



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**RELACIÓN DEL MARKETING MIX Y VENTAS
DEL GIMNASIO KARLOS SPA**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración.

Autores:

Bach. VEGA SALAZAR MELISSA CECILIA

Bach. LORA CANANI BLANCA IRIS

Pimentel, 21 de diciembre de 2015

RESUMEN

En la presente investigación titulada relación del marketing mix y ventas del gimnasio Karlos spa; consiste en determinar la relación que existe entre el marketing mix y ventas de Gimnasio Karlos Spa. El tipo de investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional. En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente, entrevista al personal y entrevista al gerente. Además se elaboraron fichas bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación y así poder fundamentar nuestra base teórica.

En el gimnasio Karlos Spa, un promedio general de 92% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio el precio la infraestructura física y la promoción comercial de dicho negocio; solo 8% de los clientes se siente en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio.

En el gimnasio Karlos Spa, en relación a las ventas de los servicios el 96 % de los clientes se encuentran en total acuerdo con el precio; y solamente el 4% está en desacuerdo con esta variable.

Se recomienda elaborar un plan de marketing mix donde se puedan estimar estrategias de marketing por cada dimensión.

Se sugiere administrar las ventas del gimnasio con la contratación de un personal profesional.

Se recomienda cotizar y comprar nuevos equipos de musculación, ampliar la cartera de servicios e invertir en mejorar la infraestructura con nuevos salones de trabajos físicos (salas de estar, baños para clientes, bar snack).