



Universidad  
**Norbert Wiener**

Powered by **Arizona State University**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y**  
**COMPETITIVIDAD**

**Trabajo de Suficiencia Profesional**

Propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de  
clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder - 2023

**Para optar el Título Profesional de**  
Licenciada en Administración y Dirección de Empresas

**Presentado por:**

**Autora:** Calle Castillo, Mariella


**Código ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-6162-6725>

**Asesor:** Dr. Dondero Cassano, Pietro Pablo Guissepi

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3117-0136>

**Lima – Perú**

**2024**

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>		
	<b>CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033</b>	<b>VERSIÓN: 01</b> REVISIÓN: 01	<b>FECHA: 08/11/2022</b>

Yo, Mariella Calle Castillo egresado de la Facultad de Ingeniería y Negocios, y Escuela Académica Profesional de Negocios y Competitividad de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el Trabajo de Suficiencia Profesional: "Propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder - 2023" Asesorado por el docente: Dr. Pietro Pablo Guissepi Dondero Cassano, DNI 43571188, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3117-0136>, tiene un índice de similitud de 14% (Catorce) con código oid: 14912:402293962 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin."

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



.....  
 Firma de autor  
 Mariella Calle Castillo  
 DNI:48129647



.....  
 Firma  
 Pietro Pablo Guissepi Dondero Cassano  
 DNI 43571188

Lima, 05 de noviembre de 2024

## **Dedicatoria**

Dedicada a nuestro padre Dios y nuestros padres quienes nos brindaron la vida y nos educaron con valores y principios que se han construido en un pilar primordial para nuestra formación personal y profesional, por ese apoyo infinito, quienes como sus guías y consejos supieron guiarnos por el camino correcto para un futuro exitoso.

## **Resumen**

Este estudio tiene como su principal objetivo presentar una propuesta en las estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder – 2023, como parte del proceso de investigación, se consideró la teoría de marketing digital, para la mejora de estrategias en la fidelización de clientes en Cluster, y para poder definir la raíz del problema se procedió a elaborar una matriz de categorización y poder medir la magnitud de la situación actual y como terminaría aplicando las estrategias propuestas de Mailing y CRM y mejorar la posición actual de fidelización de clientes, usando la herramienta diagrama de flujo. Asimismo, se concluye en continuar con la reestructuración para la obtención del software de CRM, y así contar con nuevas estrategias de fidelización de clientes en la empresa Cluster. Realizar un seguimiento continuo en el desarrollo de las estrategias de Mailing para la fidelización de clientes en la empresa Cluster.

**Palabras claves:** marketing digital, fidelización de clientes, posicionamiento y Cluster.

**Abstract**

This study has as its main objective to present a proposal on digital marketing strategies to improve customer loyalty in the company Cluster - CEO & Founder - 2023, as part of the research process, the theory was considered of digital marketing, to improve strategies in customer loyalty in Cluster, and in order to define the root of the problem, a categorization matrix was developed and to be able to measure the magnitude of the current situation and how it would end up applying the proposed strategies of Mailing and CRM and improve current customer loyalty position, using the flowchart tool. Likewise, it is concluded to continue with the restructuring to obtain the CRM software, and thus have new customer loyalty strategies in the Cluster company. Carry out continuous monitoring in the development of Mailing strategies for customer loyalty in the Cluster company.

**Keywords:** digital marketing, customer loyalty, positioning and Cluster.

## Índices (General)

<b>Resumen</b> .....	3
<b>Abstract</b> .....	4
<b>Introducción</b> .....	8
<b>Capítulo I: Antecedentes y Descripción General de la Experiencia</b> .....	9
<b>1.1 Reseña de la Empresa</b> .....	9
<b>1.2 Ubicación y actividad empresarial</b> .....	9
<b>1.3 Misión, visión y valores de la empresa</b> .....	10
<b>1.4. Descripción del puesto desarrollado y su entorno</b> .....	10
<b>1.5. Problemática y objetivos trazados</b> .....	11
<b>Capítulo II: Fundamento del Tema elegido</b> .....	13
<b>2.1 Bases Teóricas</b> .....	13
<b>2.2 Marco conceptual</b> .....	13
<b>2.3 Alternativas Metodológicas de solución</b> .....	17
<b>2.4 Justificación de la metodología escogida</b> .....	19
<b>Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la Experiencia</b> .....	20
<b>3.1 Diagnóstico de la situación problemática</b> .....	20
<b>3.2 Desarrollo de la experiencia</b> .....	21
<b>3.3 Modelo de la propuesta o solución</b> .....	23
<b>3.4. Resultados</b> .....	27
<b>Conclusiones</b> .....	32
<b>Recomendaciones</b> .....	32
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	33
<b>Anexos</b> .....	¡Error! Marcador no definido.

## Índices (Figuras)

<b>Figura 1:</b> Ubicación de la empresa Cluster - CEO & Founder. ....	<b>9</b>
<b>Figura 2:</b> Organigrama de la empresa .....	<b>11</b>
<b>Figura 3:</b> Diagnóstico de la problemática .....	<b>20</b>
<b>Figura 4:</b> Solución problemática de la empresa Cluster .....	<b>21</b>
<b>Figura 5:</b> Elaboración de la matriz foda de la empresa Cluster .....	<b>24</b>
<b>Figura 6:</b> Proceso para la fidelización de clientes en la empresa Cluster .....	<b>26</b>
<b>Figura 7:</b> Problemas antes de usar nuevas estrategias.....	<b>30</b>
<b>Figura 8:</b> Estudio usando las estrategias de la propuesta .....	<b>31</b>

## Índices (Tablas)

<b>Tabla 1:</b> Fidelización a través de marketing móvil .....	<b>28</b>
<b>Tabla 2:</b> Fidelización de clientes a través de correos electrónicos.....	<b>29</b>
<b>Tabla 3:</b> Resumen de fidelización de marca Interbank .....	<b>29</b>

## **Introducción**

El presente estudio de investigación tiene una propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder – 2023, por ello se realizó un estudio de los principales problemas en la empresa, donde se llegó a definir los objetivos específicos como: (i) implementar un CRM para alojar los datos de los clientes y organizarlos según sus preferencias en la atención de sus servicios de la empresa Cluster - CEO & Founder, (ii) implementar las estrategias de mailing para establecer comunicación personalizada periódicamente con los clientes para la empresa Cluster a nivel nacional e internacional en la fidelización de sus cliente.

En el capítulo número I, se evidencia los datos de la empresa donde se presentará la propuesta de mejora, la ubicación, misión, visión y valores de la empresa, y también se describe el puesto en el organigrama en el cual se encuentra laborando la persona que realiza dicha investigación.

En el capítulo número II, se llegó a investigar sobre las teorías relacionadas al tema de investigación, los antecedentes de otros investigadores del tema relacionados, las justificaciones y metodologías del tema de estudio.

En el capítulo número III, se profundiza más a fondo sobre el tema investigado realizando análisis y comparaciones, finalmente llegando a los resultados de la propuesta tratada.

