

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**E-commerce y fidelización: Una perspectiva de los usuarios de
Marketplace de Facebook**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Francelys Cinthya Lazaro Maitland

Ana Lucia Arenas Alarcón

Asesor:

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

Lima, abril 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Jesús Fernando Bejarano Auqui docente de la Facultad de ciencias empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“E-COMMERCE Y FIDELIZACIÓN: UNA PERSPECTIVA DE LOS USUARIOS DE MARKETPLACE DE FACEBOOK”** los autores Francelys Cinthya Lazaro Maitland y Ana Lucia Arenas Alarcón tiene un índice de similitud de 17 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de lima a los 30 días del mes de mayo del año 2025.



Jesús Fernando Bejarano Auqui

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 16 día(s) del mes de abril del año 2025 siendo las 16:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a)

Mg. Carlos Eduardo Comales Baldoce el (la) secretario(a) Mg. David Junior Elías Aguilar Pandura y los demás miembros Dr. José Eber Paz Vilchez y el (la) asesor(a) Dr. Jesús F. Bejarano Augui

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "E-commerce y Fidelización: una perspectiva de los usuarios de Marketplace de Facebook"

- del(los) bachiller/es:
- a) Francelys Cinthya Lazaro Maitland
 - b) Ana Lucia Arenas Alarcon
 - c) _____

conducente a la obtención del título profesional de: Administración y Negocios Internacionales
(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Francelys Cinthya Lazaro Maitland

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

Bachiller (b): Ana Lucia Arenas Alarcon

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

Bachiller (c): _____

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

[Firma]
Presidente/a

[Firma]
Secretario/a

Asesor/a

Miembro

Miembro

Bachiller (a)

Bachiller (b)

Bachiller (c)

"Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online, sincrónica, conforme al Reglamento General de Grados y Títulos"

E-COMMERCE Y FIDELIZACIÓN: UNA PERSPECTIVA DE LOS USUARIOS DE MARKETPLACE DE FACEBOOK

RESUMEN

Este estudio explora la relación entre la fidelización de usuarios en Facebook Marketplace y el comercio electrónico, utilizando fuentes primarias como Scopus, Scindirect y Scielo. Con una muestra de 154 personas mayores de 18 años, seleccionadas bajo criterios específicos, se empleó un enfoque transversal y no experimental para recolectar datos en un único punto temporal. El análisis estadístico reveló una correlación significativa de 0.730 ($p < 0.05$) entre la fidelización y el e-commerce, con índices CFI de 0.987, TLI de 0.982, AIC de 7939.196 y RMSEA de 0.092. Las teorías desarrolladas indican que el comercio electrónico social en Facebook es vital para facilitar interacciones sociales y agilizar transacciones. Además, la teoría de fidelización en Facebook Marketplace resalta cómo los vendedores pueden emplear estrategias para construir y mantener la fidelización del cliente, subrayando la importancia de la calidad del producto, la experiencia de compra, la interactividad, y el uso de herramientas de redes sociales. Este hallazgo destaca la importancia estratégica del e-commerce en plataformas como Facebook Marketplace, proporcionando claves para desarrollar estrategias que fortalezcan la fidelización en esta plataforma digital. En conclusión, la investigación ofrece insights sobre cómo optimizar la experiencia del usuario y mejorar la competitividad en el mercado digital.

Palabras claves: E-commerce, marketplace de facebook, fidelización y consumidores.