

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL**

**EL MARKETING DIGITAL Y LA FIDELIZACIÓN DEL
CLIENTE EN UNA EMPRESA DE PLÁSTICO,
TRUJILLO – 2020**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Leonardo Gabriel Paredes Piro

Alejandra Guadalupe Magallanes Ruiz

Asesor:

Mg. Lic. Mercy Evelyn Angulo Cortejana

<https://orcid.org/0000-0003-1914-4111>

Trujillo - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	GIANNINA MARLENI CASTILLO CASTILLO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	JULIO CESAR ABAD DEL AGUILA
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	LEIDY LUCIA MENDEZ GUTIERREZ
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

EL MARKETING DIGITAL Y LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE PLÁSTICO, TRUJILLO – 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%

Excluir citas: Activo Excluir coincidencias: < 3%
Excluir bibliografía: Activo

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	46

Índice de tablas

TABLA 1: LA RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA	29
TABLA 2: NIVEL DE MARKETING DIGITAL	30
TABLA 3: NIVEL DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	31
TABLA 4: CORRELACIONES ENTRE LAS DIMENSIONES DEL MARKETING DIGITAL CON LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA	32

Índice de figuras

FIGURA 1: DIMENSIONES DE LA FIDELIZACIÓN	19
FIGURA 2: TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL	25

RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre el marketing digital y fidelización del cliente en una empresa de plástico, Trujillo - 2020, aplicando la metodología de investigación cuantitativa – correlacional de Spearman con la finalidad de conocer el grado de asociación que pueda existir entre las variables. Asimismo, de un estudio con enfoque no experimental, donde se utilizó la encuesta estructurada y adaptada para una muestra de 50 clientes directos de la empresa divididas por personas naturales y jurídicas, con el fin de obtener valores cuantitativos.

De igual manera, se realizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos para ambas variables que constó de 36 ítems y a la vez con referencia al modelo de la escala de Likert de 5 categorías, que buscó identificar el nivel de las dimensiones. También, se determinaron las definiciones de ambas variables, considerando las distintas dimensiones de la teoría de Las 4 C del Marketing digital y de la fidelización del cliente.

Concluyendo, se procedió a analizar los resultados para dar respuesta a los objetivos planteados, obteniendo que existe relación entre el marketing digital y la fidelización del cliente, con un valor de Rho de 0.827, resultado que afirma la existencia de una correlación positiva alta entre el marketing digital y fidelización del cliente en la empresa. A la vez, el nivel de marketing digital y fidelización del cliente se halla en una posición promedio.

PALABRAS CLAVES: Marketing digital, Fidelización, cliente, empresa de plástico.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

Referencias

- Ambrocio Olarte, M. A. (2020). *Relación entre marketing digital y fidelización de clientes en una empresa de trade marketing y publicidad de Lima en el año 2020* [Tesis de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18544/Ambrocio_om.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Andrade Yejas, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72.
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20645903005.pdf>
- Alet, J. (2015). *Visión cliente: crecer y ganar más con los clientes*. ResearchGate. Profit.
https://www.researchgate.net/publication/328901892_Vision_Cliente_Crecer_y_ganar_mas_CON_los_clientes
- Acosta, R. (2021). *Webescuela*. Obtenido de Webescuela:
<https://webescuela.com/fidelizacion-de-clientes/>
- Brophy Cabrera, L. I. (2018). *Relación entre marketing digital y fidelización de clientes de la empresa caxamarca gas S.A. en la ciudad de Cajamarca, 2018* [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. <https://core.ac.uk/download/pdf/188598426.pdf>
- Barrio, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo*. Obtenido de eprints.ucm.es: <https://eprints.ucm.es/42339/1/T38702.pdf#>
- CIESPAL. (2013). *Revista Latinoamericana de Comunicación. Chasqui*, 10. Obtenido de <http://200.41.82.22/bitstream/10469/13303/1/REXTN-Ch122-15-Rivera.pdf>

Del Hierro Olaya, H. M. y Hernández Romero, S. C. (2019). *Influencia del marketing digital en la fidelización de clientes y su relación con el tiempo de vida de las pymes de la zona 5* [Tesis de grado, Universidad Estatal de Milagro].

<https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4908/1/2%20influencia%20del%20marketing%20digital%20en%20la%20fidelizaci%3%93n%20de%20clientes%20y%20su%20relaci%3%93n%20con%20el%20tiempo%20de%20vida%20de%20las%20pymes%20de%20la%20zona%205.pdf>

Delgado Galisteo, A. (1 de junio de 2016). *Por qué marketing de contenidos: aportar utilidad real al consumidor*. Storming Markets.

<https://wildwindmarketing.com/blog/marketing-contenidos-aportar-utilidad-consumidor>

Erick Ávila Sacoto, J. C. (01 de 10 de 2019). *CIENCIAMATRIA*. Obtenido de revista interdisciplinaria de humanidades, educación, ciencia y tecnología.

