



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Marketing digital y posicionamiento del restaurante pizzería La
Morada, Lima, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

Bazan Vasquez, Fiorella Katherine (orcid.org/ 0000-0002-4020-7212)

Quiroz Muñoz, Maricielo del Rubi (orcid.org/ 0000-0002-2247-5176)

ASESORA:

Dra. Alburuqueque Arana, Fausta Elizabeth (orcid.org/ 0000-0002-6656-1180)

LÍNEA DE INVESTIGACION:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHEPÉN – PERÚ

2022

Dedicatoria

Mi tesis dedico a mi padres por haberme forjado como la persona que soy actualmente a la vez gracias al apoyo de ellos para culminar mi carrera, también dedico a mis abuelos quienes con sus palabras de aliento no dejaron darme por vencida, a mis hermanas por ser mi fuente de motivación para que ellas en un futuro sean igual que yo.

Fiorella Bazán Vásquez

A mis padres por inculcarme de valores y perseverancia, a mi persona porque a pesar de todos los obstáculos que se me presento en el camino lo he podido superar con mucha valentía y sabiduría, también a mi hermana y mis dos hermosas sobrinas Valeria y Briana, todos mis seres queridos y amistades.

Maricielo del Rubi Quiroz Muñoz

Agradecimiento

Agradezco a dios por haberme otorgado una familia maravillosa quienes siempre creyeron en mí y enseñándome a valorar todo lo que tengo.

Agradezco mucho la ayuda de mis maestros por todo el conocimiento que me otorgaron y ser una gran profesional. Y por último agradezco a personas que quizás hoy en día no estén a mi lado pero me ayudaron mucho en mi trayecto con conocimientos nuevos y también agradezco a personas que aún siguen a mi lado brindándome siempre sus palabras de aliento.

Fiorella Bazán Vásquez

Agradezco a Dios porque siempre ha estado presente acompañándome en los momentos buenos y difíciles también dar gracias a todos mis docentes: Lescano Llaulli, Patricia Marlene, Rosell Vargas, Carlos Alberto, Gutiérrez Alarcón, Jacinto, Aguilar Chávez, Pablo Valentino, Chávez Bejarano, Denis Guizela, Cruz Rosas, Julissa, Paredes Morales, Ana Elizabeth, Cedrón Medina, Carlos Alberto, Guerrero Vílchez, Ricardo Antonio, Flores Lezama, Marilú Trinidad, Urteaga Meléndez, Rosa Mercedes, Alburuqueque Arana, Fausta Elizabeth, Cueto Malaga Claudio Miguel, Deza de la Cruz Luis Nicolás, también a mis amistades: Nguyen B., Lau, L., Takayama J., Bazán Vásquez Fiorella y seres queridos.

Agradezco mucho al dueño del Restaurante Pizzeria La Morada al Ing. Fernando G. L. Mas Mory por permitirnos desarrollar nuestro proyecto en su empresa.

Maricielo del Rubi Quiroz Muñoz

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1 Tipo y el Diseño de investigación.....	9
3.2 Variables y Operacionalización.....	10
3.3 Población, muestra y muestreo.....	11
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5 Procedimientos.....	13
3.6 Método de análisis de datos.....	13
3.7 Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN.....	22
VII. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS.....	34

Índice de tablas

Tabla N° 1 : Pruebas de normalidad.....	15
Tabla N° 2 : Correlación entre marketing digital y el posicionamiento.....	16
Tabla N° 3 : Determinar el nivel de marketing digital.....	17
Tabla N° 4 : Determinar el nivel de posicionamiento.....	18
Tabla N° 5 : Correlación entre la dimensión promoción y el posicionamiento.....	19
Tabla N° 6 : Correlación entre la dimensión comunicación y el posicionamiento.....	20
Tabla N° 7 : Correlación entre la dimensión publicidad y el posicionamiento.....	20
Tabla N° 8 : Correlación entre la dimensión redes sociales y el posicionamiento.....	21

Índice de graficos y figuras

FIGURA 1 : Análisis del nivel del Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.....	17
FIGURA 2 : Análisis del nivel del Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.....	18

Resumen

La siguiente investigación tuvo como propósito determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la empresa Restaurante Pizzería La Morada, la investigación es de tipo aplicada, diseño no experimental y nivel correlacional de corte transversal. El estudio se realizó con una muestra de 384 clientes a los que se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas. El instrumento fue validado por la técnica de juicio de expertos, cuyos integrantes fueron los docentes de la especialidad y un docente metodólogo. Después de recoger la información, se tabularon los datos en un Excel para luego procesarlos por medio del programa estadístico SPSSv25. De los datos procesados, se obtuvieron los siguientes resultados: $(r = 0.642)$ y $(p = 0,000)$ menor al 5%. Lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre sus variables, esto indica que el Marketing Digital es un factor que contribuye al Posicionamiento de la empresa. De la misma manera se determinó el nivel del marketing digital en la empresa obteniéndose los siguientes resultados: de los 348 clientes encuestados el 2% de los clientes muestran un nivel bajo y un 98% muestran un nivel medio en cuanto al marketing digital. Así mismo se determinó el nivel del posicionamiento en la empresa obteniendo los siguientes resultados: de los 348 clientes encuestados, el 5% de los clientes muestran un nivel bajo y un 95% muestran un nivel medio, en cuanto al nivel del posicionamiento.

Palabras clave: Marketing digital, posicionamiento, clientes.

Abstract

The following research had the purpose of determining the relationship between digital marketing and the positioning of the company “Restaurante Pizzeria La Morada”, the research is applied, non-experimental design and cross-sectional correlational level. The study was conducted with a sample of 384 customers to whom a 20-question questionnaire was applied. The instrument was validated by the expert judgment technique, whose members were the professors of the specialty and a methodologist. After collecting the information, the data were tabulated in Excel and then processed by means of the SPSSv.25 statistical program. From the processed data, the following results were obtained: ($r = 0.642$) and ($p = 0.000$) less than 5%. This means that there is a moderate positive correlation between its variables, which indicates that Digital Marketing is a factor that contributes to the positioning of the company. In the same way, the level of digital marketing in the company was determined, obtaining the following results: of the 348 customers surveyed, 2% of the customers show a low level and 98% show a medium level in terms of digital marketing. Likewise, the level of positioning in the company was determined, obtaining the following results: of the 348 customers surveyed, 5% of the customers show a low level and 95% show a medium level, in terms of the level of positioning.

Keywords: Digital marketing, positioning, customers.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas afrontan un súper desafío frente a un mundo globalizado y lleno de competencias, donde la gran influencia frente a estas en el uso del internet, es por ello, que se necesita crear estrategias, planificar y lograr entender las tendencias frente a estas que nos permitan encontrar oportunidades, relacionarnos con los clientes, lograr fidelizarlos con ellos. Por lo expresado, es de vital importancia que se concentren y el difícil terreno que es el marketing digital.

Como bien se sabe que, en la era del marketing digital, que es un campo difícil y especial, se trabaja de la mano con las redes sociales, que es una rama muy poderosa en sí, porque vas de la mano con las personas o tus posibles clientes y actúa como un público potencial porque tienen libre expresión frente a ellas

Conexionesan (2018) Nos mencionan que los sentimientos de las personas aumentan cuando interactuamos con los demás ya sean experiencias acompañadas o uno mismo. De los cuales, se puede decir si la marca es de calidad. Por lo tanto, una vez que se establece en el mercado, y todo lo que se realice después debe tener un argumento, incluido las estrategias de marketing digital. Según lo mencionado anteriormente a través del marketing digital se crea interacciones y experiencias con las personas y a partir de ellas se van dando cuenta si en realidad la marca es valiosa y por consiguiente establecer un posicionamiento fuerte mediante técnicas y estrategias que comparte el marketing.

Del 100%, el 60% de los usuarios de teléfonos móviles pueden contactar a una compañía de línea en particular para obtener diferentes resultados de búsqueda, lo que nos brinda diferentes oportunidades para comunicarnos con ellos, lo que demuestra que el mundo es cada día más global y documenta cambios organizacionales significativos en el sector empresarial mundial. Y esto desencadenará su participación en el mundo globalizado de la tecnología, donde brindan muchas oportunidades de Internet a empresas grandes y pequeñas.

De acuerdo a lo referenciado anteriormente el posicionamiento es lograr que en el mercado los clientes o consumidores elijan la marca por encima de las demás, poder impactar la marca en su mente mediante estrategias.

Es por ello que el enfoque digital es vital para obtener un buen posicionamiento por encima de las competencias, así mismo, se debe aprovechar la calidad del producto para potenciar la marca en el mercado.

Es una forma que se encuentra vinculado a la definición de la propuesta de valor, donde hay un diseño integral de la oferta, con la finalidad que la demanda sea mayor y prolongada.

Por lo expresado, se plantea el próximo problema de investigación ¿Existe relación del Marketing digital y el Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022?

El siguiente el estudio se justifica con:

La presente guarda relevancia social, cuenta una amplia y clara comprensión vinculada a la relación que se mantiene entre las variables expuestas, esta investigación no solo le permitirá al Restaurante Pizzería La Morada S.A.C. a resolver los obstáculos que se presentan, sino a diversas empresas que pueden presentar esas dificultades en su gestión.

Implicaciones prácticas, el estudio se enfocará en brindar conocimientos prácticos a Pizzería La Morada S.A.C. que les permita implementar adecuadamente las relaciones de marketing digital con el fin de lograr el mayor nivel de posicionamiento de marca entre los clientes en términos de ventas, permitiendo así a los directivos de la empresa convertirse en una decisión estratégica.

Valor teórico, ayudara mucho a los investigadores hacia su investigación donde se ayudara mediante la investigación recolectada que guarde relación con las variables estudiadas, de esa manera encontrar los problemas, aplicar estrategias, y brindar soluciones para un alto rendimiento de la empresa.

Utilidad Metodológica, la investigación sufre varios procesos, en donde se busca los problemas, las hipótesis, los objetivos, es por ello la importancia de reconocer estos temas para investigar. Por lo tanto, se realizarán los esfuerzos adecuados para facilitar a los empresarios la consecución de una cuota de mercado satisfactoria sin discriminar a las PYME. Esta herramienta también se utilizará de manera casual, tiene un grado de correlación descriptivo derivado de un enfoque

cuantitativo, cuyo objetivo principal es establecer una correlación del Marketing digital y el Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada.

El estudio se plantea los siguientes objetivos: Objetivo General (OG) y Objetivos específicos (OE)

OG: Determinar la relación que existe entre el marketing digital y el posicionamiento del restaurante pizzería La Morada S.A.C. Lima, 2022.

OE: Determinar el nivel del Marketing digital en el restaurante pizzería La Morada S.A.C. Lima, 2022; Determinar el nivel de Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; Determinar la relación que existe entre la dimensión Promoción y el Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; Determinar la relación que existe entre la dimensión Comunicación y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022; Determinar la relación que existe entre la dimensión Publicidad y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022; Determinar la relación que existe entre la dimensión Redes Sociales y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Además, presenta la siguiente hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre el Marketing digital y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022. Además, presenta la siguiente hipótesis:

II. MARCO TEÓRICO

Los estudios cubren parte del trabajo que han realizado. Entre ellos tenemos:

El entorno internacional, Niño (2021), en su estudio “Plan de negocios pizza rock en Colombia” comentó De acuerdo con todos los puntos anteriores sobre el módulo de mercado, módulo de operaciones y otros módulos en este plan de negocios para completar. Se relaciona con la posición financiera de la empresa y su viabilidad para concluir que a pesar de ser una idea de negocio con un margen de ventas medianamente reducido propio del nivel al que aún se encuentra la empresa, es viable pensar que con la aplicación disciplinada y consistente de todas las estrategias propuestas en este plan de negocio ayudarán a que ‘Pizza Rock’ continúe siendo una empresa rentable en el corto, mediano y largo plazo y pueda seguir creciendo con miras en la aplicación de su enfoque a nivel internacional.

López y Rodríguez (2017) ““plan de negocio de una pizzería utilizando ingredientes no tradicionales en el sector céntrico de Guayaquil” El marco teórico sirve de guía para tener una idea clara de la realización del trabajo de investigación, permite percibir de manera efectiva el problema a resolver y se dio mediante la realización de encuestas, lo que dio como resultado que el 87,97% de las personas están de acuerdo con la apertura de un nuevo restaurante, y por consiguiente el 78,02% del público está dispuesto a degustar este alimento en conclusión la estrategia de marketing se implementa para posicionarse en la mente del mercado objetivo y con ello darse a conocer en el mercado brindando información veraz de la campaña a través de folletos y redes sociales.

López (2017) “Creación de una pizza pay funcional enfocada a personas con enfermedades cardiovasculares, para la empresa Pavipollo Pizza en México” se inicia con un análisis y diagnóstico detallado. Al aplicar la encuesta e implementar el grupo focal, además de lograr el objetivo general, se concluyó que es necesario incrementar la cartera de clientes de pizza de la empresa, ya que el 47% de los encuestados comen pizza sólo una vez al mes, de los cuales el 35% come pizza Pavipollo. Y el marketing se posiciona como el proveedor de pizzas más popular de la zona.

