

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**Marketing digital, gestión de ventas y satisfacción de los  
clientes de una empresa de hidrocarburos de Lima -2024**

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

**Autor:**

Luz Marleny Celiz Hernández  
Talvi Natividad Huayanay Alvarado  
Plasentina Carmen Pielago Carrera

**Asesor:**

Mtro. David Junior Elías Aguilar Panduro

Lima, 22 abril de 2026

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo David Junior Elías, Aguilar Panduro docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“MARKETING DIGITAL, GESTIÓN DE VENTAS Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE UNA EMPRESA DE HIDROCARBUROS DE LIMA -2024”** de los autores: Luz Marleny, Celiz Hernández, Talvi Natividad, Huayanay Alvarado Plasentina Carmen, Piélagos Carrera, tiene un índice de similitud de 20 % 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 27 días del mes de abril del año 2026



Nombres y apellidos del asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Naña, Villa Unión, a... 22 ... día(s) del mes de... abril ... del año 2026 siendo las 15:00 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 Coronel Baldoza el (la) secretario(a): Dr. José Ebor

Paz Vilchez y los demás miembros: Dra. Karina Elizabeth

Parades Abante y el (la) asesor(a) Mg. David Javier Elias

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

Marketing digital, gestión de ventas y satisfacción de los clientes de una empresa comercializadora de Hidrocarburos en Lima - 2024.

del(los) bachiller/es:

a) Luz Marlene Céliz Hernández

b) Talvi Natiridal Huayanay Alvarado

c) Plasentina Carmen Pielago Carrera

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.

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): Luz Marlene Céliz Hernández

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>15</u>	<u>B</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy Bueno</u>

Bachiller (b): Talvi Natiridal Huayanay Alvarado

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>15</u>	<u>B</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy Bueno</u>

Bachiller (c): Plasentina Carmen Pielago Carrera

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

(\*) 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]  
Miembro

[Firma]  
Secretario/a

[Firma]  
Asesor/a

[Firma]  
Miembro

[Firma]  
Bachiller (a)

[Firma]  
Bachiller (b)

[Firma]  
Bachiller (c)

## Dedicatoria

A nuestros padres por su amor y apoyo incondicional para lograr nuestras metas, éxitos que es el reflejo de su amor y guía; ustedes fueron nuestra mayor fuente de inspiración y motivación en cada paso de nuestra formación profesional.

## Agradecimiento

A Dios por brindarnos salud, fortaleza y perseverancia para culminar esta etapa profesional de nuestras vidas.

A nuestro asesor David Junior Elías, Aguilar Panduro, por compartir sus conocimientos, orientación y tiempo.

A la Universidad Peruana Unión, por brindarnos las herramientas necesarias para nuestro desarrollo profesional, y a los maestros por la formación académica.

Tabla de contenido

Caratula .....	¡Error! Marcador no definido.
Título .....	¡Error! Marcador no definido.
Resumen: .....	7
Abstract: .....	7
Introducción.....	8
Metodología .....	11
Población y muestra.....	12
Técnicas de recolección de datos .....	12
El aspecto ético.....	13
Resultados y discusiones .....	13
Discusiones y resultados. ....	16
Conclusiones .....	17
Recomendaciones.....	18
Referencias .....	19

# Marketing digital, gestión de ventas y satisfacción de los clientes de una empresa de hidrocarburos de Lima -2024

## Digital marketing, sales management and customer satisfaction of a hydrocarbon company in Lima - 2024

**Resumen:** determinar la relación entre el marketing digital, gestión de ventas y satisfacción de los clientes de una empresa de hidrocarburos de Lima. Su metodología fue de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo-correlacional y de corte transversal. La población fue de 450 clientes y la muestra de 142 clientes. Se desarrolló con el Alpha de Cronbach, siendo sus valores de marketing digital 0.963, gestión de ventas 0.964 y satisfacción de los clientes 0.945, los cuales fueron significativos. El resultado reveló que existe una relación positiva y altamente importante entre los factores ( $\rho = 0,942$  y  $\rho = 0,921$ ;  $p < 0,01$ ), donde se corroboró, que las estrategias digitales efectivas y una gestión de ventas organizada elevan la satisfacción y fidelización de los clientes, es decir, que al fortalecer la presencia digital y optimizar los procesos comerciales, la empresa genera experiencias más satisfactorias. En conjunto, ambos factores consolidan una percepción positiva y duradera hacia la marca. La conclusión fue que el marketing digital y la gestión de ventas, se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente y, se evidenció que ambos factores fortalecen la experiencia del consumidor y su fidelización hacia la empresa.

**Palabras clave:** marketing digital, gestión de ventas, satisfacción de los clientes, publicidad, marketing de contenido, redes sociales

Abstract: this study aimed to determine the relationship between digital marketing, sales management, and customer satisfaction at a hydrocarbon company in Lima. The methodology employed was quantitative, with a descriptive-correlational, cross-sectional design. The population consisted of 450 customers, and the sample comprised 142. Cronbach's alpha was calculated, yielding statistically significant values of 0.963 for digital marketing, 0.964 for sales management, and 0.945 for customer satisfaction. The results revealed a strong positive correlation between these factors ( $\rho = 0.942$  and  $\rho = 0.921$ ;  $p < 0.01$ ), confirming that effective digital strategies and organized sales management increase customer satisfaction and loyalty. In other words, by strengthening the digital presence and optimizing business processes, the company generates more satisfying customer experiences. Together, these factors consolidate a positive and lasting perception of the brand. The conclusion was that digital marketing and sales management are significantly related to customer satisfaction, and it was shown that both factors strengthen the consumer experience and their loyalty to the company.

Keywords: digital marketing, sales management, customer satisfaction, advertising, content marketing, social media.