## Capítulo I: Antecedentes y Descripción General de la Experiencia.

### 1.1 Reseña de la Empresa

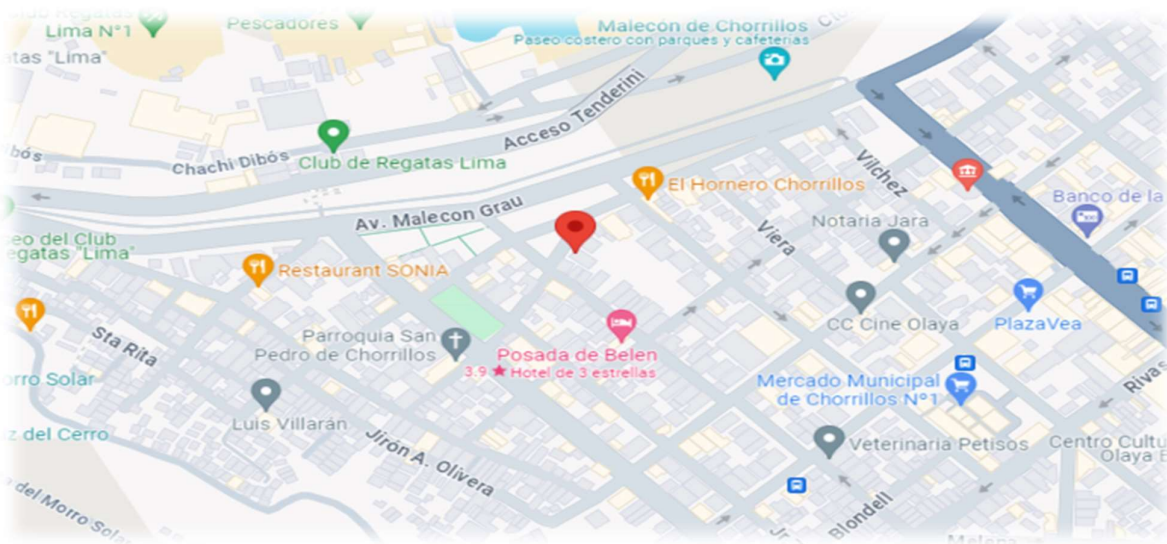
La empresa Cluster, es una empresa Creada por Nicolás Cabieses en el año 2016, especializada en servicios de desarrollo, diseño y optimización de todo el entorno transaccional de las empresas, administra

numerosas tiendas Online en Perú y en el extranjero, siendo la primera agencia en Perú y la número 14 en Latam en obtener la certificación como Shopify + Plus Agency, es decir, grupo de los diseñadores, desarrolladores en sitios web de ecommerce y aplicaciones.

### 1.2 Ubicación y actividad empresarial

La empresa Cluster, se encuentra ubicada Av. Malecón Grau 1087 Chorrillos Lima, es una empresa especialista en satisfacer múltiples necesidades relacionadas con e-commerce, brinda servicios de diseño y desarrollo de tiendas online, integraciones y middlewares, así como la gestión y optimización del presupuesto para publicidad digital de performance.

**Figura 1:** Ubicación de la empresa Cluster - CEO & Founder.



*Nota: fuente de Google maps*

### Servicios que brinda

Servicio de mejora continua, data analítica Gestión y optimización de pauta digital enfocada en conversión, business intelligence y automatizaciones.

### **1.3 Misión, visión y valores de la empresa**

#### **Misión de la empresa**

Ser una empresa especialista en e-commerce que brinde el mejor servicio de gestión y optimización de pauta digital entre otros, en el Perú como en el extranjero.

#### **Visión de la empresa**

Ser la empresa en marketing digital e e-commerce para empresas, reconocidas por el prestigio, responsabilidad, puntualidad y efectividad en las soluciones adecuadas a los clientes para cubrir sus requerimientos.

#### **Valores de la empresa**

Responsabilidad, respetando a cada marca que requiere los servicios.

Honestidad, sinceridad con los clientes desde el inicio para alcanzar las metas.

Profesionalismo, el equipo de trabajo cuenta con amplia experiencia.

### **1.4. Descripción del puesto desarrollado y su entorno**

La empresa Cluster - CEO & Founder, se encuentra conformada por las siguientes áreas que se detallara en seguida:

**Gerencia General:** Es el puesto más importante de la empresa y supervisa las actividades de la empresa que se realizar a diario.

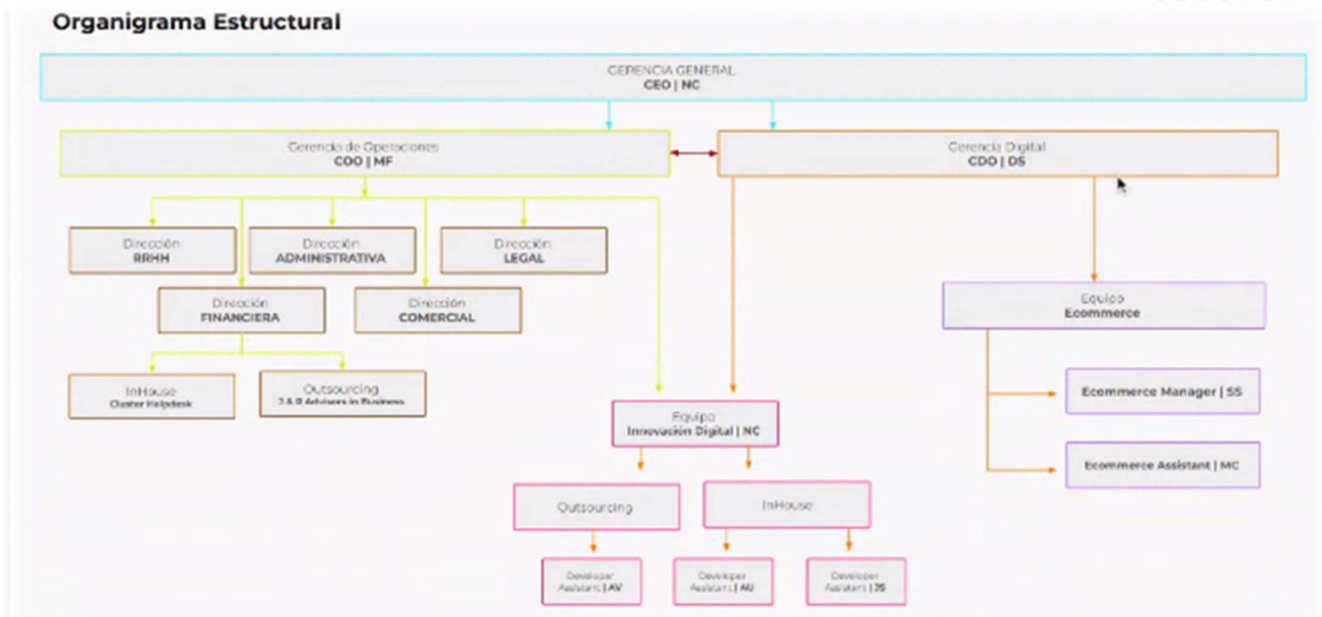
**Gerencia comercial:** Es el área a cargo del desarrollo de las ventas y del área de diseños de nuevas carteras.