<https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/264>

Escamilla, G. (24 de julio de 2020). *Blog de Marketing Digital de Resultados*. Obtenido de Blog de Marketing Digital de Resultados:

<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>

Fernández Ruiz, M. (2011). Elementos visuales expresivos en la interactividad del videojuego. Razón y Palabra. *Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, 1-24.

- García, M. A. (2003). *Programa de Fidelización de Clientes*. Obtenido de ufasta.edu.ar:
http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/806/2003_com_programa%20de%20fidelizacion%20de%20clientes.pdf
- Ganzábal García, X. (2015). Aplicaciones técnicas de usabilidad y accesibilidad en el entorno cliente. *España: Ediciones Paraninfo*.
- García Sanz, N. (11 de octubre de 2019). *¿Qué es una comunidad de marca y por qué es importante?* Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/comunidad-de-marca/>
- Gomez, B. G. (30 de 11 de 2018). *Los programas de fidelización de clientes en establecimientos detallistas: Un estudio de su eficacia*. Obtenido de uvadoc.uva:
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/33109/Tesis1440-181130.pdf?sequence=1>
- Gonzales Maza, G. E. (2018). “RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DIGITAL Y LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA CLÍNICA MARÍA, BELÉN S.R.L. DE CAJAMARCA, AÑO 2018”. Cajamarca. Obtenido de
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15100/Gonzales%20Maza%20Grace%20Elizabeth%20%20Torres%20Briones%20Gisela%20Estefany.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Huancapaza Peña, F. M. (2019). *Marketing Digital y Fidelización del Cliente en Minimarket Maná, Cercado de Lima, 2019* [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54989/Huancapaza_PF M-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Hernández, S. (16 de mayo de 2017). *La fidelización de clientes*. Puro Marketing.

<https://www.puromarketing.com/14/28784/fideliación-clientes>

Chávez Santivañez, L. S. (30 de 03 de 2020). *Instituto de Innovación y Formación Científica*.

. Obtenido de Influencia de las Redes Sociales en la Fidelización de Clientes - .

. Trujillo: <https://revistas.infoc.edu.pe/index.php/sendas/article/view/19>

Jiménez, H. J. (2016). *Investigación sobre la influencia de publicidad a través de medios*

digitales en el éxito y promoción de músicos y artistas independientes en Quito.

Obtenido de udl.edu.ec: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5477/1/UDLA->

[EC-TPU-2016-33.pdf](http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5477/1/UDLA-EC-TPU-2016-33.pdf)

López, G. (2005). *El Ecosistema Digital*. Obtenido de libros.metabiblioteca: <https://dspace->

[libros.metabiblioteca.com.co/bitstream/001/224/8/84-370-6302-7.pdf](https://dspace-libros.metabiblioteca.com.co/bitstream/001/224/8/84-370-6302-7.pdf)

Lopez, M. (2013). *El uso del internet en las elecciones generales en España de 2011:*

Análisis de las estrategias de marketing electoral en los medios digitales del PP y

PSOE . Obtenido de <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/5731>

Moreno Bueno, M. y Noriega Vidal, M. (2017) *Marketing digital y su incidencia en la*

Fidelización de clientes de la empresa Via Konfort de Trujillo en el año 2017 [Tesis

de grado, Universidad Privada Antenor Orrego].

<https://www.researchgate.net/profile/Jose-Salinas->

[Gamboa/publication/321607921_'Marketing_Digital_y_su_incidencia_en_la_Fideliza](https://www.researchgate.net/profile/Jose-Salinas-Gamboa/publication/321607921_'Marketing_Digital_y_su_incidencia_en_la_Fidelizacion_de_Clientes_de_la_Empresa_Via_Konfort_de_Trujillo_en_el_Ano_2017'/links/5a28d697a6fdcc8e8671c252/Marketing-Digital-y-su-incidencia-en-la-Fidelizacion-de-Clientes-de-la-Empresa-Via-Konfort-de-Trujillo-en-el-Ano-2017.pdf)

[cion_de_Clientes_de_la_Empresa_Via_Konfort_de_Trujillo_en_el_Ano_2017'/links/5](https://www.researchgate.net/profile/Jose-Salinas-Gamboa/publication/321607921_'Marketing_Digital_y_su_incidencia_en_la_Fidelizacion_de_Clientes_de_la_Empresa_Via_Konfort_de_Trujillo_en_el_Ano_2017'/links/5a28d697a6fdcc8e8671c252/Marketing-Digital-y-su-incidencia-en-la-Fidelizacion-de-Clientes-de-la-Empresa-Via-Konfort-de-Trujillo-en-el-Ano-2017.pdf)

