sus objetivos planteados.

ABSTRACT

The present qualified Thesis "Marketing plan to raise the sales in the Shop Comercializadora of Footwear Trotamundo de Chiclayo, 2010", has taken as a problematics the low sales of the mentioned company, therefore the clients feel unsatisfied for the offered service; his aim is to raise the sales of the Shop Trotamundo, is for such that sustains in the analysis of the Theory of Kotler and his 4 Ps of Marketing, which allowed to formulate the following hypothesis, if there is designed a Marketing plan based on the Methodology of Philip Kotler and his 4 ps of Marketing at the time it manages to raise the Sales of the Shop Comercializadora of Footwear Trotamundo, helping to obtain profitability, positioning in the market, leadership and better attention to the client.

The offer of the production of this marketing plan is defined as a tool that has the intention of guaranteeing the economic profitability of the company and of increasing his volume of sales. The investigation is of type descriptive, explanatory and with offer because he proposes an alternative of solution opposite to the opposing problem.

One worked this study with the total not being necessary to select a sample and the information is processed to 95 % of reliability and 5 % of mistake, using the descriptive technology.

The instruments of compilation of information and the analysis they are of an exhaustive study, product of the processing of information of the survey directed the clients. Giving as conclusion and basic recommendation the production of a marketing plan with the purpose of obtaining better economic results that they him favor to the company, which will allow to achieve his raised aims.