



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Académico Profesional De Administracion**

TESIS

**RELACION ENTRE EL MARKETING DIRECTO
Y LA RECORDACION DE MARCA DEL
RESTAURANT “ EL ABUELO MALCA”-
CHICLAYO**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMNISTRACION**

Autores

**Bach. BOLAÑOS LARREA ANA MARIA
Bach. VALLEJOS RUIZ MARCELO ISRAEL**

Pimentel, 10 de Diciembre 2015

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación existente entre el marketing directo y la recordación de marca del restaurant “El Abuelo Malca”. Se aplicó una encuesta con escala de Likert a 120 clientes, mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. La encuesta evaluó las dimensiones referidas a mailing, telemarketing, buzoneo y tele venta (marketing directo); cima de mente, reconocimiento de marca, memoria de marca y generación de plomo (recordación de marca). Los clientes manifestaron con 39% de aprobación del marketing directo y 56% referida a la recordación de marca, con p-valor de 0,05. Los resultados de la investigación de campo demostraron que el posicionamiento actual está a nivel medio en relación a la competencia.