



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

TESIS

**Plan de Marketing Mix para el incremento de ventas
del Restaurante y Juguería Mixturas.**

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

Autora:

Bach. García Díaz María Félix

PIMENTEL – PERÚ

2015

Resumen

El objetivo general de esta tesis fue elaborar un plan de Marketing Mix para el incremento de ventas del Mixturas Snack- Restaurant en el distrito de la Victoria.

El tipo de investigación que se ha desarrollado es Descriptiva, y el diseño es No Experimental - Transversal.

Para la recopilación de datos se aplicó una entrevista en profundidad no estructurada dirigida a la administradora, un cuestionario tipo escala de likert dirigida a los comensales y un análisis documental para analizar las ventas. Además se realizó la prueba de fiabilidad de la cual se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.661, a esto se sumó la prueba análisis de experto.

Resultados: Existe un alto porcentaje de clientes insatisfechos en cuanto a la publicidad, promociones, recibimiento que brindan las Azafatas, rapidez en que se toma y sirve su pedido.

La empresa no cuenta con ningún sistema (Software informático) para llevar el control de sus ingresos, costos y control de inventarios. Los implementos de cocina son insuficientes. No se cuenta con un MOF, ni plan de capacitación y entrenamiento, ni código de ética y los salarios de las azafatas son la mitad del SMV.