



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“EL MARKETING MIX Y SU INFLUENCIA EN LA FIDELIZACIÓN
DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA METAL MECÁNICA
CHICLAYO S.A.C., CALLAO, 2017”**

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

AUTOR:

CARRIÓN ALEJANDRIA, CESAR JAMIR

ASESOR:

Dr. FERNÁNDEZ SAUCEDO, NARCISO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

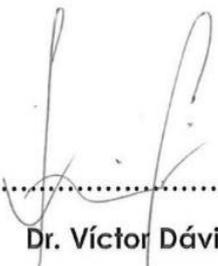
LIMA-PERÚ

2017

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Cesar Jamir Carrión Alejandria cuyo título es: "El Marketing Mix y su influencia en la fidelización de los clientes en la empresa Metal Mecánica Chiclayo S.A.C., Callao, 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Quince).

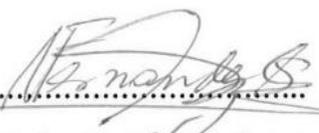
Los Olivos, 11 de diciembre del 2017



.....
Dr. Víctor Dávila Arenaza
PRESIDENTE



.....
Dr. Antonio Díaz Saucedo
SECRETARIO



.....
Dr. Narciso Fernández Saucedo
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico principalmente a mis padres y a Dios, porque fueron las personas que creyeron en mi persona, no obstante, también se lo dedico a todas aquellas personas que creyeron en mí ciegamente.

Agradecimiento

A mis familiares por apoyarme en este largo camino de mi vida.

A mi asesor Narciso Fernández Saucedo por brindarme todos los conocimientos para poder culminar con esta investigación.

A mis compañeros por el apoyo recíproco en esta vida universitaria.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **Carrión Alejandria, Cesar Jamir** con **DNI N° 72791799**, 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 Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

01 de abril del 2019



Carrión Alejandria, César Jamir

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El Marketing mix y su influencia en la Fidelización de los clientes en la empresa Metal Mecánica Chiclayo S.A.C., Callao, 2017”.

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.

Carrión Alejandria, Cesar Jamir

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	01
1.1. Realidad problemática	01
1.2. Trabajos previos	02
1.2.1. Internacionales	02
1.2.2. Nacionales	03
1.3. Teorías relacionadas al tema	04
1.4. Formulación del problema	06
1.5. Justificación del estudio	07
1.6. Objetivos	08
1.7. Hipótesis	08
II. MÉTODO	10
2.1. Diseño de investigación	11
2.2. Variables, Operacionalización	12
2.3. Población y muestra	13
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	14
2.5. Métodos de análisis de datos	14
2.6. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	42
V. CONCLUSIÓN	46
VI. RECOMENDACIONES	47
VII. REFERENCIAS	48
ANEXOS	50

Resumen

La presente investigación “El Marketing mix y su influencia en la Fidelización de los Clientes en la empresa Metal Mecánica Chiclayo, 2017” cuyo objetivo de estudio es determinar la influencia entre el Marketing mix con la Fidelización de los Clientes, se realizó con una población de 60 que es el total de colaboradores, la muestra fue de 60 colaboradores, con un margen de error de 5% y un nivel de confiabilidad del 95%. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 20 preguntas en la escala de Likert. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos y la Fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cron Bach. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el SPSS V. 23. Teniendo como resultado que existió una influencia positiva media de un **95.9%** entre el Marketing mix y la Fidelización de los Clientes en la empresa Metal Mecánica Chiclayo.

Palabras clave: Marketing mix, clientes.

Abstract

The present investigation "The Marketing Mix and its influence in the Customer Loyalty in the Metal Mecánica Chiclayo, 2017" whose objective of study is to determine the influence between the Marketing Mix and the Loyalty of the Clients, was carried out with a population of 60 which is the total of collaborators, the sample was 60 collaborators, with a margin of error of 5% and a level of reliability of 95%. The data was collected using the survey technique using the questionnaire as a tool, consisting of 20 questions on the Likert scale. The validation of the instrument was made by expert judgment and the reliability of the instrument was calculated through the Alpha coefficient of Cron Bach. Once the data were collected, they were processed through the SPSS V. 23. As a result, there was an average positive influence of 95.9% between the Marketing Mix and the Customer Loyalty in the Metal Mecánica Chiclayo Company.

Keywords: Marketing mix, customer