



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL MARKETING MIX Y SU INFLUENCIA EN EL  
POSICIONAMIENTO DEL RESTAURANT VICKY DE LA CIUDAD  
DE TRUJILLO. AÑO 2015.**

---

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

**AUTORA:**

**RÍOS MORENO ALICIA LEONOR**

**ASESOR:**

**Mg. LUNA RIOJA CARLOS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ**

**2015**

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

**Mg. Luna Rioja Carlos**  
**Presidente**

---

**Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol**  
**Secretaria**

---

**Mg. Alan García Gutti**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres

Mi madre querida Rosa

Mi Madre Natividad

Mi Padre Nicolás

A mis Hermanos

Miky, Hilter, Segundo, Grace

Al Amor de Mi Vida

Giancarlo

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por el don de la vida y por todas las bendiciones día a día recibidas.

Agradezco a mi familia, quien me ha apoyado en todo momento y en cada decisión importante de mi vida.

Agradezco a la plana docente de la facultad de Ciencias Empresariales de la escuela de Administración de la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, por compartir sus conocimientos con el estudiante, los cuales nos permite egresar como buenos profesionales.

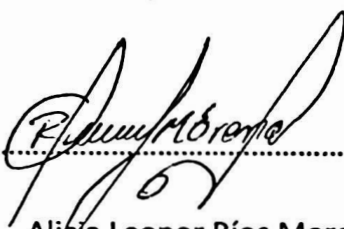
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Alicia Leonor Ríos Moreno, con DNI N° 45763499, 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 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 presenta 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.

Trujillo, Julio del 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alicia Leonor Ríos Moreno', is written over a horizontal dotted line.

Alicia Leonor Ríos Moreno

DNI. 45763499

## **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 EL POSICIONAMIENTO DEL RESTAURANT VICKY DE LA CIUDAD DE TRUJILLO. AÑO 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Administración.

La Autora

# ÍNDICE

CARATULA	i
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1. Problema	9
1.2. Objetivos	11
1.2.1. Objetivo General	11
1.2.2. Objetivos Específicos	11
<b>II. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>13</b>
2.1. Hipótesis	13
2.2. Variables	13
2.3. Metodología	15
2.4. Tipos de estudio	15
2.5. Diseño de investigación	15
2.6. Población, muestra	15
2.7. Técnica e instrumentos de recolección de datos	16
2.8. Métodos de análisis de datos	16
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>19</b>
<b>IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>40</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>43</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>45</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>47</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>49</b>

## RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con la intención de Determinar la influencia del marketing mix en el posicionamiento del restaurant Vicky de la ciudad de Trujillo. Año 2015, para tal fin la metodología que se utilizó es descriptiva no experimental de corte transversal. Con respecto a la utilización de herramientas de estudio, se utilizó el cuestionario y el método de observación, que fue aplicado a 192 personas que consumen caldos en la ciudad de Trujillo; se evaluó los factores del Marketing Mix que habían aplicado el Restaurant Vicky, se evaluó el posicionamiento en base al grado de recordación y recomendación por parte de los clientes hacia el Restaurante Vicky; la hipótesis como objeto de verificación se empleó y se describió a detalle cada uno de los factores del Marketing Mix que el mismo ha venido desarrollando sin tener un plan de Marketing definido.

Llegando a la conclusión siguiente: Se evaluó los factores de Marketing Mix del restaurante Vicky, el cual dio como resultado la percepción de los clientes con respecto a la sazón es regular con un 68%, la presentación es buena con un 71%, la calidad buena con un 40%, el precio regular con un 57% y frente a su competencia restaurante Geranios es muy barato con un 44%, así mismo existen factores que no han desarrollado como debería ser, como las promociones y publicidad; Se midió el posicionamiento del Restaurante Vicky con respecto a las personas que asisten a los restaurantes, el restaurante Geranios se encuentra mejor posicionada que los demás restaurantes con un 24%, no dejando de lado al restaurante Vicky representado en un 22%, ya que la sazón es el factor que diferencia de cada una de los restaurantes; todos los restaurantes son recordados de manera asistida.

Palabras Clave: Marketing Mix, Posicionamiento.



## **ABSTRACT**

This research was carried out with the intention to determine the influence of marketing mix in positioning the restaurant Vicky city of Trujillo. 2015, for this purpose, the methodology used is not experimental descriptive cross-sectional. With respect to the use of study tools, questionnaire and observation method, which was applied to 192 people who consume wines in the city of Trujillo we were used; Marketing Mix factors that had applied the Restaurant Vicky was evaluated, positioning based on the degree of remembrance and recommendation by customers to the restaurant Vicky was assessed; the hypothesis as an object of verification was used and described in detail each of the marketing mix factors that it has been developing without a marketing plan defined.

Reaching the following conclusion: factors Marketing Mix Restaurant Vicky, which resulted in the perception of customers regarding the time is adjusted with 68% was evaluated, the presentation is good with 71% quality good with 40%, regular price and 57% against its competitors Geranios is very cheap restaurant with 44%, also there are factors that have not developed as it should be, as promotions and advertising; positioning Restaurant Vicky was measured with respect to persons attending the restaurants, the Geranios restaurant is better positioned than other restaurants with 24%, leaving aside the restaurant Vicky represented by 22%, as the seasoning is the factor difference of each of restaurants; All restaurants are remembered assisted

Keywords: Marketing Mix, Positioning.