



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**MARKETING OPERATIVO Y VENTAS EN
VILLA LOS LAURELES S.R.L-JOSE
LEONARDO ORTIZ-CHCLAYO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES

PEREZ VASQUEZ EDGAR JONATHAN

REQUEJO TABOADA JHON ALBERTO

PIMENTEL, PERÚ –2016

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la relación del marketing operativo y las ventas en la empresa Villa los Laureles S.R.L– José Leonardo Ortiz-Chiclayo.

La metodología que se utilizó para obtener los datos consistió en el método de investigación de campo que es por medio de la aplicación de 2 cuestionario el primero con 13 preguntas y el segundo cuestionario de 14 preguntas con escala tipo Likert de acuerdo, para una muestra de 22 trabajadores y 142 clientes, tanto para el marketing operativo y ventas.

El resultado de correlación $r= 0,539$; entre las variables marketing operativo y ventas en la empresa Villa los Laureles.

Se concluye que si existe relación entre las variables marketing operativo y ventas. En la empresa no aplica estrategias de marketing operativo, al calificar los trabajadores entre desacuerdo e indiferentes, y las ventas, el personal tiene conocimiento, brinda buena atención, no hay políticas de descuentos y de precios.