[a28d697a6fdcc8e8671c252/Marketing-Digital-y-su-incidencia-en-la-Fidelizacion-de-](https://www.researchgate.net/profile/Jose-Salinas-Gamboa/publication/321607921_'Marketing_Digital_y_su_incidencia_en_la_Fidelizacion_de_Clientes_de_la_Empresa_Via_Konfort_de_Trujillo_en_el_Ano_2017'/links/5a28d697a6fdcc8e8671c252/Marketing-Digital-y-su-incidencia-en-la-Fidelizacion-de-Clientes-de-la-Empresa-Via-Konfort-de-Trujillo-en-el-Ano-2017.pdf)

[Clientes-de-la-Empresa-Via-Konfort-de-Trujillo-en-el-Ano-2017.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jose-Salinas-Gamboa/publication/321607921_'Marketing_Digital_y_su_incidencia_en_la_Fidelizacion_de_Clientes_de_la_Empresa_Via_Konfort_de_Trujillo_en_el_Ano_2017'/links/5a28d697a6fdcc8e8671c252/Marketing-Digital-y-su-incidencia-en-la-Fidelizacion-de-Clientes-de-la-Empresa-Via-Konfort-de-Trujillo-en-el-Ano-2017.pdf)

Monge, A. y Rodés, F. (21 de marzo de 2019). *Todo lo que debes saber sobre el contexto de marketing*. Antevenic. <https://www.antevenio.com/blog/2019/03/context-marketing/>

Montoya, T. A. (18 de 11 de 2014). *Marketing de experiencias: Herramienta para la fidelización del consumidor*. Obtenido de <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11863/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.G.%20A.%20y%20C.%20Montoya%20Tom%20C%20A%20A..pdf>

Narváez, M. (20 de diciembre de 2019). *Conexión con el cliente: Qué es, importancia y mejores prácticas*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-conexion-con-el-cliente/#:~:text=La%20conexi%C3%B3n%20con%20el%20cliente%20es%20la%20relaci%C3%B3n%20entre%20una,del%20%C3%A9xito%20de%20una%20empresa>

Pastor, Á. (2019). *Por qué es tan importante que tu marca tenga visibilidad online*. Tu guía digital. <https://www.ttandem.com/blog/seo-por-que-es-tan-importante-que-tu-marca-tenga-visibilidad-online/>

Pecanha, V. (25 de Febrero de 2019). *rockcontec*. Obtenido de [rockcontec: https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/](https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/)

Robles Garrote, P. y Rojas, M. D. C. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística* 3(18). https://www.nebrija.com/revistalinguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c3_7.pdf

Rocio Vega, A. (2019). *Resultados del ranking de competitividad mundial*. Universidad Católica del Perú.

Rosales, C. (24 de enero de 2019). *El Blog de Carlos*. Obtenido de El Blog de Carlos,:

www.elblogdecarlos.com

REMark. (04 de 10 de 2013). *Revista brasilera de marketing*. Obtenido de REMark:

<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747654006.pdf>

Rodriguez, M. S. (2019). *Comportamiento del consumidor y fidelización en Nherya Textile*

S.A.C. Obtenido de ucv.edu.pe:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45987/Olea_RMS-SD.pdf?sequence=1

Rosas, K. M. (2017). *Relación del marketing digital y la fidelización de clientes de la empresa Inversiones Tazca S.R.L. en la ciudad de Cajamarca en el año 2017*.

Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21080>

RIOS PEÑA, A. G. (2018). *PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DEL MARKETING RELACIONAL PARA UNA PEQUEÑA ESTUDIO INTEMA SAC*.

Lima. Obtenido de

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13246/RIOS_RODRIGUEZ_PROPUESTA_DE ESTRATEGIA_DE FIDELIZACION_A TRAVES_DEL_MARKETING_RELACIONAL_PARA_UNA_PEQUEÑA_EMPRESA_DEL_SECTOR_METALMECANICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Selman, H. (2017). *Marketing digital*. Ebook.

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=definicion+marketing+digital&ots=KIpFNw20t_&sig=fpm_ZZPSehbtzkAEG5WdfWxspqQ#v=onepage&q&f=false

Torres, I. A. (2019). *Las 4 Cs son las llaves al éxito de tu negocio: contenido, contexto, conexión y comunidad*. Grandes Pymes.

<https://www.grandespymes.com.ar/2013/05/04/las-4-cs-del-marketing/#:~:text=Las%204%20Cs%20son%20las,%2C%20contexto%2C%20conexi%C3%B3n%20y%20comunidad.&text=La%20nueva%20moneda%20en%20marketing,ellos%20con%20intenci%C3%B3n%20de%20vender>

Urango de la Rosa, Y. (2019). Marketing digital como recurso táctico para las microempresas. *Ad-Gnosis*, 8(8). <https://doi.org/10.21803/adgnosis.v8i8.372>

Velez Ortiz, E. M. (2015). *El marketing digital y la fidelización de clientes de la empresa MasCorona de la ciudad de Ambato* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18319/1/417%20MKT.pdf>

Vidal, J. (2021). *ESERP Business School*. Obtenido de ESERP Business School:

<https://es.eserp.com/articulos/fidelizacion-clientes/>