



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración;

Denominada:

**“PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LA CALIDAD DE
SERVICIO DEL MOLINO SAN NICOLAS S.R.L., LAMBAYEQUE
2012-2013”.**

AUTORES:

Bach. LINARES HERRERA, ANAKARY JIMENA.

Bach. MEJÍA DELGADO, ANDERSON JOEL.

PIMENTEL – PERU

2013

RESUMEN

La investigación que a continuación se presenta denominada plan de marketing para mejorar la calidad del servicio en el molino san Nicolás S.R.L, Lambayeque 2012-2013. Tiene por objetivo diseñar un plan de marketing para que permita atraer y retener clientes a dicha entidad, ya que en este sector existe demasiada competencia por empresas del mismo rubro por lo cual se busca fidelidad de clientes. La razón de elaborar este trabajo de investigación es implementar un plan de marketing para mejorar el servicio prestado por esta empresa, a fin de tener clientes satisfechos, creando así una cartera de clientes, lo cual al implementar dicho plan ayudara a tener mayor atracción y retención de clientes lo cual permitirá lograr mayores utilidades y beneficios para dicha entidad. Se realizó un estudio interno en la organización. El tipo de investigación es descriptiva, para lo cual se realizó 100 encuestas las cuales fueron dirigidas 50 a clientes y 50 a trabajadores, utilizando el método de deducción y la técnica de observación procesando los datos hallados en los programas de Microsoft Excel y SPSS, obteniendo resultados en algunos puntos desfavorables para la organización se llega a la conclusión que es una entidad posicionada, pero con factores por mejorar en la calidad del servicio, además se recomienda mejorar los espacios laborales para el desarrollo de las actividades de adquisición y uso de este servicio además que el personal esté capacitado para atender dudas presentadas por los clientes.

ABSTRACT

The research below is called marketing plan to improve the quality of service at the Mill St. Nicholas sac, Lambayeque 2012-2013. It aims to design a marketing plan that can attract and retain customers to the entity, since in this area there is too much competition for companies of the same item, it seeks to retain customers. The reason for developing this research is to implement a marketing plan to improve the service provided by this company, in order to have satisfied customers, creating a portfolio of clients, which help to implement such plan to be more attraction and retention which enable customers to achieve higher profits and benefits to the entity. An internal study was conducted in the organization. The research is descriptive, for which was conducted 100 surveys which were conducted 50 to 50 customers and workers, using the method of deduction and observation technique data processing programs found in Microsoft Excel and SPSS, obtaining results in some points unfavorable to the organization concludes that the organization is positioned, but with factors to improve the quality of service also recommends improving work spaces for the development of procurement activities and use of this service that staff are well trained to care questions submitted by customers.