



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**RELACION ENTRE MARKETING
OPERATIVO Y LA FIDELIZACION DE
CLIENTES EN LA FÁBRICA DE DULCES
SIPAN**

**Para Optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración**

AUTORAS:

**BACH. FAYA ASCENCIO MARÍA EUGENIA
BACH. OLIVA CUCAT LUCÍA PATRICIA**

Pimentel, 07 de Diciembre del 2015

RESUMEN

En esta nueva era de la globalización, las empresas saben que la permanencia en el mercado de las mismas, depende del cliente; es por ello que muchas de ellas aplican el Marketing Operativo para lograr fidelizar a los consumidores. En esta investigación, el objetivo principal es determinar la relación entre el marketing operativo y la fidelización de clientes en la Fábrica de Dulces Sipán SAC, en donde se realizó un estudio de tipo descriptivo-correlacional con un diseño no experimental; teniendo en cuenta que su población es de 50 personas; obteniendo así una muestra de 44. Mediante una encuesta realizada se han extraído resultados como el poco reconocimiento de la marca; a pesar de ello el público se siente atraído por los productos pero no a grandes escalas.

En los resultados encontramos que el marketing operativo y la fidelización de clientes tienen una alta relación significativa.

Se concluye que el valor significativo debido a que el valor p es menor a 0,05 y el valor r es igual a 0,49.