

Cuadro 3. La matriz de correlación

Variables		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Variables dependientes	Rentabilidad del cliente	1	1													
	Calidad de experiencia del cliente	2	.1037*	1												
Equidad de cliente	Equidad de valor	3	.1037*	.9137*	1											
	Equidad de marca	4	.0618*	.8233*	.7642*	1										
	Equidad de relación	5	.0982*	.9382*	.8785*	.8138*	1									
Influencia social	Exposición	6	.0327	.4137*	.4031*	.3918*	.4143*	1								
	Valencia	7	.0934	.6591*	.6361*	.5939*	.6591*	.3992*	1							
	Amplitud	8	.0401	.4893*	.4995*	.5134*	.5063*	.4464*	.5651*	1						
Variables de control	Actividades de marketing	9	.2518*	.0499*	.0477*	.0517*	.0565*	.0464*	.0506*	.0335	1					
	Número de canales usados	10	.2499*	.0289	.0147	.0054	.0041	-.0332	-.0004	-.0346	.1618*	1				
	Duración de relación	11	-.0196	.0629*	.0672*	.1164*	.0743*	.2328*	.0590*	.1021*	.1685*	-.1247*	1			
	Compra cruzada	12	.4541*	.0972*	.0875*	.0683*	.0844*	.0058	.0538*	.0067	.4438*	.5705*	.0040	1		
	Ingreso	13	.3583*	.0866*	.0595*	.0676*	.0737*	.0250	.0636*	-.0112	.3092*	.3075*	.0708*	.3896*	1	
	Género	14	.1604*	-.1075*	-.0901*	-.1054*	-.0964*	-.0204	-.0130	-.0251	.2510*	.1568*	-.0376	.2085*	.0330	1
	Edad	15	-.0112	.2169*	.2204*	.2639*	.2137*	.1353*	.1085*	.1440	.1729*	-.2754*	.5539*	-.0820*	.0174	.0087

Nota: * Indica coeficientes significativos en el nivel del 5%.