



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE EL MARKETING MIX Y
LAS VENTAS EN LA CURACAO - CHICLAYO**

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

Autor (es):

Bach: Becerra Fernández Roiber Elit

Asesor:

Mg. Otero Gonzales Carlos Alberto

Línea De Investigación:

Marketing

Pimentel, Perú

2019

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el marketing mix y las ventas en la CURACAO – Chiclayo.

La metodología se ha desarrollado de acuerdo a un estudio de tipo descriptivo correlacional, siguiendo un diseño no experimental donde se tuvo como población al promedio de clientes de la empresa de quienes se determinó una muestra de 152 personas que participaron de la aplicación de la encuesta usando como instrumento al cuestionario.

Los resultados indicaron que en cuanto a producto los clientes se encuentran satisfechos, en cuanto a los precios establecidos la mayor parte de clientes está de acuerdo, respecto a la ubicación la mayor parte se encuentra satisfecho, sin embargo pese a la ubicación céntrica del local algunos pocos no la consideran muy segura, finalmente se manifiesta que la Curacao sí ofrece promociones para incentivar las compras en la empresa. Además en el diagnóstico de las ventas en la CURACAO – Chiclayo, se determinó los factores importantes son: el conocimiento de los vendedores sobre los productos ofrecidos, los precios competitivos, las sugerencias de los vendedores, y la información de los trabajadores de la Curacao para realizar la compra, estos son elementos importantes de las ventas en la Curacao. Finalmente se concluyó que los factores del marketing mix que influyen en las ventas de la CURACAO – Chiclayo, está en lo referido al producto y al precio; donde falta variedad de marcas de productos y un poco de insatisfacción de precios para algunos clientes.

Palabras clave: Marketing, marketing mix, ventas.