A nivel nacional, Cortez, J. y Paredes E. (2021) "Calidad de servicio y la fidelización del cliente en la pizzería Tumi del cercado de Juliaca" El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la pizzería Tumi del cercado de Juliaca. La población estuvo conformada por 950 clientes de la pizzería y aplicando un muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 142 clientes. La técnica e instrumento aplicados fueron la encuesta y el cuestionario. La aplicación del instrumento proporciono resultados y respondió a la hipótesis de estudio, concluyendo que la calidad de servicio tiene relación directa y alta con la fidelización del cliente en la pizzería Tumi Por tanto, frente a la existencia de alta (baja) calidad de servicio, se concentrará alta (baja) fidelización de clientes en la empresa.

Moreno y Villanueva (2020) "Posicionamiento y fidelización de los clientes de la Pizzería Mostra de Nuevo Chimbote" Tuvo como objetivo general Determinar la relación que existe entre el posicionamiento y fidelización. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental de tipo transversal. Se aplico un cuestionario a una muestra de 98 consumidores, el cual fue validado por expertos obteniendo una prueba de confiabilidad de 0.83, determinado un cuestionario altamente confiable y validado Después de un riguroso análisis, se concluyó que el posicionamiento tiene una relación positiva moderada con la fidelización con un valor de 0.387, sin embargo, se ha determinado que esta variable no es determinante para la fidelización del consumidor, debido a que no hay una relación direccional entre las viables posicionamiento y fidelización.

Lazo (2018), se considera "marketing mix y posicionamiento en el mercado automotriz a nivel nacional Fagamotors los olivos". El objetivo es descubrir la relación entre el marketing mix y el posicionamiento para sugerir si sus variables están relacionadas, su estudio El método fue hipotéticamente deductivo, con un diseño no experimental de corte transversal, teniendo en cuenta la colaboración de 112 personas, como técnica: la encuesta y herramienta utilizó 31 preguntas, cada una compuesta por 14 preguntas que fueron variables. Se concluye que la conexión entre el marketing mix y el posicionamiento es relevante en el mercado de automóviles fagamotors, debido a que el marketing mix trata de reflejar la imagen

de los clientes o consumidores en el mercado según las 4P según el propósito que la empresa entrega a los consumidores.

Arce (2016) en su investigación “Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza lima”. En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 encuestados, se concluye que 181 comensales se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido por el restaurante; sin embargo, 175 de ellos manifiestan claramente su insatisfacción. Asimismo un elemento clave de la satisfacción es el tiempo de espera para ser atendido; con respecto a esto 214 comensales están de acuerdo con el tiempo de espera; sin embargo 153 manifiestan su insatisfacción con respecto a este parámetro en conclusión se puede comprobar que sus variables si se relacionan entre sí.

Grandez y Vela (2020) en la investigación: “El Marketing digital y la captación de clientes dentro de la institución educativa Santa Marta School en el distrito de Comas, 2020”. Tiene como finalidad desarrollar el marketing digital con el fin de mejorar y poder atender mejor a los clientes de la Institución Educativa Colegio Santa Marta en el 2020. La muestra estuvo conformada por 132 compradores del distrito de Coma de Lima, y la encuesta se realizó en la I.E. Según Google Sheets, la escuela Santa Marta tiene 200 alumnos. Las habilidades aprendidas de las encuestas y herramientas fueron construcciones en una escala de Likert que se administraron a los consumidores en un entorno educativo en la escuela Santa Marta utilizando Google Sheets. El resultado es que si existe una relación entre el marketing digital y el compromiso del consumidor en la Institución Educativa Escuela Santa Marta, Condado de Coma, 2020; de ahí que se pueda concluir que un buen uso del marketing digital tiene un gran impacto en la captación de clientes.

Inocente (2021) “Marketing digital y posicionamiento de la empresa Pert Ingenieros Asociados, Los Olivos, 2021” tuvo como objetivo decretar su relación que tiene entre el marketing mix con el posicionamiento. Su metodología es aplicada, cuantitativa, nivel descriptivo apropiado, diseño transversal no experimental y deducción hipotética. La población estuvo constituida por 1000 personas potenciales con un tamaño de muestra de 90, utilizando el método de obtención de información de datos a través de una encuesta y como medio la realización de cuestionarios tipo Likert sobre dos variables. Con base en la

información obtenida del análisis descriptivo e inferencial, se puede concluir que el marketing digital se relaciona significativamente con el posicionamiento.

Quispe (2021) en su investigación: El Marketing digital y fidelización de clientes en Industrial Pozo E.I.R.L., Puente Piedra, 2021. Dijo que el propósito del estudio fue entender la relación entre el marketing digital y la fidelización de los consumidores. Esto se refleja en un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental transversal con un nivel de correlación descriptivo realizado mediante una encuesta a 50 clientes y un cuestionario tipo Likert, concluimos que si existe un vínculo entre el marketing digital y el cliente lealtad.

