

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO**  
**“BENEDICTO XVI”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN**



MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA  
EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA CRIS E.I.R.L. - AYACUCHO  
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Casaverde Laines, Carlos

<https://orcid.org/0000-0002-0197-0194>

ASESOR (A)

Dra. Rodriguez Paredes, Noelia Patricia

<https://orcid.org/0000-0002-2381-2939>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y venta

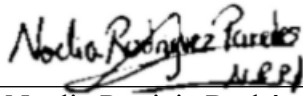
TRUJILLO – PERÚ

2025

## DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señora Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Noelia Patricia Rodríguez Paredes con DNI N° 72665514, como asesora del trabajo de investigación titulado “MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA CRIS E.I.R.L. - AYACUCHO”, desarrollado por el egresado Carlos Casaverde Laines, con DNI 70142183, del Programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Dra. Noelia Patricia Rodríguez Paredes

DNI: 72665514

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**EXCMO. MONS. GILBERTO ALFREDO VIZCARRA MORI, SJ**

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**DRA. MARIANA GERALDINE SILVA BALAREZO**

Rectora de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**DRA. ROMY ANGELICA DÍAZ FERNÁNDEZ**

Vicerrectora Académica

**DRA. ENA CECILIA OBANDO PERALTA**

Vicerrectora de Investigación

**DR. JAIME ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA**

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN**

Secretaria General

## **DEDICATORIA**

Dedico primeramente esta tesis a Dios por este gran paso que doy en mi vida profesional, a mis padres quienes fueron mi soporte para seguir adelante. También este proyecto me lo dedico a mí, por las noches sin dormir, por los días en que batallaba en el trabajo y el poco tiempo que me daba para avanzar la tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a la universidad, a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día, también agradezco a mi asesora por las enseñanzas, su paciencia para orientarme durante la elaboración de mi tesis. Gracias a mis padres por motivarme a diario para no dejar de luchar.

No fue nada sencillo llegar hasta aquí, pero gracias a mi esfuerzo, a sus motivaciones, a su apoyo incondicional de mis seres queridos se llegó a la primera meta.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Carlos Casaverde Laines con DNI N° 70142183, egresado del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA CRIS E.I.R.L. - AYACUCHO”, el cual consta de un total de 91 páginas, en las que se incluye 6 tablas y 2 figuras, más un total de 45 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mi autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.



---

Carlos Casaverde Laines  
DNI 70142183

## ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD .....	ii
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	12
II. METODOLOGÍA .....	25
2.1. Enfoque y tipo de investigación .....	25
2.2. Diseño metodológico .....	25
2.3. Población, muestra y muestreo .....	25
2.4. Técnica e instrumentos de recojo de datos .....	26
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	27
2.6. Aspectos éticos en investigación .....	27
III. RESULTADOS .....	29
3.1. Resultados descriptivos .....	29
3.2. Análisis inferencial.....	31
IV. DISCUSIÓN.....	35
V. CONCLUSIONES .....	38
VI. RECOMENDACIONES .....	40
ANEXOS .....	47

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de aplicación de marketing digital en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho .....	29
Tabla 2. Nivel de fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. – Ayacucho .....	30
Tabla 3. Relación entre el marketing digital con la fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho .....	31
Tabla 4. Relación entre la dimensión comunicación con la fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho .....	32
Tabla 5. Relación entre la dimensión promoción con la fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho .....	33
Tabla 6. Relación entre la dimensión publicidad con la fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho .....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de aplicación de marketing digital en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. – Ayacucho .....	29
Figura 2. Nivel de fidelización de clientes en la empresa Corporación Agrícola Cris E.I.R.L. – Ayacucho .....	30

## RESUMEN

En la tesis denominada: “Marketing digital y fidelización de clientes en la empresa corporación agrícola Cris E.I.R.L. - Ayacucho”, sostuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre el marketing digital con la fidelización de los clientes. Se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 120 clientes, seleccionados mediante muestreo probabilístico aleatorio simple, además se utilizó un cuestionario como instrumento principal. Los resultados indican una correlación positiva alta ( $Rho$  de Spearman = 0.704) entre marketing digital y fidelización de clientes, estableciendo que, las mejoras en el marketing digital incrementan la fidelización de clientes. En conclusión, se destaca la importancia de invertir en estrategias de marketing digital no solo para atraer nuevos clientes, sino también para mantener y fortalecer la relación con los clientes existentes fomentando la lealtad, esto permitirá el crecimiento sostenible para la empresa.

**Palabras clave:** marketing digital, fidelización, clientes, empresa, captación.

## **ABSTRACT**

In the thesis called: " Digital marketing and customer loyalty at the agricultural corporation company Cris E.I.R.L. - Ayacucho", he maintained as a general objective to determine the relationship that exists between digital marketing and customer loyalty. The quantitative, non-experimental and cross-sectional design approach was used. The sample consisted of 120 clients, selected through simple random probability sampling, and a questionnaire was used as the main instrument. The results indicate a high positive correlation (Spearman's Rho = 0.704) between digital marketing and customer loyalty, establishing that improvements in digital marketing increase customer loyalty. In conclusion, the importance of investing in digital marketing strategies is highlighted not only to attract new customers, but also to maintain and strengthen the relationship with existing customers by fostering loyalty, this will allow sustainable growth for the company.

**Keywords:** digital marketing, loyalty, customers, company, acquisition.

Anexo 9: REPORTE TURNITIN

## MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA CRIS E.I.R.L. - AYACUCHO

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	5%
2	<a href="http://repositorio.uct.edu.pe">repositorio.uct.edu.pe</a> Fuente de Internet	5%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
4	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.upeu.edu.pe">repositorio.upeu.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo