



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING MIX
PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE CHIFLES
DE UNA EMPRESA QUE ELABORA Y
COMERCIALIZA PRODUCTOS ALIMENTICIOS.**

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTORES

**BR. VARGAS VILLAFUERTE SARITA DEL ROSARIO.
BR. VENTURA CAYATOPA GISSELA**

ASESOR

Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

CHICLAYO – PERÚ

2015

DEDICATORIA

Esta tesis se lo dedico a mis padres, hermanos, sobrinas y a la persona que estuvo siempre a mi lado, dándome su cariño, sus consejos y su apoyo incondicional para desarrollarme con valores en lo personal y profesional.

Sarita del Rosario Vargas Villafuerte

Esta tesis dedico a Dios, mi madre, hermanas, tíos, con mucho amor y cariño por el apoyo incondicional, fuerzas, valores que me han brindado día a día.

Gissela Ventura Cayatopa

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos logrado llegar.

A nuestro maestro metodológico Dr. Christian Abraham Dios por su apoyo incondicional, haciendo el proceso de desarrollo de la tesis de forma pedagoga.

A todas las personas maravillosas que nos apoyaron para sacar adelante esta propuesta.

Los Autores

PRESENTACIÓN

Señores del Jurado.

El presente informe de investigación corresponde a la tesis intitulada: **PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING MIX PARA INCREMENTAR LA VENTAS DE CHIFLES DE UNA EMPRESA QUE ELABORA Y COMERCIALIZA PRODUCTOS ALIMENTICIOS**, con el objetivo de obtener el grado académico de Maestro en Administración de Negocios (MBA).

El trabajo de investigación es significativo pues tiene como objetivo proponer un plan marketing mix para incrementar la venta de chifles de una empresa que elabora y comercializa productos alimenticios.

Del mismo modo, es la pretensión que al concluir el presente estudio y de acuerdo a los procedimientos estipulados en el reglamento para elaboración y sustentación de tesis de nuestra casa superior de estudios, pueda optar el grado académico de Maestro en Administración de Negocios (MBA).

Señores miembros del jurado espero su evaluación y que la misma merezca su aprobación.

Los Autores.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	iv
INDICE	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix
CAPÍTULO I:	11
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.1. Planteamiento del problema.....	12
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Justificación	20
1.4. Limitaciones.....	20
1.5. Antecedentes	21
1.6. Objetivos	24
1.6.1. General	24
1.6.2. Específicos	25
CAPÍTULO II	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	27
2.1. Plan de marketing mix.....	27
2.1.1. Concepto	27
2.1.2. Características	27
2.1.3. Modelo	27
2.1.4. Factores Influyentes.....	31
2.2. Venta de Chifles.....	32
2.2.1. Concepto	32
2.2.2. Características	32
2.2.3. Modelo	32
2.2.4. Tipos.....	33
2.2.5. Factores influyentes	34
2.3. Marco Conceptual.....	35
CAPÍTULO III:	36
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	37

3.1. Hipótesis	37
3.1.1. Hipótesis de la investigación.....	37
3.1.2. Hipótesis Nula.....	37
3.2. Variables	37
3.2.1. Definición Conceptual.....	37
3.2.2. Definición operacional.....	38
3.3. Metodología.....	40
3.3.1. Tipo de estudio	40
3.3.2. Diseño.....	40
3.4. Población y muestra.....	41
3.5. Método de Investigación	41
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:	41
3.7. Métodos de análisis de datos.....	43
CAPÍTULO IV:.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	45
4.1. Resultados.....	45
4.2. Discusión	57
CONCLUSIONES.....	62
SUGERENCIAS.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXO 01.- Propuesta del plan de marketing de mix.	67
ANEXO 02.- Ficha de evaluación por juicio de experto.....	75
ANEXO 03.- Ficha de evaluación por juicio de experto.....	79

RESUMEN

La presente investigación ha sido desarrollada por la necesidad de poder contar con un plan de marketing mix que permita tener un plan formal, mejorar la promoción e impulsión del chifles para incrementar las ventas en el transcurso del tiempo, acción que nos han llevado a preguntarnos ¿Cómo elaborar un plan de marketing mix para incrementar la venta de chifles de una empresa que elabora y comercializa productos alimenticios?, pregunta que se justifica científicamente por que se usaran teorías relacionadas con Modelo de Marketing Mix como las 4Ps de Kotler, P y medición de ventas de Domínguez & Muñoz, con el objetivo general de proponer un plan de marketing mix para incrementar las ventas y como objetivos específicos: diagnosticar el estado actual de la venta de chifles de una empresa que elabora y comercializa productos alimenticios, identificar los factores influyentes en la venta de chifles, diseñar un plan marketing mix para incrementar la venta.

En el desarrollo de la tesis se analizaron 31 series de investigación en indicadores de ventas, tales como kilogramos vendido a tipos de clientes, monto de venta por presentación. Se identificó que en los meses de cada año existe un crecimiento de las ventas por la diversificación de tipos de clientes.

Por otro lado la venta máxima de kilogramos vendidos por meses resultó entre el intervalos de 170 a 300 kilogramos corresponde a los clientes de agencias de viaje, casinos, dulcerías, supermercados y mayoristas. Además en cuanto a ventas por participación es el de 250 gr que representa el 43% en el último año. Los clientes que consumen esta presentación en chifles los casinos, las agencias de viajes, supermercados y mayoristas. En base al análisis de los datos recolectados se han identificado los siguientes factores influyentes como el de mercado y propios de la empresa. Al finalizar la investigación se diseñó una propuesta de un plan de marketing mix, donde se plantea estrategias tácticas para incrementar las ventas.

Palabras clave: marketing mix, incremento de ventas.

En el Capítulo IV se muestran los resultados y discusiones obtenidos, en base al diagnóstico realizado y la propuesta planteada.

Asimismo, se muestran las conclusiones y recomendaciones, orientadas a los objetivos específicos y los factores críticos de éxito.

Finalmente, se muestran las referencias bibliográficas, anexos los cuales presenta la documentación tal como: La propuesta de solución planteada, las fichas de evaluación de la propuesta.