



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL MARKETING Y DIRECCION
DE EMPRESAS**

**El marketing mix y la fidelización de los clientes del
Restaurante Nakato Piura, 2020.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :
Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas**

AUTORES:

Arízaga Rujel, Francisco Javier (ORCID: 0000-0003-0978-1926)
Yaksetig Vargas Machuca, Carlo Pierre (ORCID: 0000-0002-6560-1822)

ASESOR:

Mg. Vilca Horna, Nelly Melissa (ORCID: 0000-0003-3247-1491)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento del Consumidor

PIURA - PERÚ

2020

Dedicatoria

ARIZAGA RUJEL FRANCISCO JAVIER

A mis padres por la confianza depositada
en mí y a mi esposa por su gran apoyo.

YAKSETIG VARGAS MACHUCA CARLO
PIERRE

A mis padres por todas sus enseñanzas y
su cariño incondicional, este logro es
compartido.

Piura, 10 de Julio del 2020

Agradecimiento

De forma especial, a todos los docentes del Programa de Formación para Adultos – UCV Piura, quienes desde su experiencia supieron guiar nuestra formación.

A nuestra asesora, quien ha sabido encaminar nuestra investigación, siendo un gran soporte para nosotros en medio de un entorno educativo distinto al convencional.

A todos ellos, gracias.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Índice de anexos	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	X
II. MARCO TEÓRICO	5
III. MÉTODO	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población, Muestra y Muestro.....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección	21
3.5. Procedimientos	21
3.6. Métodos de análisis de datos	22
3.7. Aspectos éticos.....	22
IV. RESULTADOS.....	23
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	43
ANEXOS	48

Índice de Tablas

Tabla 1 Distribución de los clientes de Nakato, Piura.	18
Tabla 2 Distribución de la muestra.....	20
Tabla 3 Alpha de Cronbach para los instrumentos de recolección de datos.	21
Tabla 4 Clientes según su percepción del marketing mix del Restaurante Nakato Piura.	24
Tabla 5 Clientes según su fidelización al servicio del Restaurante Nakato Piura.	25
Tabla 6 Análisis de normalidad de las variables Marketing Mix y Fidelización	27
Tabla 7 Análisis de correlación de la dimensión producto con la fidelización del cliente del restaurante Nakato Piura.	28
Tabla 8 Análisis de correlación de la dimensión precio con la fidelización del cliente del restaurante Nakato Piura.	29
Tabla 9 Análisis de correlación de la dimensión plaza con la fidelización del cliente del restaurante Nakato Piura.	30
Tabla 10 Análisis de correlación de la dimensión promoción con la fidelización del cliente del restaurante Nakato Piura.....	31
Tabla 11 Análisis de correlación entre el marketing mix y la fidelización del cliente del restaurante Nakato Piura.	32

Índice de Figuras

Figura 1 Distribución de los clientes de Nakato, Piura.	19
Figura 2 Distribución de la muestra.	20
Figura 3 Distribución de los clientes de Nakato según percepción del Marketing Mix.	24
Figura 4 Distribución de los clientes de Nakato según nivel de fidelización	26

Índice de Anexos

Anexo 1 Instrumento de Evaluación	49
Anexo 2 Instrumento de Evaluación	51
Anexo 3 Matriz De Consistencia.....	53
Anexo 4 Matriz De Operacionalización De Variables	55
Anexo 5 Constancia De Confiabilidad	59
Anexo 6 Constancia De Confiabilidad	60
Anexo 7 Validación de Expertos	62

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo Determinar la relación que existe entre el marketing mix y la fidelización del cliente del restaurante Nakato de Piura en el 2020, para la cual se realizó una investigación correlacional de diseño no experimental transversal, en donde la población de estudio fueron 96 clientes de ambos locales del restaurante Nakato Fusión, la muestra recogida fue de 77 clientes, siendo el margen error del 5% y un 95% de nivel de confianza para recoger los datos. Se aplicó un muestreo aleatorio. Los resultados demostraron que existe relación entre el marketing mix y la fidelización del cliente del restaurante Nakato de Piura 2020. Asimismo, se demostró que existe relación entre las dimensiones producto, precio, plaza, promoción y la fidelización del cliente del restaurante Nakato de Piura 2020.

Palabras claves: Cliente, Marketing Mix, Fidelización.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the marketing mix and customer loyalty of the Nakato restaurant in Piura in 2020, for which a correlational investigation of non-experimental cross-sectional design was carried out, where the study population was 96 clients of both premises of the Nakato Fusión restaurant, the sample collected was 77 clients, the margin of error being 5% and a 95% confidence level to collect the data. Random sampling was applied. The results showed that there is a relationship between the marketing mix and customer loyalty of the Nakato restaurant in Piura 2020. Likewise, it was shown that there is a relationship between the dimensions of the product, price, place, promotion and customer loyalty of the Nakato restaurant in Piura 2020.

Keywords: Client, Marketing Mix, Loyalty.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILCA HORNA NELLY MELISSA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "EL MARKETING MIX Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE NAKATO PIURA, 2020", del (los) autor (autores) ARIZAGA RUJEL FRANCISCO JAVIER, YAKSETIG VARGAS MACHUCA CARLO PIERRE, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Piura, 28 de julio de 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILCA HORNA NELLY MELISSA DNI: 44344337 ORCID 0000-0003-3247-1491	Firmado digitalmente por: MVILCAHR el 30 Jul 2020 19:55:16