

# Marketing digital como estrategia de satisfacción y fidelización de clientes en el departamento de San Martín, 2022

*por* Juan Orlando Riascos Armas

---

**Fecha de entrega:** 20-feb-2023 02:02p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2018981624

**Nombre del archivo:** DOCT.\_GEST.\_EMPRESARIAL\_-\_Juan\_Orlando\_Riascos\_Armas.docx (5.97M)

**Total de palabras:** 14505

**Total de caracteres:** 83597

# Marketing digital como estrategia de satisfacción y fidelización de clientes en el departamento de San Martín, 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Trabajo del estudiante	3%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
4	<a href="https://repositorio.unsm.edu.pe">repositorio.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://imosablogs.uv.es">imosablogs.uv.es</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://exonegocios.com">exonegocios.com</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%