



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL MARKETING MIX Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LA  
EMPRESA MCDONALD'S, MIRAFLORES LIMA 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**GONZALES BRAVO, YESSENIA MADELEINE**

**ASESORA:**

**MG. EDITH GEOBANA, ROSALES DOMÍNGUEZ,**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING**

**LIMA - PERÚ**

**AÑO 2016 – II**

## PÁGINA DEL JURADO

---

Presidente

---

Secretario

---

Vocal

### **DEDICATORIA**

*A Dios Todopoderoso, por darme la vida y la oportunidad de culminar satisfactoriamente esta carrera y de hacer realidad este anhelado sueño. A mis padres Luis y Haydee y mi hermana Rossangela; por su constante apoyo en todos los ámbitos y a mis mejores amigos Eduardo y Margarita que me apoyaron y compartieron durante estos 5 años, los mejores momentos de mi formación profesional.*

### ***AGRADECIMIENTO***

Agradezco a mis profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo, que en estos años han aportado su tiempo y dedicación en mi formación como profesional.

## **DECLARATORIA DE AUMENTICIDAD**

Yo, Yessenia Madeleine Gonzales Bravo con DNI N° 71914507, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es verás y auténtica.

Así mismo, declaró también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquiera falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, Diciembre del 2016.

---

Yessenia Madeleine Gonzales Bravo

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante usted la tesis titulada “El Marketing mix y su influencia en las ventas de la empresa McDonald’s, Miraflores Lima 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Yessenia Madeleine Gonzales Bravo

## ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
Páginas Preliminares	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract	iv
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
1.1. Realidad Problemática	10
1.2. Trabajos previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema	14
1.4. Formulación del problema	18
1.5. Justificación del estudio	19
1.6. Hipótesis	19
1.7. Objetivos	19
<b>II. METODO</b>	<b>21</b>
2.1. Diseño de investigación	21
2.2. Operacionalización de variables	21
2.3. Población y muestra	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Métodos de análisis de datos	26
2.6. Aspectos éticos	26

<b>III.</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>27</b>
	3.1 Prueba de Normalidad	27
	3.2 Contrastación de Hipótesis	29
	3.3 Gráficos por dimensiones	31
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIONES</b>	<b>35</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>39</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>40</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS</b>	<b>41</b>
	<b>ANEXOS</b>	
	• Instrumentos	
	• Matriz de Consistencia	
	• Validación de los instrumentos	

## **RESUMEN**

El presente investigación tiene como objetivo principal determinar cómo los factores del Marketing Mix influyen en la Ventas de la Empresa McDonald's, Miraflores Lima 2016. El tipo de estudio es descriptiva explicativa, ya que explicará el Marketing Mix y las Ventas de acuerdo la naturaleza del estudio, pues se usó como herramienta referencia tesis nacionales e internacionales. Se realizó una muestra de 52 clientes del distrito de Miraflores. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta; dicho instrumento de medición contó con 20 preguntas relacionadas con la Variable independiente "Marketing Mix" y la variable dependiente "Ventas, para la medición se usó la escala de Likert. Mediante el sistema estadístico SPSS 22 se pudo determinar la confiabilidad de las preguntas mediante el uso del alfa de Cronbach, y como último paso se analizaron e interpretaron individualmente los gráficos estadísticos por cada dimensión.

Palabras Claves: Marketing Mix, Ventas, producto, precio, plaza, promoción.

## **ABSTRACT**

The present research has as main objective to determine the relationship between factors influence the Marketing Mix Sales Company McDonald's, Miraflores Lima 2016. The type of study is explanatory descriptive as it will explain the Marketing and Sales Mix according the nature of the study, it was used as a reference tool thesis national and international. Was conducted with a sample of 60 customers. the data were collected by the survey technique using as an instrument the questionnaire ,As an instrument the questionnaire consists of 20 questions measuring Likert Scale, after that these results were processed, analyzed and studied by the program of statistical SPSS, as a result it was posible to measure the level of reliability of the questions using the Cronbach's alpha and finally analyzed and interpreted individually statistical graphs obtained for each question.

Keywords: Marketing Mix, sales, product, price, place, promotion.

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Edwin Arce Alvarez, Docente de Investigación de la EAP de Administración y revisor de la Tesis del estudiante:

Gonzales Bravo, Yessenia Madeleine;

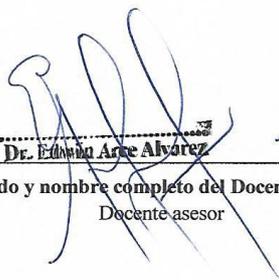
titulada:

“El Marketing Mix y su influencia en las ventas de la empresa Mc'Donald, Miraflores, Lima, 2016”

constato que el índice de similitud de 19.1% verificable en el reporte de originalidad del programa *turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 15 de Julio del 2016

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Edwin Arce Alvarez

Grado y nombre completo del Docente asesor  
Docente asesor