

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“MARKETING DEPORTIVO Y SU RELACIÓN CON
LA IMAGEN CORPORATIVA DE UN CLUB DE
FÚTBOL DE TRUJILLO EN EL 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Marketing

Autores:

Leandro Fernando Bengoa Paucarcaja

Pedro Alejandro Vasquez Diaz

Asesor:

Mg. Francisco Jesús Paredes León

<https://orcid.org/0000-0003-3063-1404>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Luis Guido Tresierra Ayala	17867006
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Jocelyn Infante Linares	18136826
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Robert Neciosup Guibert	17866056
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

TABLA DE CONTENIDO

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III: RESULTADOS	27
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	49
ANEXOS	53

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. <i>CLASIFICACIÓN DE NIVELES DE ACEPTACIÓN</i>	26
TABLA 2. <i>RANGO DE VALORES DE RHO DE SPEARMAN</i>	26
TABLA 3. <i>GRADO DE RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DEPORTIVO Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	27
TABLA 4. <i>ACEPTACIÓN DEL MARKETING DEPORTIVO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	29
TABLA 5. <i>ACEPTACIÓN DEL MARKETING MIX DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	31
TABLA 6. <i>ACEPTACIÓN DEL PATROCINIO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	33
TABLA 7. <i>ACEPTACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	35
TABLA 8. <i>ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	37
TABLA 9. <i>ACEPTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	39
TABLA 10. <i>ACEPTACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021</i>	41
TABLA 11. <i>PRUEBA DE K-S DE LA MUESTRA</i>	64

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1.</i> MAPA DE PROCESOS DE CODIFICACIÓN DE NIVELES DE ACEPTACIÓN	25
<i>FIGURA 2.</i> GRÁFICO DE DISPERSIÓN DE DATOS ENTRE EL MARKETING DEPORTIVO Y LA IMAGEN CORPORATIVA	28
<i>FIGURA 3.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DEL MARKETING DEPORTIVO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	30
<i>FIGURA 4.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DEL MARKETING MIX DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	32
<i>FIGURA 5.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DEL PATROCINIO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	34
<i>FIGURA 6.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	36
<i>FIGURA 7.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	38
<i>FIGURA 8.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	40
<i>FIGURA 9.</i> GRÁFICO DE ACEPTACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL DE UN CLUB DE FÚTBOL EN EL AÑO 2021	42

RESUMEN

La presente investigación se propuso demostrar que existe una relación positiva y significativa entre la aplicación de una estrategia de marketing deportivo y la imagen corporativa de un club de fútbol en el año 2021, con el propósito de incrementar el marco de referencia respecto al comportamiento del consumidor en fanáticos deportivos. La metodología empleada fue no experimental, cuantitativa y correlacional, para lo cual se aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos de una población de 100 fanáticos registrados en la base de datos de un club deportivo. Entre los hallazgos más resaltantes, se estableció que, según el estadístico Rho de Spearman, con una significancia de .000 y un valor estadístico de .804, existe una relación fuerte y significativa entre el marketing deportivo y la imagen corporativa. En el mismo sentido, se estableció que el 40% de los encuestados presentan una alta aceptación por la mercadotecnia deportiva y el 37% acepta medianamente la imagen corporativa de la organización. De modo que, se concluye que a medida que la aceptación del marketing deportivo se vea incrementada, más positiva será la aceptación de la imagen corporativa y viceversa. Se sugiere expandir la línea de investigación con estudios experimentales entre ambos fenómenos para evaluar la relación causa-efecto.

PALABRAS CLAVES: Marketing deportivo, Imagen corporativa, Club de fútbol, Hinchas, Correlacion de Spearman.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Argan, M., Argan, M., Köse1, H., & Gökalp, B. (2013). Using Facebook as a Sport Marketing Tool: A Content Analysis on Turkish Soccer Clubs. *Journal of Internet Applications and Management*, 4 (1), 25-35. DOI: 10.5505/iuyd.2013.74046
- Baena, V. (2016). "Online and mobile marketing strategies as drivers of brand love in sports teams: Findings from Real Madrid", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 17 No. 3, pp. 202-218. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2016-015>
- Bravo, A. (2019). La imagen corporativa y su relación con la satisfacción de usuario en la clínica GROMEL-LAB. S.A.C.-JUANJUÍ. Recuperado de http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1570/BRAA_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calabuig, F., Mundina, J., & Crespo, Josep. (2010). Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos RETOS. *Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, núm. 18, julio-diciembre, 2010, pp. 66-70 Federación Española de Docentes de Educación Física Murcia, España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345732284013>
- Centeno Cuya, P. A. (2020). *Ética empresarial y la imagen corporativa de la asociación sin fines de lucro CONFENADIP, Lima 2020* (Universidad César Vallejo). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55732>
- Colleypriest, G. (2019). 5 of the best sports marketing campaigns. *Underdog Sports Mktg.* <https://www.underdogsport.co.uk/post/5-of-the-best-sports-marketing-campaigns>

