



**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
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>X</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
<b>III. MÉTODO .....</b>	<b>16</b>
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
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>23</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>33</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>38</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>48</b>

## 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

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