



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**RELACIÓN DE MARKETING MIX Y
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN FUENTE
DE SODA SAGITARIO E.I.R.L. –
LAMBAYEQUE, 2015**

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

Autores:

Bach. Dávila Terrones Claudia Cecilia

Bach. Ruiz Morante Cristhian

Pimentel, 27 de enero del 2015

Resumen ejecutivo

La presente investigación aborda la relación que existe entre el Marketing Mix en la Fidelización del cliente en la Fuente de Soda Sagitario E.I.R.L, bajo la hipótesis de Existe relación del Marketing Mix y la fidelización de los clientes de Fuente de Soda Sagitario E.I.R.L. – Lambayeque, 2015.

Para ellos se realizó una investigación de tipo No experimental descriptivo – Correlacional, el cual nos permite, describir relaciones entre dos variables en un momento determinado.

La población estuvo conformada por 6004 clientes que en promedio tiene la empresa al mes, se ha empleado el muestreo probabilístico para determinar el tamaño de la muestra representativa, la cual estuvo conformada por 361 clientes, quienes se les aplicó la encuesta, cuyos resultados pasaron por un análisis estadístico

Los resultados muestran una influencia favorable del Marketing Mix de la fuente de Soda Sagitario E.I.R.L en cuanto a la Fidelización del cliente, además nos permite caracterizar los elementos del Marketing Mix de la organización, diagnosticar el proceso de decisión de compra en los consumidores y determinar los factores que influyen y se relacionan con la Fidelización del cliente.