**Administración:** atiende los pagos de nómina, supervisa los gastos de los diferentes departamentos y elabora balances.

**Recursos Humanos:** Es el área responsable de realizar gestiones y organizar a los empleados de la organización y del desarrollo como de asegurar su bienestar, productividad y crecimiento dentro de la misma.

**Gerencia digital:** Es el área responsable de la creación y ejecución de las estrategias, gestión y comunicación de la publicidad y creación de pautas digitales para la empresa.

**Figura 2:** Organigrama de la empresa.



*Nota:* fuente de la empresa Cluster.

### 1.5. Problemática y objetivos trazados

Cluster - CEO & Founder – 2023, es una empresa dedicada al marketing digital, elabora pautas digitales mediante branding y conversión para ventas de distintos productos a nivel nacional e internacional, patrocina a distintas marcas de ropa para dama, productos de bebés y productos del hogar, actualmente se encuentran en Perú, Ecuador, Costa Rica y El Salvador con miras a llegar a muchos más países. Por lo mismo que busca mejorar sus estrategias para la fidelización de clientes, ya que, cuenta con una amplia

experiencia en la administración de tiendas y marcas de manera digital, pero busca ser la empresa más reconocida en Latinoamérica, actualmente la empresa requiere mejorar sus estrategias para lograr este objetivo, la empresa Cluster cuenta con tecnología especializada en diseño e innovación digital, tiene como propósito crear experiencias de innovación digital para sus clientes.

### **Problema general**

¿Cómo implementar estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder?

### **Problema específico**

¿Cómo incorporar un CRM para almacenar datos de los clientes y organizarlos según sus preferencias en atención a los servicios que presta la empresa Cluster - CEO & Founder?

¿Cómo aplicar estrategias de mailing para establecer comunicación personalizada con los clientes de la empresa Cluster a nivel nacional e internacional?

### **Objetivo general**

Implementar estrategias en marketing digital para mejorar la fidelización de nuevos clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder

### **Objetivo específico**

Incorporar un CRM para almacenar datos de los clientes y organizarlos según sus preferencias en atención a los servicios que presta la empresa Cluster - CEO & Founder.

Aplicar estrategias de mailing para establecer comunicación personalizada con los clientes de la empresa Cluster a nivel nacional e internacional.

## **Capítulo II: Fundamento del Tema elegido**

### **2.1 Bases Teóricas**

Parte de este proceso de investigación se consideran 3 teorías para sustentar las variables en la mejora de las estrategias de marketing digital para obtener la fidelización de los clientes en Cluster. Son las siguientes: (i) teoría de marketing digital, (ii) teorías de estrategias de fidelización de clientes, (III) teoría de posicionamiento.

La teoría de marketing digital representada por el Philip Kotler, esta teoría investiga diversos problemas corporativos en las empresas. Según Calderón & Serrano (2022), la teoría de las estrategias es fundamental para las empresas y logren alcanzar el éxito en un entorno competitivo y cambiante. Además, señalo que el marketing digital aporta distintas técnicas y estrategias las cuales facilitan la constante comunicación con las organizaciones y a su vez con el cliente.

Teoría de estrategias de fidelización de clientes cuyo representante es Kotler, señalo que la fidelización de clientes es una meta principal de las organizaciones, la cual consiste en tener una conexión solida con el cliente. Según Molina (2023), en su estudio indico que entras las estrategias destacadas esta la calidad de los productos y promociones que las empresas ofrezcan al público.

Teoría de estrategias posicionamiento cuyo creador es Jack Trout, señalo que el posicionamiento en un lugar que ocupa la mente de un consumidor de una marca o un producto. Según Chamba (2018), concluye que la atención que brinde el personal de una empresa al consumidor es de suma importancia para satisfacer todas las necesidades del cliente, expectativas y requerimientos que necesite todo consumidor para que siempre termine por elegir la misma marca o producto.

### **2.2 Marco conceptual Mailing**

El mailing es una estrategia muy importante de marketing que consiste en enviar diversos correos electrónicos con promociones atractivas y contenido que destaca por su elección del consumidor y promocionar los productos o servicios de una marca, una de las características más notables del correo electrónico es la capacidad de enviar correos masivos a bases de datos para la captación de clientes y poder llegar a fidelizarlos.

### **Estrategias de marketing**

Las empresas a través de las estrategias de marketing logran realizar diversos procesos, métodos o planifican diseñar procedimientos para que las empresas u organizaciones puedan lograr los objetivos planteados a corto o largo plazo.

### **Fidelización de cliente**

En la fidelización de los clientes quiere decir que el cliente sea leal a la empresa y para ello se le debe brindar un servicio de calidad, y tiene mucho que ver el trato de los trabajadores, ya que ellos influyen para que otros clientes conozcan la marca o producto.

### **Marketing Digital**

Marketing digital mantiene un contacto directo con los consumidores, es una herramienta para dar a conocer las marcas de las empresas mediante medios y pautas digitales.

### **Plan de marketing**

Plan de marketing digital es una estrategia que hace conocer los distintos servicios o productos de una empresa a sus consumidores en las distintas plataformas digitales.

### **Antecedentes**

En la revista de investigación, titulada Marketing Digital - Una revisión teórica de su incidencia en la captación de clientes en el rubro farmacéutico. Calderón & Serrano (2023, p, 35) Universidad Peruana Unión, en Lima, Perú, demostró en su desarrollo que el marketing es una herramienta de suma importancia para que las distintas

organizaciones den a conocer sus marcas en las distintas plataformas digitales y así llegar a un mayor número de clientes, y principalmente en las distintas redes sociales que son canales abiertos al público en general logrando el éxito empresarial. En su estudio farmacéutico se encontró, que el marketing digital dentro del sector cuenta con la capacidad de mantener informado al cliente promocionando sus productos por los medios digitales, también en redes sociales y aplicaciones móviles e incluso aportando con el comercio 5g.

En el artículo de investigación, titulado Estrategias de marketing para mejorar el embudo de conversión de ventas. Lizano (2022) Universidad Técnica de Ambato Ecuador, en su estudio demostró que las estrategias de marketing para las mejoras del embudo en las empresas, pero también un principal complemento para llegar a más público y generas mayores ventas en las diversas organizaciones con bases de analizar información relevante para el público objetivo. En su estudio concluyo indicando, que las empresas deben tener un enfoque estratégico con la segmentación precisa y personalizada con una mejora continua basada en las estrategias para la captación de diverso público en general.

En su investigación, titulada Endomarketing digital en Colombia y Latinoamérica: Revisión Sistemática de la Literatura. Arias & Botero (2023) Universidad Santo Tomás Bogotá DC. Colombia, hoy en día, cada vez más las empresas están invirtiendo en publicidad de manera online debido al creciente acceso a dispositivos digitales y al aumento del tiempo que las personas pasan en las distintas redes sociales y esto es importante para las organizaciones ya que de tal forma pueden dar a conocer sus productos o servicios. En su investigación sugirió utilizar estrategias previamente propuestas por investigadores que generan grandes ganancias para las empresas y consumidores.

