



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RELACION DEL MARKETING MIX EN LAS
VENTAS DE LA EMPRESA SEGYTEC S.A.C
CHICLAYO**

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

AUTORES

BACH. BURGA HEREDIA PERCY ALEXANDER

BACH. VEGA CARRION MARLITH LUSDINA

PIMENTEL, PERÚ – 2015

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación del marketing mix y las ventas de la empresa SEGYTEC SAC Chiclayo.

Se ha realizado un estudio de tipo descriptivo, correlacional y propositivo, con un diseño no experimental y transversal, considerando como población y muestra a los clientes de la empresa estudiada y los trabajadores, a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario.

Los resultados indican que el marketing mix en la empresa SEGYTEC SAC Chiclayo, en los que se refiere al producto el 60% los clientes manifiesta que es de calidad, además se considera que se cuenta con precios competitivos, y se muestra conformidad con las actividades de promoción; sin embargo en cuanto a plaza hay disconformidad. También que en las técnicas de ventas de la empresa SEGYTEC SAC Chiclayo, se muestra una disconformidad con las herramientas de ventas On line, debido al desconocimiento del uso de las herramientas virtuales y tecnológicas como instrumento de ventas. Concluyendo que la empresa SEGYTEC S.A.C no cuenta con un plan de marketing mix. Y Sin embargo todas estas dimensiones lo realizan a través de unos procesos empíricos. En cuanto a las ventas la empresa no cuenta con un manual de procedimientos. Además se determinó deficiencias en la aplicación de técnicas de ventas, donde se aprecia un desconocimiento de las mismas. Por lo tanto se recomienda aplicar las estrategias de marketing mix y capacitar al personal en técnicas de ventas establecidas en la propuesta de investigación con la finalidad de incrementar las ventas en la empresa SEGYTEC S.A.C.