FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE MARCA Y LA EFICIENCIA EN LAS VENTAS EN COMERCIAL FRIONORTE E.I.R.L. CHICLAYO 2015.

Para Optar El Título Profesional De Licenciado En Administración

Autores:

Bach. HEREDIA SANCHEZ JOSÉ ROISER

Bach. RIVERA CASTILLO DARWIN HORTENCIO

Pimentel 27 de noviembre del 2015

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue Determinar la relación entre gestión de marca y la eficiencia en las ventas en Comercial Frionorte E.I.R.L de la ciudad Chiclayo, donde se realizó un estudio de tipo descriptivo y propositivo, con un diseño no experimental.

Los resultados de ésta investigación determinan que los clientes consideran que la empresa Comercial Frionorte E.I.R.L no estaría generando asociaciones fuertes que permitan despertar sentimientos positivos hacia su marca, la diversidad de marcas independientes no muestran una asociación comunicacional con la marca individual; ofrece respaldo preferencial a LG pero si logran identificar todas las marca que distribuye, sienten el respaldo que Frionorte tiene de las marcas que ofrece pero no ofrece beneficios propios, ha formado una identidad como distribuidor de LG y por último con lo que respecta a marca si brinda respaldo técnico, garantía, profesionalismo y eficiencia pero sus cotizaciones y despachos, no son en el tiempo esperado.

Por otro lado con ayuda de una entrevista al gerente se determina que la empresa no tiene objetivos de venta y carece de estrategias comerciales.

Se ha identificado que uno de los principales factores que han influido de manera negativa en las ventas es la deficiente gestión de marca y la falta de actividades para promocionar la marca.

Por lo que se ha determinado que la gestión de marca se relaciona directamente con la eficiencia en las ventas en Comercial Frionorte puesto que son factores a tomarse en consideración, de no hacerse, los resultados, se verán reflejadas en la rentabilidad.