En su propuesta de mejora, titulado Propuesta estrategia de marketing digital en Facebook y WhatsApp para captar y fidelizar clientes para importadora Riveros en la ciudad de la paz. Crespo (2022) Universidad mayor de san Andrés Bolivia, de mostro la importancia de la mejora de las estrategias de marketing digital cambiando el marketing tradicional para la mejora de captación de clientes en las distintas redes sociales, siendo un eje influyente para la fidelización de clientes nacionales e internacionales. En esta primera fase, los estrategas deberán recopilar datos de clientes habituales y nuevos, mensajes de motivación y diversas festividades en sus redes sociales.

En su tesis de investigación, titulada propuesta de estrategias de marketing para mejorar la fidelización de clientes en el restaurante turístico el rincón del pato de la ciudad de Lambayeque. Pérez & García (2018) Universidad Señor de Sipán Lambayeque, presento propuestas para la fidelización de cliente basando en la necesidad de este, para poder implementar estrategias llamativas para la decisión de compra, ya que el ciudadano está dispuesto a pagar un precio justo por un producto que sea de su agrada satisfacción, y las empresas deben garantizar al máximo las entregas de sus productos para el bienestar y satisfacción de la necesidad de su cliente. En su estudio demostró que diseño estrategias para la mejora fidelización de clientes usando publicidad en destinos medios de marketing, segmentación y estrategias funcionales.

En su tesis de investigación, titulada Red de fidelización digital en la generación de valor en los clientes. Revisión sistemática, Bellido & Flores (2022) Universidad Cesar Vallejo, Lima, demostró que aumentando la fidelización de los usuarios con ello aumenta el consumo de sus productos y por lo tantos también la marca de la empresa es mucho más conocida a nivel global, para seguir avanzando es necesario adaptar estructuras organizativas y plataformas de servicios digitales que garanticen la eficiencia y

flexibilidad de la innovación de plataformas. Con ellos nos demostró que las empresas no deben ser limitadas al momento elaborar su estudio de marketing digital y seba en distintos países.

En su investigación, titulada La fidelización de clientes y calidad organizacional en Latinoamérica en los últimos 10 años: una revisión de la literatura científica, Quispe & Rojas (2019) Universidad Privada del Norte, señalo que para la fidelización de clientes tiene mucho que ver los estándares de calidad que cuenten en la empresa para mejorar la captación de clientes nuevos y mantener a los antiguos, siempre debe tener una calidad optima de atención al ciudadano y a la sociedad. Menciono que las variables están relacionadas con una variación de dimensiones, el grado de las correlaciones con cada dimensión puedan afectar significativamente la lealtad del cliente y su calidad de la organización, después de todo, la satisfacción es un estándar de mucha calidad muy impresionante.

En su investigación, titulada “marketing digital y su relación con las ventas”; una revisión de la literatura científica, Bendezú (2020) Universidad Privada del Norte, en su investigación sistemática de la literatura científica nos habla sobre el tema de investigación de marketing digital y ventas, cuando se utiliza correctamente, puede aumentar las ventas en cualquier industria tanto en nuestro país como en el extranjero, desde pequeñas y grandes empresas, ya que ofrecen distintos beneficios para las organizaciones que apten por utilizan esta innovadora herramienta de marketing. Además, señalo que algunos buscadores abrieron paso al contenido pudiendo visualizar distintas paginas digitales innovadoras para la mejora de una estrategia.

### **2.3 Alternativas Metodológicas de solución Estrategias de fidelización**

Las estrategias de fidelización del cliente es un proceso diseñado para crear una percepción de este sobre su marca basada en experiencias positivas que lo beneficien, en otras palabras, la lealtad debe garantizar que los clientes existentes no cambien de empresa debido a la competencia y recomienden sus buenas experiencias a otros clientes.

### **Aplicación del mailing**

También conocida como campaña de correo electrónico o email marketing, es el envío masivo de mensajes o seguimiento constante según lo que necesite el cliente, promociones o de marketing a través del correo. Como cualquier otro recurso publicitario y de ventas, tanto la campaña como el email deben estar bien estructurados para conseguir los resultados esperados.

### **Fidelización de clientes**

Para fidelizar clientes es importante basarse en la creación de una relación duradera y satisfactoria, especialmente una experiencia positiva y memorable, que convierte a un cliente leal y recurrentes.

### **Adaptación de CRM**

Existen plataformas CRM diseñadas para gestionar la información de los clientes, las ventas y clientes potenciales, operar una plataforma CRM comienza con la recopilación de datos de quien será potencialmente nuestro cliente como de las que ya lo son.

Se trata de contenido o información gratuita que usted proporciona a cambio de determinados datos, como, por ejemplo: puede descargar un libro electrónico simplemente ingresando su dirección de correo electrónico, ocupación y teléfono.

### **Marketing de Contenido**

El marketing de contenido se centra en crear y distribuir contenido relevante para atraer y retener audiencia, generar compromiso y aumentar la conversión, el marketing de contenido necesita planificación, creatividad y consistencia siendo una estrategia a largo plazo.

## **2.4 Justificación de la metodología escogida**

### **Justificación teórica**

La justificación teórica tiene como objetivo descubrir brechas de un excelente conocimiento existentes para la investigación y buscará mejorar. Por lo tanto, existen varios argumentos para justificar dicha importancia del estudio desde un buen punto de vista teórico. Además, se puede encontrar diferentes revistas con secciones que exige el interés de la investigación, siendo la parte teórica del cuerpo principal para justificar la importancia. Según Álvarez (2020)

### **Justificación práctica**

La justificación practica implica descubrir de qué modo podemos ver los resultados de esta investigación que servirán para cambiar esta realidad del campo de investigación. Así, un estudio que se centre en evaluar la aceptación de nuevas tecnologías en este campo de la logística el cual ayudará a las empresas proveedoras de servicios a conocer que capacidades tienen para ofertar sus productos y servicios a través de los aplicativos. Por lo tanto, la investigación puede proporcionar necesidades comerciales específicas a los consumidores que compran en línea de manera online por las distintas redes sociales. Álvarez (2020)

### **Justificación metodológica**

Santa Cruz (2015), la justificación metodológica de la investigación se hace cuando se emprende un proyecto donde se propone un nuevo modelo o estrategia para poder generar conocimiento y confiable con resultados favorables. Si la investigación tiene como objetivo estudiar métodos y técnicas para poder generar conocimiento y busca otras formas de realizar la investigación, por lo tanto, nos proporciona herramientas de recopilación de datos procesados válidos y fiables.

