



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**PLAN DE MARKETING PARA INCREMENTAR VENTAS DE LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - CHICLAYO 2013**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN.**

**AUTORAS:**

**DYLAM LILIANA BARTUREN DUAREZ**

**KIARA YERALDIN LLATAS FERNANDEZ**

**PIMENTEL DICIEMBRE DEL 2013.**

## **RESUMEN**

En el presente trabajo de investigación se dio conocer una propuesta que lleva por título “PLAN DE MARKETING PARA INCREMENTAR VENTAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - CHICLAYO 2013”, siendo una investigación no experimental debido a que no habrá modificación en la realidad, la misma que surgió de haber observado un problema muy notorio que es el decremento de ventas que ha teniendo con el paso del tiempo, y que por la falta de visión y adaptación a los nuevos cambios de la Globalización, que trajeron consigo el ingreso de competidores que implementaron nuevos formatos de centros comerciales dispuestos a satisfacer todas las necesidades del cliente, a los que no se prestó la debida atención haciendo que se pase de ser el principal mercado a uno más de la lista.

Por tanto la presente tesis tiene por objetivo general diseñar dicho plan, para lo cual se realizó la aplicación de instrumentos de recolección de datos como entrevista dirigida al administrador y encuestas aplicadas a 82 comerciantes de una población de 350, como también a 147 clientes, lo cual se procesó por medio de software Excel, lo que permitió saber la situación actual de este, identificando las deficiencias con respecto a infraestructura, perfil del consumidor, incomodidad de algunos comerciantes, falta de trabajo en equipo e identificación con este, entre otros aspectos a fin de plantear estrategias de marketing que contribuyan a contrarrestar esta realidad.

## **ABSTRACT**

In the present research came to know a proposal entitled "MARKETING PLAN TO INCREASE SALES OF CENTRAL MARKET TRADERS - CHICLAYO 2013", being a non-experimental research because there will be no change in the reality, the same that emerged have been a very noticeable problem is the sales decline that has been taking as the passage of time, and that the lack of vision and adaptation to new challenges of globalization, that brought about the entry competitors that implemented new shopping formats ready to meet customer needs, which are not given due consideration by a shift from being the main one market over the list.

Therefore this thesis generally aims to design such a plan, for which the application was made data collection instruments such as interview surveys addressed to the administrator and applied to 82 dealers in a population of 350, as well as 147 clients, which was processed using Excel software, allowing to know the current status of this, identifying deficiencies regarding infrastructure, consumer profile, discomfort of some traders, lack of teamwork and identification with this, among other things to raise marketing strategies designed to mitigate this reality allowing for increased profitability.