- Condemayta Jalanoca, E. M. (2017). Impacto de las estrategias de marketing deportivo en la reputación corporativa de la escuela de fútbol Esther Grande de Bentín de Arequipa, percibida por los pobladores del distrito de Paucarpata, durante el primer semestre del 2016. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3704>
- Ewanlen, D. O., & Obeki, S. O. (2021). Events Sponsorship and Corporate Image: Viewers' Perspectives. *Saudi J Bus Manag Stud*, 6(12), 427–436. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2021.v06i12.001>
- Fujun, L., Mitch, G., & Barry, J. B. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62(10), 980–986. doi:10.1016/j.jbusres.2008.10.015
- Fullerton, S., & Russell Mer, G. (2008). The Four Domains of Sports Marketing: A Conceptual Framework Introduction to Sports Marketing. *Sport Marketing Quarterly*, 17(2), 90–108. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/265199601_The_Four_Domains_of_Sports_Marketing_A_Conceptual_Framework_Introduction_to_Sports_Marketing
- Funk, D. C., Haugtvedt, C. P., & Howard, D. R. (2000). Contemporary attitude theory in sport: Theoretical considerations and implications. *Sport Management Review*, 3(2), 125–144. [https://doi.org/10.1016/s1441-3523\(00\)70082-9](https://doi.org/10.1016/s1441-3523(00)70082-9)
- Gaspar, M., Morais, D., Junior, A., & Debia, C. (2014). Marketing deportivo: um estudo de las acciones más ejecutadas por grandes clubs del fútbol brasileño. Recuperado de <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/9145/3948>

- Guerra, R. (2010). Proyecto de Diseño aplicado al Deporte. Una nueva propuesta de Imagen Corporativa para el Fútbol Peruano. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/1028.pdf
- Gutiérrez, Z. (2018). Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia de La Libertad - Trujillo, 2017. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11804/gutierrez_az.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera, J., & Blanco, T. (2009). Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial. Recuperado de <https://cutt.ly/EmTKzgi>
- Jurado, D. (2015). Marketing deportivo “Una recolección de definiciones”. Recuperado de http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/412/2/Esumer_marketing.pdf
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2018). *Marketing (13a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana. <https://ebookcentral.bibliotecaupn.elogim.com/lib/upnpe/detail.action?docID=5426439>
- Monsalve, J. C., & Cruz, D. A. (2015). Estrategias de marketing deportivo como influencia en la gestión de marca de un club deportivo universitario en el año 2014. (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/6474>
- Pérez, C.; Crespo, J.; & Calabuig, F. (2008). La calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos, el caso de una reunión internacional de atletismo. Recuperado de <http://www.cienciadeporte.com/images/congresos/leon/salud,%20ocio%20y%20reaccion/perezcalidad.pdf>

- Rana, A. (2021). *The most effective sports marketing campaigns ever*. Project Nile.
<https://projectnile.in/2021/05/04/the-most-effective-sports-marketing-campaigns-ever/>
- Rivera, J. P. [JessicaPérezRivera_EM]. (2019). *Procesamiento de escalas de Likert - Baremación con SPSS - Transformación de variables*. Youtube.
https://www.youtube.com/watch?v=_1bfxb73kX0
- Sevilla Abarca, C. A. (2021). *El marketing deportivo aplicado al posicionamiento de la marca* [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32236>
- The Drum. (2021). *5 of the best sports campaigns that won in 2021, including Ajax and AB InBev*. The Drum. <https://www.thedrum.com/news/2021/12/27/5-the-best-sports-campaigns-won-2021-including-ajax-and-ab-inbev>
- Viteri, C., & Stephanie, M. (2013). *Marketing deportivo Estrategias de marketing de dos equipos quiteños de futbol y su impacto sobre el comportamiento de compra de sus hinchas*. Recuperado de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3016/1/109763.pdf>
- Zacarias, H., & Supo, J. (2020). *Metodología de la Investigación Científica: Para las Ciencias de la Salud y las Ciencias Sociales*. Independently Published.
<https://books.google.com.pe/books?id=WruXzQEACAAJ>