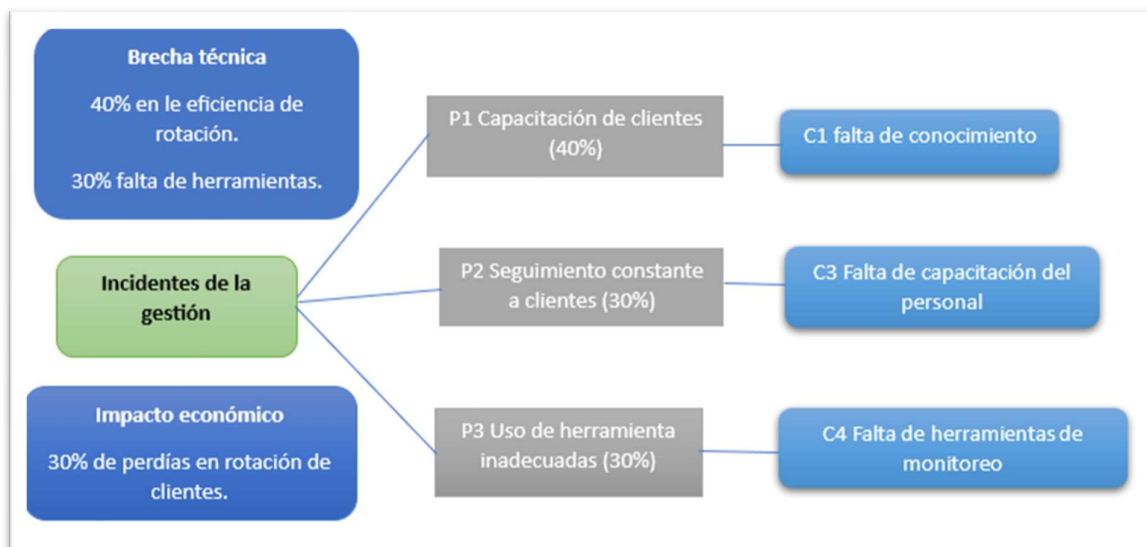
### Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la Experiencia

#### 3.1 Diagnóstico de la situación problemática

En la empresa Cluster - CEO & Founder Internet – 2023, en su proceso de expansión no ha podido fidelizar a los clientes, por el cual existe alta rotación de clientes o por la necesidad del servicio recurren a la empresa. La empresa cluster ofrece el servicio de mejora continua, data Insights, analítica Gestión y optimización de pauta digital enfocada en conversión, business intelligence, automatizaciones, especialista en satisfacer múltiples necesidades relacionadas con e-commerce, brinda servicios de diseño y desarrollo de tiendas online, integraciones y middlewares, así como la gestión y optimización del presupuesto para publicidad digital de performance. A su vez presenta una rotación de clientes 60% y esto genera una pérdida económica para la empresa, ello implica a su vez que cuenta con poco personal en un 40% para brindar el servicio.

Los problemas principales a abordar son los siguientes: a) Capacitación de clientes, para que tengan mayor confianza con la empresa Clustes, b) seguimiento constante y monitoreo al cliente, c) aumentar el número de personal y capacitación del mismo. A continuación, en la imagen 3 veremos a detalle.

**Figura 3:** Diagnóstico de la problemática.

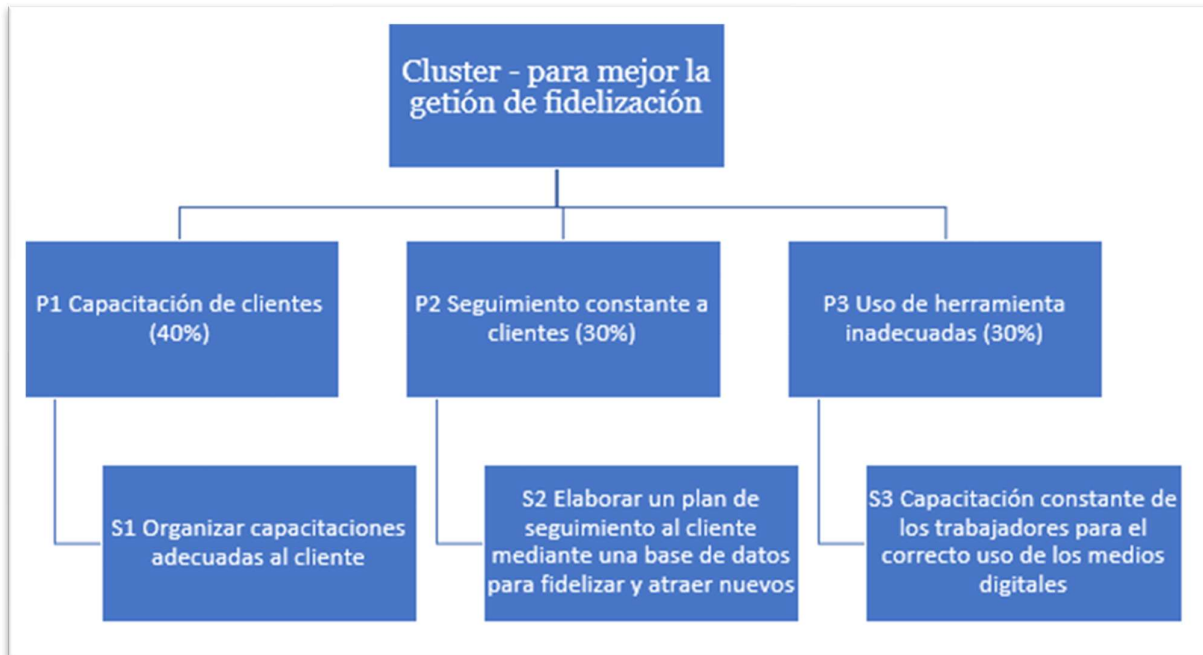


*Nota:* Análisis de Cluster.

En caso que estos problemas señalados líneas arriba no se lleguen a solucionar en corto plazo, generara que la empresa tenga muchas más pérdidas económicas.

A continuación, podemos observar la figura 4 donde podremos ver esta problemática como parte de esta propuesta de solución que se presentará.

**Figura 4:** Solución problemática de la empresa Cluster.



En esta figura se señala la base de los principales problemas que se vienen dando en la empresa y también las principales soluciones de los mismos: (i) P1 Capacitación de cliente, S1 Capacitación de clientes internos y externos, (ii) P2 Seguimiento constante al cliente, S2 Elaborar un plan de seguimiento al cliente mediante una base de datos para fidelizar y atraer nuevos, (iii) P3 Aumentar el número de personal, S3 Aumentar el número de personal y capacitación del mismo.

### 3.2 Desarrollo de la experiencia

La propuesta se basa en planes de capacitación y sensibilización a la comunicación a los clientes; dado que todo tipo de estrategias se inicia capacitando a los clientes internos para la empresa Cluster, de esa forma puedan mejorar las estrategias que

ya están empleando con sus clientes habituales y estas puedan mejorar poniendo el uso las estrategias CRM y Mailing con los clientes internos y estos pueden llegar a clientes externos. En el año 2024 se presentará la propuesta de mejora para las estrategias de marketing para la fidelización de clientes para la empresa Cluster, ya que en el análisis se ha podido encontrar que presenta una gran rotación de clientes, ya que la fidelización de clientes se basa en generar un buen estado mental y emocional del cliente, muy aparte de brindar un servicio optimo en buenas condiciones y con responsabilidad; cuando el cliente realiza la compra lo hace porque se siente atraído por las estrategias de innovación y retención, de la misma forma se realiza estrategias de incentivación personal, para que los mismos trabajadores les des den cierta confianza a los clientes, ya sea de manera remota en plataformas digitales o presencial, y se debe plantear un público objetivo meta para la creación de estrategias de fidelización. Con la estrategia de CRM existen plataformas diseñadas para gestionar la información de los clientes, las ventas y los clientes potenciales, operar una plataforma CRM comienza con la recopilación de datos tanto de las personas que son potencialmente nuestros clientes como de las que ya lo son. Y también la estrategia Mailing conocida como campaña de correo electrónico o email marketing, es el envío masivo de mensajes o seguimiento constante según lo que necesite el cliente, promocionales o de marketing a través del correo electrónico o números telefónicos.

