

**USS**



**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.