



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS**

Marketing digital y fidelización de clientes en la empresa Publicidad
Calín E.I.R.L en Jaén, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas**

AUTORES:

Rufasto Villacorta, Blanca Estela (orcid.org/0000-0003-1750-0653)

Vasquez Cortegana, Luis Wilfredo (orcid.org/0000-0002-5997-2440)

ASESORES:

Mg. Valderrama Puscan, Marlon Walter (orcid.org/0000-0002-7026-7013)

Mg. Mendoza Castillo, Alvaro Larry Luis Felipe (orcid.org/0000-0002-2877-2622)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Digital

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Para mis dos más grandes fuentes de inspiración, Wilfredo Vásquez y Elda Cortegana, quienes siempre creyeron y confiaron en mí, para mi novia Jenifer Martell quien es mi fortaleza y mi empuje, para mis hermanos Enrique y Johana, mis abuelos hoy en el cielo y para todos quienes me dieron más fuerza y motivos para luchar y salir adelante.

Luis Wilfredo Vásquez Cortegana

Lo dedico principalmente a Dios por permitirme tener fuerza cada día para continuar en este proceso educativo. A mis padres y hermanos por brindarme el soporte en esta etapa de mi vida.

Blanca Estela, Rufasto Villacorta

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por permitirnos haber llegado hasta esta etapa profesional, con experiencias que las llevaremos de por vida, agradecer infinitamente sus muestras de apoyo, comprensión y motivación para nuestros docentes de carrera, nuestros asesores quienes se encargaron de guiarnos en este último tramo universitario, para todos mis compañeros, personas que conocimos en este largo camino, del cual creemos haber culminado de manera satisfactoria.

Finalmente agradezco a quienes leen este apartado, este proyecto que iniciamos con mucho esfuerzo y esmero aproximadamente hace un año atrás, y en el cual puedan confiar futuras investigaciones con el mejor deseo y los mejores éxitos.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.1.1. Tipo de Investigación:	12
3.1.2. Diseño de Investigación:	12
3.2. Variables y Operacionalización	13
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis. 14	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS.....	34

Índice de Tablas

Tabla 1: Resultados - Nivel del marketing digital y de sus dimensiones en la empresa Publicidad Calín E.I.R.L en Jaén, 2022	17
Tabla 2: Resultados - Nivel de fidelización de los clientes y de sus dimensiones en la empresa Publicidad Calín E.I.R.L en Jaén, 2022	18
Tabla 3: Prueba de normalidad	19
Tabla 4: Resultados - Relación entre el marketing digital y las dimensiones del nivel de fidelización de los clientes en la empresa Publicidad Calín E.I.R.L en Jaén, 2022.....	20
Tabla 5: Resultados - Relación entre el marketing digital y fidelización de los clientes en la empresa Publicidad Calín E.I.R.L en Jaén, 2022	21

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad analizar la relación que existe entre el Marketing digital y la fidelización de clientes en la empresa Publicidad Calín E. I.R.L en Jaén, 2022

Este estudio fue de tipo no experimental, transversal y correlacional, el cual se trabajó con una muestra de 207 clientes con los que cuenta la empresa Publicidad Calín E. I.R.L, donde se aplicó dos encuestas para medir el nivel de ambas variables y se utilizó la técnica de estadística descriptiva simple para analizar las variables en estudio.

Los resultados permitieron concluir que existe una relación significativa entre ambas variables y se determina que el nivel de marketing digital que perciben los clientes de la empresa tiene un porcentaje regular con 70.1%, por lo que se está notando que la aceptación esta baja en las dimensiones de funcionalidad y fidelización. Así mismo el nivel de fidelización de clientes también se encuentra en un nivel regular con un 70%, lo que nos demuestra que la empresa no está dando un buen seguimiento a sus clientes continuos

Palabras clave: Marketing digital, fidelización de clientes, empresa publicitaria.

ABSTRACT

The purpose of this research work was to analyze the relationship between digital Marketing and customer loyalty in the company Publicidad Calín E. I.R.L in Jaén, 2022

This study was of a non-experimental, cross-sectional and correlational type, which worked with a sample of 207 clients that the company Publicidad Calín E.I.R.L has, where two surveys were applied to measure the level of both variables and the technique of simple descriptive statistics to analyze the variables under study.

The results allowed us to conclude that there is a significant relationship between both variables and it is determined that the level of digital marketing perceived by the company's customers has a regular percentage with 70.1%, so it is noticing that the acceptance is low in the dimensions functionality and loyalty. Likewise, the level of customer loyalty is also at a regular level with 70%, which shows us that the company is not giving a good follow-up to its continuous customers.

Keywords: Digital marketing, customer loyalty, advertising company.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VALDERRAMA PUSCAN MARLON WALTER, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Marketing digital y fidelización de clientes en la empresa Publicidad Calín E.I.R.L en Jaén, 2022", cuyos autores son VASQUEZ CORTEGANA LUIS WILFREDO, RUFASTO VILLACORTA BLANCA ESTELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 19 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VALDERRAMA PUSCAN MARLON WALTER DNI: 80349218 ORCID: 0000-0002-7026-7013	Firmado electrónicamente por: MVALDERRAMAP el 19-07-2023 12:25:10

Código documento Trilce: TRI - 0601066