#### **Estrategia con el objetivo de capacitar al cliente.**

Para fidelizar a los clientes de una empresa se debe centrar en mejorar la experiencia del cliente empleando diferentes fases de capacitación para fortalecer la lealtad del mismo con la marca o producto que brinde la empresa:

- Evaluación de necesidades

- Desarrollo de contenido
- Evaluación y seguimiento

### **3.3 Modelo de la propuesta o solución**

Implementar estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder.

#### **Análisis de la propuesta**

Para esta modelo de propuesta de trabajo elaboramos un análisis con los diversos problemas que tiene actualmente las empresa, presentando un análisis foda para poder evaluar en que estado que se encuentra, para poder presentar nuestro modelo de mejoras estratégicas, para que la empresa Cluster pueda llegar a fidelizar sus clientes usando las estrategias como es, CRM y Mailing siendo estas estrategias usadas por algunas empresas y las mismas que han logrado tener grandes resultados con las fidelización y captación de nuevos prospectos para las organizaciones.

#### **Matriz foda**

**Figura 5:** Elaboración de la matriz foda de la empresa Cluster

<b>MATRIZ FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b> - Ahorro de costos por alquiler de local. - Comodidad y flexibilidad en proceso de medios digitales.	<b>DEBILIDADES</b> -Atención de forma remota de los clientes. -Falta de cartera de clientes por ser una empresa nueva en el mercado
<b>OPORTUNIDADES</b> -Mercado cambiante e innovador en el sector digital. -Crecimiento constante de compradores por internet, quienes buscan ahorrar tiempo y nuevas opciones de compra.	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b> -Capacitar al trabajador para el correcto uso de la estrategia CRM para la obtención de una base de datos de los clientes, con el fin de fidelizarlos. - Agilizar los procesos e interacciones con clientes potenciales y existentes mediante CRM.	<b>ESTRATEGIAS (DO)</b> - Formación especializada considerando valores, confianza y liderar de forma adecuada la empresa. - Extensión de marca y publicidad para nuevos mercados a nivel internacional mediante la estrategia de mailing.
<b>AMENAZAS</b> -Desfavorable situación económica del país. -Sector muy competitivo.	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b> - Capacitación constantemente basada en la tecnología que cada día avanza y poder competir con otras empresas. - Realizar análisis de mercado de forma constante para formar nuevas estrategias para atraer nuevos clientes.	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b> - Ser una empresa responsable que cuente con trabajadores éticos. - Realizar nuevos lanzamientos de productos para tener un mayor ingreso financiero.

### **Estrategias de la propuesta**

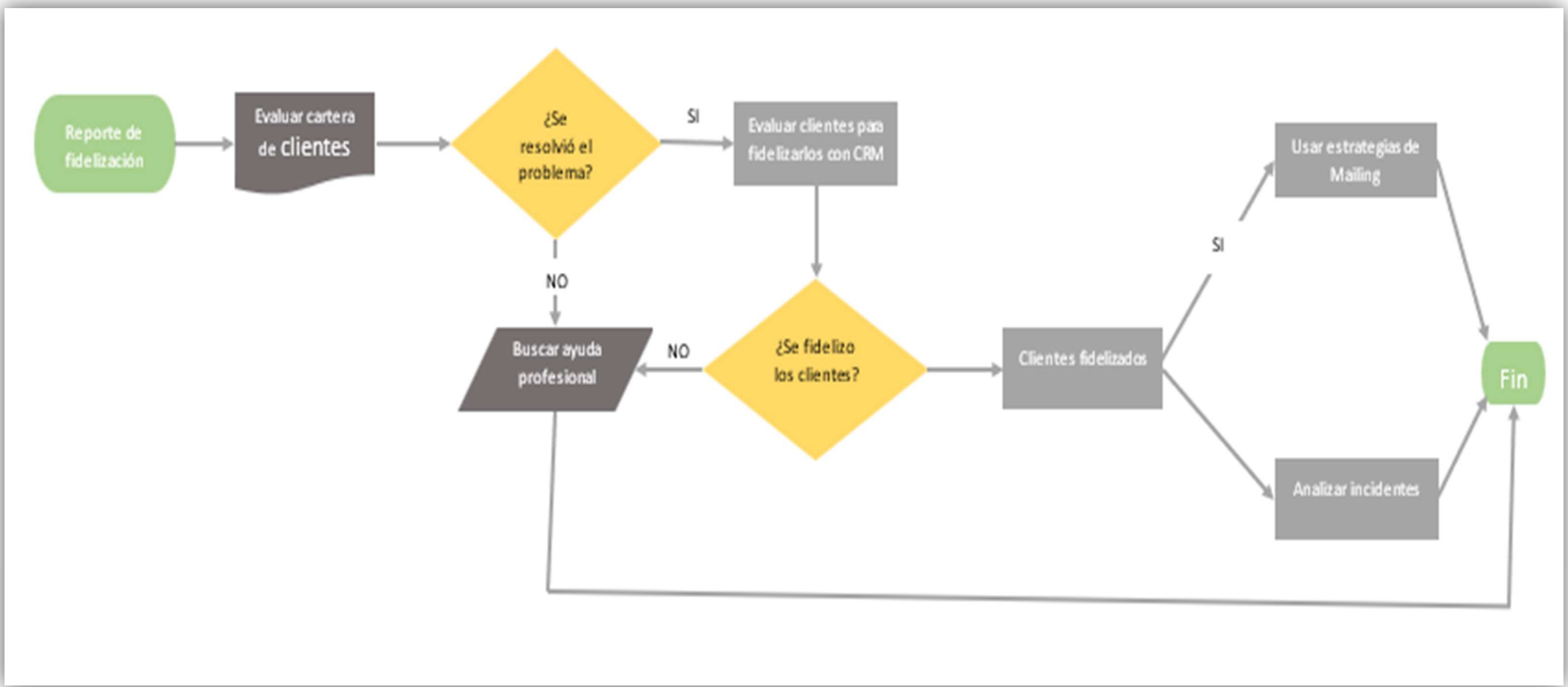
- Capacitar al trabajador para el correcto uso de la estrategia CRM para logra tener una base de datos de los clientes, con el fin de fidelizarlos.
- Agilizar los procesos e interacciones con clientes potenciales y existentes mediante CRM.
- Formación especializada considerando valores, confianza y liderar de forma adecuada la empresa.
- Extensión de marca y publicidad para nuevos mercados a nivel internacional mediante la estrategia de mailing.
- Capacitación constantemente basada en la tecnología que cada día avanza y poder competir con otras empresas.

