



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Marketing mix de servicios y proceso de decisión de compra en la pollería  
Chicken Brasa, Los Olivos, Lima, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

**AUTOR:**

Rubiños Cuestas, Alejandro Efrain (ORCID: 0000-0002-5014-5852)

**ASESOR:**

Mg. Vásquez Machuca, Segundo Norbi (ORCID: 0000-0001-9690-3009)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing Estratégico y Operativo

**LIMA – PERÚ**

2019

### Dedicatoria

La presente investigación se la dedico a Dios por haberme dado la fortaleza que necesito día a día.

También quiero dedicar esta investigación a mis padres que siempre estuvieron presente en mi formación personal y académica, siendo ellos mi motivación para seguir adelante. Así mismo agradecer a mis hermanos por siempre sacarme una sonrisa y darme ánimos para cumplir mis metas.

### Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por haberme brindado la vida y haber podido escoger esta apasionada carrera.

A mi asesor Mg. Vasquez Machuca Norbi Segundo por su paciencia al resolver mis dudas en cada asesoría para la elaboración de esta investigación.

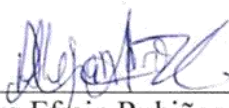
A los docentes de escuela de Marketing quienes fueron parte de mi formación académica,

## Declaratoria de autenticidad

Yo Alejandro Efraín Rubiños Cuestas con DNI 46544238 a efecto de cumplir con las disposiciones que se consideran vigentes en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que los datos e información proporcionados en el trabajo de investigación son auténticos y veraces.

Por lo tanto, asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en los documentos e información brindada, por ende, me someto a las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 25 de junio del 2019



---

Alejandro Efraín Rubiños Cuestas

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
<b>I.INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>II.MÉTODO .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Tipo y Diseño de Investigación .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Operacionalización de Variables.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Población, Muestra Y Muestreo .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Procedimientos.....</b>	<b>24</b>
<b>2.6 Métodos de Análisis de datos .....</b>	<b>24</b>
<b>2.7 Aspectos éticos .....</b>	<b>24</b>
<b>III.RESULTADOS .....</b>	<b>25</b>
<b>IV.DISCUSIÓN .....</b>	<b>30</b>
<b>V.CONCLUSIONES .....</b>	<b>32</b>
<b>VI.RECOMENDACIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>39</b>
Anexo 1 .....	39
Anexo 2....	40
Anexo 3 .....	41
Anexo 4 .....	42
Anexo 5 .....	43
Anexo 6 .....	44
Anexo 7 .....	50
Anexo 8 .....	52
Anexo 9 .....	53

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre marketing mix de servicios y proceso de decisión de compra en la pollería Chicken Brasa, Los Olivos, Lima, 2019. Esta investigación demostró la importancia que posee el marketing mix de servicios y el proceso de decisión de compra en la pollería Chicken Brasa. La población para la presente investigación fue compuesta por 750 clientes frecuentes, además la muestra utilizada para la investigación fue de 254. La investigación presentada es de tipo aplicada, no experimental, transversal, con diseño descriptivo, correlacional simple y enfoque cuantitativo. La técnica que se uso fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, los cuales fueron debidamente validados por expertos, también se obtuvo el resultado de confiabilidad mediante el software estadístico SPSS, en el cual se obtuvo una fiabilidad aceptable de Alfa de Cronbach. El resultado que se obtuvo en el nivel de significancia fue de 0,000 rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis general alterna, además el nivel de correlación mediante el Rho de Spearman de las dos variables que son el marketing mix de servicios y el proceso de decisión de compra arrojó como resultado 0,559 que es una correlación positiva, determinando la relación que existe entre las dos variables, siendo este el objetivo general de la investigación.

Palabras claves: marketing mix de servicios, proceso de decisión de compra, reconocimiento de necesidad.

## Abstract

The main objective of this research was to determine the relationship between the marketing mix of services and the purchasing decision process in Chicken Brasa poultry, Los Olivos, Lima, 2019. This research demonstrated the importance of the marketing mix of services and the process of purchase decision in Chicken Brasa poultry. The population for the present investigation was composed of 750 frequent clients, in addition the sample used for the research was 254. The presented research is of the applied type, not experimental. cross section, with descriptive design, simple correlation and quantitative approach. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire, which were duly validated by experts, the reliability result was also obtained through the statistical software SPSS, in which an acceptable reliability of Cronbach's Alpha was obtained. The result obtained at the level of significance was 0,000, rejecting the null hypothesis and accepting the alternate general hypothesis, as well as Spearman's Rho correlation level of the two variables that are the marketing mix of services and the decision process. of purchase as a result 0.559 that is a positive correlation, determining the relationship that exists between the two variables, this being the general objective of the investigation.

Keywords: marketing mix of services, purchase decision process, recognition of need

Yo, VASQUEZ MACHUCA SEGUNDO, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la Universidad César Vallejo, sede Los Olivos, revisora de la tesis titulada

“MARKETING MIX DE SERVICIOS Y PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA EN LA POLLERÍA CHICKEN BRASA, LOS OLIVOS, LIMA, 2019”, del (de la) estudiante RUBIÑOS CUESTAS ALEJANDRO EFRAIN constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) 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 César Vallejo.

Los Olivos, 05 de julio del 2019



Dr. WALTER ENRIQUE ZAVALETA CHÁVEZ  
Coordinador de la Escuela Profesional de Marketing y  
Dirección de Empresas

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------