



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Marketing digital y captación de clientes en la unidad de negocio
cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.– San Martín, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Fernandez Lozano, Marilin Yanira (orcid.org/0000-0003-3546-3999)
Rodriguez Dominguez, Jose Benjamin (orcid.org/0000-0002-3668-9589)

ASESORES:

Dra. Mosqueira Rodriguez, Guisella Balbina (orcid.org/0000-0001-6170-5838)
Dr. Sevilla Angelaths, Manuel Amadeo (orcid.org/0000-0001-6428-002X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mi Dios por mostrarme la luz en el camino, por darme la fortaleza para desafiar los obstáculos, por ser mi consuelo en los días difíciles y por bendecirme con más de lo que merezco.

A mi amado esposo Kevin por confiar en mí y en lo que quiero, por su comprensión, por darme impulso y ser mi apoyo en todo momento. A mi adorado padre Erik por su dedicación, sacrificio y enseñanzas, a mi valiente madre Zara por su protección y soporte a mis adorados hermanos Giancarlo y Cristina por ser mi compañía y alegría.

Fernández Lozano Marilin Y.

A Dios en primer lugar por permitirme alcanzar una de mis metas soñadas y por continuar con vida presenciándolo.

A mis padres, Jessica y Mario; a mis abuelitos, Rosa y German, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios que hicieron para que hoy pueda culminar este proyecto. Su ejemplo de perseverancia y dedicación ha sido mi mayor inspiración. Así mismo, y no menos importante, a mis hermanos, Anahi y Baruch, que fueron sustento de motivación para no rendirme en esta etapa universitaria.

Rodriguez Dominguez José B.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a la Dra. Guisella Balbina Mosqueira Rodriguez, por su guía y apoyo constante que han sido esencial para la elaboración y éxito de este trabajo. Asimismo, al Ing. MBA Daniel Zamudio V. y la Ing. MBA Anahi V. Rodriguez Dominguez, por brindarnos las facilidades y la información necesaria de la organización.

A nuestras amistades por sus palabras de aliento, intercambio de ideas y momentos compartidos durante esta travesía académica.

A nuestra alma máter, la Universidad César Vallejo por brindarnos los medios necesarios y el ambiente propicio para llevar a cabo esta investigación.

A todos aquellos que de alguna manera contribuyeron en esta investigación, directa o indirectamente. Cada experiencia, conversación y desafío enfrentado ha sido una lección valiosa.

Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de todos ustedes. Gracias por ser parte de este viaje académico y por compartir este momento de triunfo con nosotros

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN:	1
II. MARCO TEÓRICO:	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación:	12
3.2. Variables y operacionalización:	13
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN.....	23
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Nivel de aplicación de marketing digital en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.-San Martín, 2023</i>	17
Tabla 2 <i>Nivel de la captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.-San Martín, 2023</i>	18
Tabla 3 <i>Relación entre las redes sociales como dimensión del marketing digital y la captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.-San Martín, 2023</i>	19
Tabla 4 <i>Relación entre la fidelización como dimensión del marketing digital y la captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.- San Martín, 2023</i>	20
Tabla 5 <i>Relación del marketing digital y la captación de clientes en la unidad de negocio cinco en la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.-San Martín, 2023</i>	21

RESUMEN

La investigación titulada "Marketing digital y captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.- San Martín, 2023", tuvo como principal objetivo analizar la relación del marketing digital y la captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.- San Martín, 2023. La investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, el diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. La muestra fue de 122 clientes de la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C., a los cuales se les aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento dos cuestionarios de 20 ítems en la primera variable y 15 ítems en la segunda. Por consiguiente, según a los resultados hallados del objetivo general se pudo contemplar el coeficiente de Rho Spearman igual a 0,742 y un nivel de significancia de 0,00 (p -valor $< 0,01$). De este modo se concluye que existe una correlación positiva alta entre las dos variables, por lo cual se acepta la hipótesis de investigación, indicando que a mayor aplicación e inversión de marketing digital mayor será la captación de clientes.

Palabras clave: marketing, marketing digital, captación de clientes.

ABSTRACT

The research titled "Digital marketing and customer acquisition in business unit five of the company ZBIOINNOVACION S.A.C. - San Martín, 2023", had as its main objective to analyze the relationship between digital marketing and customer acquisition in business unit five of the company ZBIOINNOVACION S.A.C.-San Martín, 2023. The research was applied, with a quantitative approach, non-experimental, cross-sectional and correlational design. The sample was 122 clients from business unit five of the company ZBIOINNOVACION S.A.C., to whom the survey technique was applied and as an instrument two questionnaires with 20 items in the first variable and 15 items in the second. Therefore, according to the results found for the general objective, the Rho Spearman coefficient could be considered equal to 0.742 and a significance level of 0.00 ($p\text{-value} < 0.01$). In this way, it is concluded that there is a high positive profitability between the two variables, which is why the research hypothesis is accepted, indicating that the greater the application and investment in digital marketing, the greater the customer acquisition.

Keywords: marketing, digital marketing, customer acquisition.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, MOSQUEIRA RODRIGUEZ GUISELLA BALBINA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Marketing digital y captación de clientes en la unidad de negocio cinco de la empresa ZBIOINNOVACION S.A.C.- San Martín, 2023", cuyos autores son FERNANDEZ LOZANO MARILIN YANIRA, RODRIGUEZ DOMINGUEZ JOSE BENJAMIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos 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, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 11 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MOSQUEIRA RODRIGUEZ GUISELLA BALBINA DNI: 18095897 ORCID: 0000-0001-6170-5838	Firmado electrónicamente por: GBMOSQUEIRA el 11-12-2023 09:37:28
SEVILLA ANGELATHS MANUEL AMADEO DNI: 40557024 ORCID: 0000-0001-6428-002X	Firmado electrónicamente por: SEVILLAM el 18-12-2023 08:57:04

Código documento Trilce: TRI - 0691892