- Realizar análisis de mercado de forma constante para formar nuevas estrategias para atraer nuevos clientes.
- Ser una empresa responsable que cuente con trabajadores éticos.
- Realizar nuevos lanzamientos de productos para tener un mayor ingreso financiero.

### **Flujograma de la propuesta**

En la figura 6 se observa de gestión de los problemas y las estrategias en la fidelización de los clientes, usando las estrategias CRM y Mailing, para llegar un mayor número de personas y fidelizando los clientes existentes como también para la captación de nuevos.

Figura 6: Proceso para la fidelización de clientes en la empresa Cluster.



Nota: Diagrama de principales problemas de empresa

## **Oportunidad de crecimiento**

Es esta propuesta presentamos la estrategia de CRM, ya que es vital que la organización la emplee ya que es una herramienta vital ayudara a la empresa a mantenerse en constante contacto con los clientes, agilizando los procesos y mejorando la rentabilidad para la misma, generando nuevos ingresos económicos gestionando muchas más ventas y la productividad, comercio electrónico y el servicio de atención personalizada al cliente de manera digital o telefónica. Este sistema permitirá tener una base de datos personalizada de los clientes como: números telefónicos, sitio web, su perfil de redes sociales, correos entre otros, y esa forma poder conocer más sobre nuestro cliente potencial a través de la creación de una vista integral del cliente al interesarnos por sus interacciones.

Mediante la estrategia del Mailing, ya que consiste hacer publicidad de una determinada marca o productos a los clientes mediante correo electrónico y estos podrán realizar comprar a través de estas promociones, el propósito de mailing es vender si o si en cada campaña que se realice enviando de una forma masiva las ofertas o novedades de la empresa, enfocadas en las necesidades reales de un potencial cliente para poder terminar por fidelizarlo y acogiendo nuevos clientes para la organización.

### **3.4. Resultados**

Implementar estrategias de marketing digital para mejorar la fidelización de clientes en la empresa Cluster - CEO & Founder.

Para medir los resultados de la propuesta se está considerando los resultados de las empresas financieras como son: BBVA y Interbank que ya manejan las estrategias propuestas de Mailing y CRM, posteriormente se presentará un antes y un después de la situación actual de la empresa Cluster a nivel de fidelización de clientes según las

estrategias que manejan en la actualidad, para ello se tomara en cuenta la rotación de clientes que han tenido en la siguiente figura.

**Tabla 1:** Fidelización a través de marketing móvil

<i>Correlación de Rho de Spearman entre el marketing móvil y la fidelización de clientes</i>				
			Dimensión: marketing móvil	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Dimensión: marketing móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,525**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	371	371
	Fidelización del cliente	Coeficiente de correlación	,525**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	371	371

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota:** extraída de (Pretell 2019)

Demuestra que el marketing móvil influye significativamente para la fidelización de numerosos clientes para el banco BBVA ya que mediante la estrategia CRM les permite tener una base de datos más consolidada con la misma que pueden hacerle seguimiento al cliente y poder satisfacer las necesidades ofreciendo sus productos hipotecarios según requiera el cliente.

**Tabla 2:** Fidelización de clientes a través de correos electrónicos

*Correlación de Rho de Spearman entre el envío de correo electrónico y la fidelización de clientes*

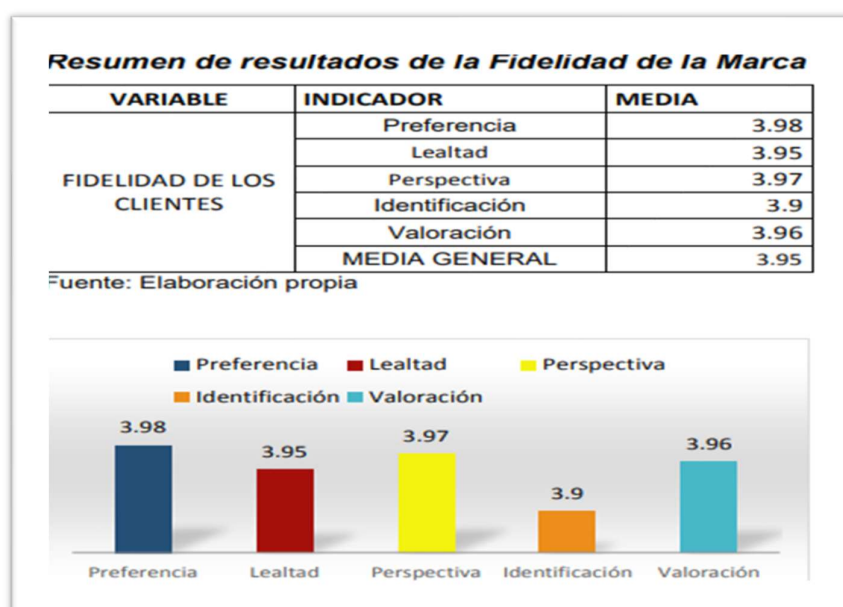
		Dimensión: envío de correo electrónico	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Dimensión: envío de correo electrónico	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,401**
		N	371
	Fidelización del cliente	Coeficiente de correlación	,401**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	371

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*Nota:* extraída de (Pretell 2019)

Concluye usando las estrategias de CRM tanto las redes sociales se enfocan en mostrar productos atractivos para el cliente logrando tener una base de datos mucho más solida y el envío de correo electrónicos con promociones de acuerdo con la necesidad influyen significativamente en la fidelización de nuevos clientes usando la estrategia de Mailing en el Banco BBVA en este estudio.

**Tabla 3:** Resumen de fidelización de marca Interbank

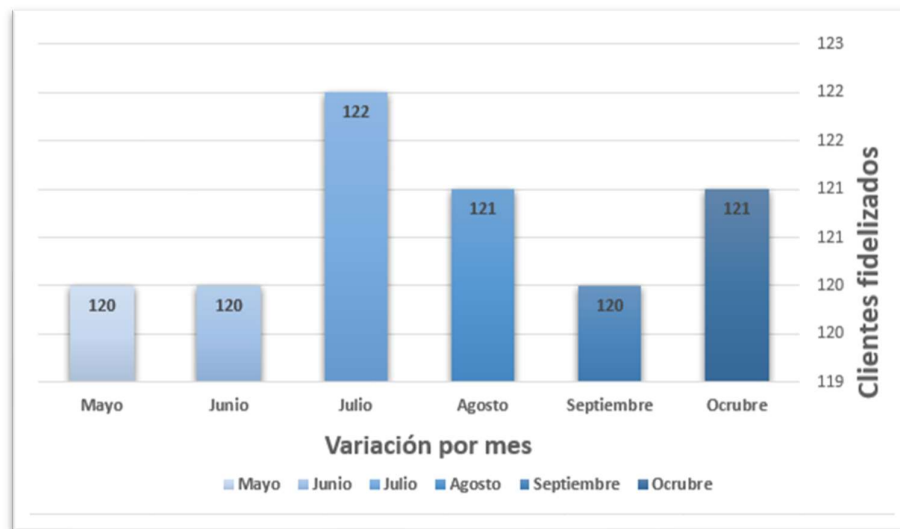


*Nota: extraída de (Aguilar 2018)*

Donde resuelve en su investigación del banco Interbank, que los clientes los llegaron a considerar ser fieles en alto grado a Interbank, teniendo como resultado una medida de 3.95 punto, una valoración más alta obtenida, con una medida mejor como resultado de 3.98, fidelidad con calificación, de 3.97 puntos.

