

“UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMAN”

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



**DISEÑO DE UN PLAN DE VENTAS PARA EL RESTAURANTE
“DON BELISARIO” EN EL DISTRITO DE INDEPENDENCIA
LIMA NORTE - 2022**

AUTOR

PAREDES ALAMO JORDYN BRAYAN

ASESOR:

MG. ALARCON CAJAS, YOHAN ROY

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE NEGOCIOS

JICAMARCA- LIMA

2023

DECLARATORIA JURADA DE ORIGINALIDAD

Nosotros

Asesor: **ALARCÓN CAJAS YOHAN ROY**, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA de la UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, asesor(a) del Trabajo de Investigación.

Estudiante(s): **PAREDES ALAMO JORDYN BRAYAN**, en mi condición de Bachiller de la Escuela Profesional de INGENIERÍA DE NEGOCIOS de la UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, identificado con DNI **70243407**, autor(es) del proyecto de tesis titulado: **DISEÑO DE UN PLAN DE VENTAS PARA EL RESTARANTE "DON BELISARIO" EN EL DISTRITO DE INDEPENDENCIA LIMA-NORTE 2022.**

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE, la propuesta de investigación es original, con un porcentaje de originalidad (Turnitin) del 5% siendo resultado del esfuerzo y trabajo coordinado entre el (los) estudiante(s) y el asesor.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, en señal de lo cual firmamos el presente documento.

Jicamarca, 18 de agosto de 2023



ALARCÓN CAJAS YOHAN ROY
APELLIDO Y NOMBRE DEL ASESOR
DNI: **45216080**
ORCID: **0000-0001-5382-3754**



PAREDES ALAMO JORDYN BRAYAN
APELLIDO Y NOMBRE DEL BACHILLER
DNI: **70243407**

Resumen

El estudio tuvo como objetivo desarrollar un Plan de Ventas del Restaurante Don Belisario, ubicado en el centro comercial Plaza Norte. Metodológicamente el estudio corresponde a una investigación propositiva que buscó analizar la situación actual de la empresa y proponer alternativas de cambio que permitan incrementar las ventas para el periodo comprendido entre los años 2023 – 2027, en el negocio de Retail Gastronómico (Pollo a la Brasa). Se llegó a concluir, que Don Belisario no brinda una buena capacitación al personal de ventas identificado por el personal de atención en salón, sin embargo, la alta oferta gastronómica que existe en el centro comercial Plaza Norte, ha logrado posicionar en la mente del consumidor su calidad y servicio. Por ende, es necesario, una estrategia del marketing mix, que busca ampliar el ancho, longitud y profundidad de los productos ofertados a fin de establecer una oferta más apropiada, maximizando las ventas del restaurante Don Belisario.

Palabras clave: *plan de negocios, propuesta, marketing.*

Summary

The objective of the study was to develop a Sales Plan for the Don Belisario Restaurant, located in the Plaza Norte shopping center. Methodologically, the study corresponds to a purposeful investigation that sought to analyze the current situation of the company and propose alternatives for change that allow increasing sales for the period between 2023 - 2027, in the Gastronomic Retail business (Grilled Chicken). . It was concluded that Don Belisario does not provide good training to the sales staff identified by the service staff in the salon, however, the high gastronomic offer that exists in the Plaza Norte shopping center has managed to position itself in the consumer's mind its quality and service. Therefore, a marketing mix strategy is necessary, which seeks to expand the width, length and depth of the products offered in order to establish a more appropriate offer, maximizing the sales of the Don Belisario restaurant.

Keywords: *business plan, proposal, marketing.*