



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Marketing digital y fidelización de clientes en una empresa retail mayorista del distrito de  
Santiago de Surco-2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Flores Alejos, Mario Jesús (ORCID: 0000-0002-8968-1169)

**ASESOR:**

Mg. Maurtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (ORCID: 0000-0002-0812-3473)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LIMA - PERÚ**

**2019**


## **DEDICATORIA**

Dedico esta Tesis a mi familia por todo el apoyo incondicional, a mis hijos Santiago y Fernando ellos son el motivo de mi perseverancia. A mi madre por el cariño y los valores inculcados en mi persona. A mi esposa por la comprensión y el soporte brindado. Sin ellos mi camino para cumplir mis metas serían muy difícil de sobrellevar.

## **AGRADECIMIENTO**

A los docentes de la universidad César Vallejo por sus enseñanzas y ayudarme a desarrollar mis habilidades como profesional. A mis compañeros por todo el apoyo brindado durante el desarrollo de la carrera.

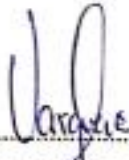
## Página del Jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código	FD7-PP-PP-02.02
		Versión	10
		Fecha	10.04.2019
		Página	1 de 1

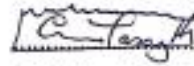
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña) MARIE LUISA SUAREZ ALONSO cuyo título es: "ANÁLISIS DE RIESGO Y EVALUACIÓN DE RIESGOS DE UNA EMPRESA LOCAL COMPARTIDA DEL DISTRITO DE SANITARIO DE SUCCA - PUNO"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) QUINCE (letras).

Los Olivos, 16 de julio de 2019



Dr. Juan Manuel Vasquez Espinoza  
PRESIDENTE



Mgr. Hector Chico Tasayco  
SECRETARIO



Mgr. Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo MARIO JESÚS FLORES ALEJOS. Con DNI N° 41415480, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, escuela profesional de administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. 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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 17 de junio del 2019



---

**MARIO JESÚS FLORES ALEJOS**

**DNI:41415480**

## Índice

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PÁGINA DEL JURADO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I INTRODUCCIÓN	9
II. MÉTODO	20
2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES	20
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA, SELECCIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS.	21
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	22
2.5 PROCEDIMIENTO	24
2.6 MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	25
2.7 ASPECTOS ÉTICOS	25
III RESULTADOS	26
IV DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	44

## Resumen

“Marketing Digital y Fidelización de Clientes en una empresa retail mayorista del distrito de Santiago de Surco-2018”, tuvo como objetivo general identificar la relación entre Marketing digital y Fidelización de clientes. Marketing digital cuyos autores Davey Chaffey y Fiona Chadwick, mencionan los canales para difundir los contenidos digitales, marketing de contenido, redes sociales, motores de búsqueda y correo electrónico en el desarrollo de su libro. Juan Carlos Alcaide para Fidelización de clientes, en el desarrollo de su libro menciona las técnicas de comunicación, experiencia del cliente y estrategia relacional.

El tipo de estudio es básico, descriptivo -correlacional, el diseño utilizado en la investigación fue no experimental de corte transversal, la población fue probabilística aleatoria y estuvo conformada por 191 clientes de la empresa retail mayorista. La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. La validación del instrumento fue sometido a juicio de 3 expertos de la Universidad César Vallejo.

En la conclusión se identificó que existe relación significativa entre Marketing Digital y Fidelización de Clientes en una empresa retail mayorista del distrito de Santiago de Surco-2018. Dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.862 y el nivel de significancia es 0.000 menor que  $\alpha = 0.05$ . según los objetivos planteados en la investigación, así mismo se podrán usar los procedimientos y resultados del presente trabajo para su posterior estudio relacionado con las variables.

**Palabras clave:** Marketing Digital, Fidelización de clientes, Retail.

## **Abstract**

"Digital Marketing and Customer Loyalty in a wholesale retail company in the Santiago de Surco district-2018", had the general objective of identifying the relationship between Digital Marketing and Customer Loyalty. Digital marketing whose authors Davey Chaffey and Fiona Chadwick, mention the channels to disseminate digital content, content marketing, social networks, search engines and email in the development of their book. Juan Carlos Alcaide for Customer Loyalty, in the development of his book mentions communication techniques, customer experience and relationship strategy

The type of study is basic, descriptive-correlational, the design used in the research was non-experimental, cross-sectional, the population was random probabilistic and consisted of 191 clients of the wholesale retail company. The technique used in the research was the survey and the instrument the questionnaire. The validation of the instrument was submitted to the judgment of 3 experts from the Cesar Vallejo University.

In the conclusion, it was identified that there is a significant relationship between Digital Marketing and Customer Loyalty in a wholesale retail company in the district of Santiago de Surco-2018. Since the Spearman correlation coefficient was 0.862 and the significance level is 0.000 less than  $\alpha = 0.05$ . According to the objectives set out in the research, the procedures and results of this work can also be used for subsequent study related to the variables.

**Keywords:** Digital Marketing, Customer Loyalty, Retail