Estas Entidades Bancarias al usar estas estrategias logran brindar una mejor visión 360° del cliente como también a los empleados en las Ventas, Marketing digital y la atención al Cliente de las Bancas Personalizadas. Al contar con una buena información más integral y oportunidad para el cliente, lograron mejorar una calidad de atención mejorada y se aumentara las posibilidades del incremento de las ventas, logrando reducir el tiempo de las atenciones personales del cliente, con el manejo de todo en una sola interfaz. Por lo mismo que esta propuesta de mejora será una gran oportunidad para la empresa Cluster.

**Figura 7: Problemas antes de usar nuevas estrategias**

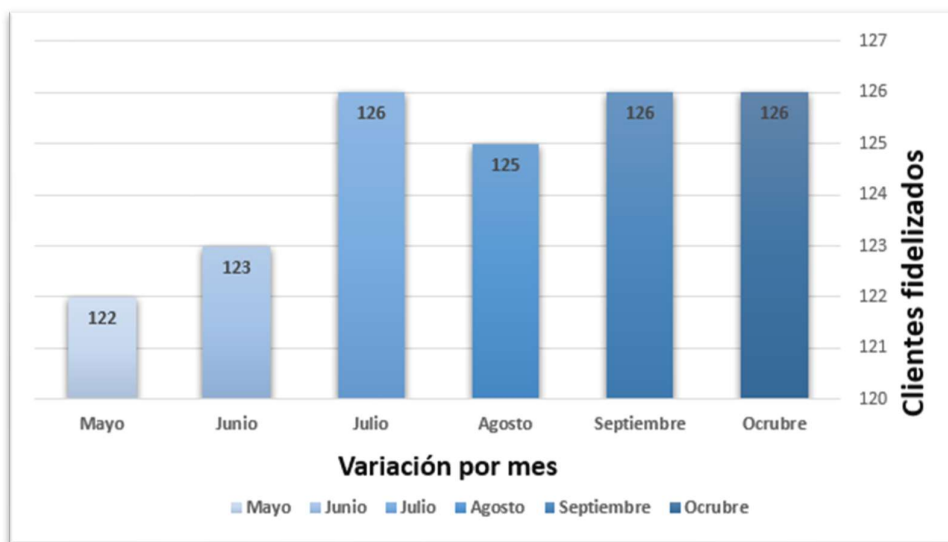


En el estudio realizado de forma interna de la empresa se presenta el estudio de 6 meses podemos visualizar que en la empresa Cluster existe una constante rotación de clientes, en este estudio del mes de mayo a octubre del año 2023 se puede observar que

presenta problemas con las estrategias de fidelización de clientes, ya que estos se están retirando de forma mensual, si bien es cierto la empresa mantiene una cierta posición con sus clientes pero no la suficiente para cáptalos y aumentar el número de los mismo, y para ello deberá optar por una mejora con la posición inestable con sus clientes.

Para ello presentamos la figura número 8 aplicando las estrategias de nuestra propuesta de mejora para la fidelización en la empresa Cluster.

**Figura 8:** *Estudio usando las estrategias de la propuesta*



En la figura número 8 se presenta los resultados implementados las estrategias propuestas para la empresa Cluster, este plan de mejora se lleva a cabo para el análisis en 6 meses, los mismos que van desde mayo a octubre, por lo mismo que se puede evidenciar que las estrategias de CRM y Mailing seria vital, prioritarias para la mejora de estrategias para la fidelización de clientes y para la captación de nuevos; ya que en la figura 7 se observa que existe una gran rotación de clientes, y la empresa Cluster tendrá mayor rentabilidad y mayor credibilidad ante sus potenciales consumidores.

**Conclusiones**

1. Las estrategias de marketing digital, mejorará la fidelización de clientes de la empresa Cluster, mediante la implementación y reorganización del sistema de seguimiento, mediante las estrategias de CRM.

2. Utilizar las estrategias de Mailing con la finalidad de captar clientes y fidelizarlos en la empresa Cluster.

**Recomendaciones**

1. Continuar con la reestructuración para la obtención del software de CRM, y así contar con nuevas estrategias de fidelización de clientes en la empresa Cluster.

2. Realizar un seguimiento continuo en el desarrollo de las estrategias de Mailing para la fidelización de clientes en la empresa Cluster.

## Referencias Bibliográficas

(Lizano 2022, p, 186) Estrategias de marketing para mejorar el embudo de conversión de ventas: una revisión sistemática

<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2940/2594>

(Arias & Botero, 2023) Endomarketing Digital en Colombia y Latinoamérica: Revisión Sistemática de la Literatura

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/52406>

(Calderon, 2023) Marketing Digital - Una revisión teórica de su incidencia en la captación de clientes en el rubro farmacéutico.

<https://revistaimpulso.org/index.php/impulso/article/view/102>

(Crespo 2022) Propuesta estrategia de marketing digital en Facebook y WhatsApp para captar y fidelizar clientes para importadora Riveros en la ciudad de la paz,  
<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/29503>

(Bellido & Flores 2022) Red de fidelización digital en la generación de valor en los clientes. Revisión sistemática  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/105668>

(Quispe y Rojas, 2019) La fidelización de clientes y calidad organizacional en Latinoamérica en los últimos 10 años: una revisión de la literatura científica.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25872>

(Bendezú, 2020) marketing digital y su relación con las ventas”; una revisión de la literatura científica. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25166>

(Pérez & García 2018) propuesta de estrategias de marketing para mejorar la fidelización de clientes en el restaurante turístico el rincón del pato de la ciudad de Lambayeque <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/4860>

(Aguilar 2018) “LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y SU FIDELIZACIÓN HACIA EL BANCO INTERBANK) file:///C:/Users/marie/Downloads/Aguilar-Medina-Abel-Alonso.pdf

(Pretell 2019) MARKETING DIGITAL Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DEL BANCO BBVA, OFICINA HUACHO, 2019. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6505/TESIS%20PRETELL%20HUERTA%20CRISTIAN%20JOVANNI\_compressed.pdf?sequence=1&isAllowed=y



## ● 14% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 12% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref Posted Content database
- 10% Submitted Works database

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>repositorio.uwiener.edu.pe</b> Internet	4%
2	<b>cluster.global</b> Internet	2%
3	<b>uwiener on 2023-09-11</b> Submitted works	2%
4	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
5	<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2023-07-27</b> Submitted works	<1%
6	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2019-06-30</b> Submitted works	<1%
7	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Internet	<1%
8	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2022-11-18</b> Submitted works	<1%
9	<b>repositorio.umsa.bo</b> Internet	<1%