Marketing digital

(Vértice, 2010), (Karina, Bricio, Calle José y Zambrano Mario, 2018), Señalan que el marketing digital es parte de las actividades de marketing de una empresa, pero por el contrario, el marketing digital combinado con el marketing tradicional utilizando ventajas modernas puede lograr el objetivo de atraer nuevos clientes.

Así mismo por Marketing digital cuenta con las siguientes dimensiones:

Promoción, (TELLIS, 2002), esta hace que un producto o marca que recién ingresa al mercado pueda captar la atención; ayudan a ponerla en buen camino direccionado a segmentos específicos; y estimulan sus ventas en tiempos claves.

Comunicación (Cardozo Vale, 2007) dice que para lograr los objetivos comerciales se deben comprender los conceptos de la esencia de la comunicación de marketing y los elementos del mix de comunicación o mix de promoción e incluso desarrollar un plan de marketing. Comunicación bien estructurada para el plan de negocios, todo sobre la empresa.

Publicidad, (TELLIS, 2002) nos dice que es una pieza esencial para impulsar la demanda debido a que la tecnología hizo posible la producción y difusión de bienes en grandes cantidades, este ha sido parte del desarrollo de los grandes mercados y a fijar toda marca que representa una calidad uniforme a buen precio.

Redes Sociales, (Boyd y Ellison, 2007) se define como servicio de apoyo a las personas permitiéndoles, primero crear un perfil de imagen pública o semipúblico de manera interna de un sistema definido, segundo estructurar una

relación de participantes con los cuales compartir y por último ver y recolectar las listas formadas debido a las conexiones dentro del sistema.

Posicionamiento

Kotler & Armstrong (2017), Muestra que el posicionamiento es un método mercantil o logrando conseguir que los productos lleguen a ocupar un lugar distinto a su competencia y el consumidor pueda tener una idea más clara.

Así mismo por posicionamiento cuenta con las siguientes dimensiones:

Hoshmann (2014) expresa que calidad de servicio tiene que enfocarse en que los trabajadores deben de dar una buena impresión demostrando un buen servicio y ser muy amable con los clientes dando una buena atención demostrando los buenos modales, lenguaje entendible y demostrando los buenos modales escuchando las opiniones con mucha paciencia de tal modo el cliente obtenga una satisfacción al tener su pedido del producto,

En la dimensión Satisfacción del cliente, según Jones (2012), la lealtad de los clientes de una compañía es un factor principal que se observa, el comportamiento de los clientes en el extenso plazo es necesario para poder deducir las necesidades que los clientes tengan.

En la dimensión Top of mind, según Valentina Giraldo (2019), estar al nivel de la mente del cliente, exactamente no implica ser líder de la empresa, solo que muchas veces existe una relación principalmente por dos factores: la primera conquistar la marca, aunque no sea consumida y la segunda se relaciona a la importancia del marketing voz a voz ya que ese tipo de marketing se ha resignificado en el medio digital.

La dimensión Top of mind cuenta a la vez con los siguientes indicadores:

Nivel de conocimiento emocional del cliente, para Rodríguez y Sandoval (2017), nos dice que no basta la alta calidad de los productos para lograr una competitividad sino requiere de la capacidad y conocimiento emocional que los clientes buscan y así la marca pueda generar vínculos emocionales agradables e significativo con los consumidores.

III. METODOLOGÍA

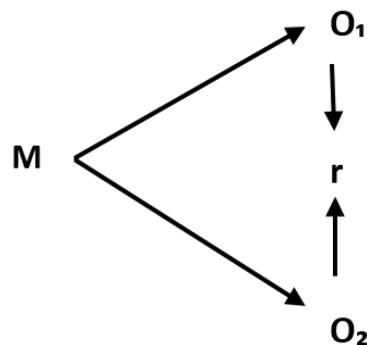
3.1 Tipo y el Diseño de investigación

Nivel: Descriptivo-correlacional. Porque se trata de explicar el comportamiento y tamaño de las variables.

Enfoque: Es cuantitativo porque es secuencial y probatorio cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos (Creswell 2013).

Diseño de investigación: Las variables de estos estudios fueron no experimentales, puesto que este diseño no fue manipulado. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Wentz 2014)

Esquema del diseño que se usó:



Considerando:

M: La muestra

O₁: La Variable Independiente

O₂: La Variable Dependiente

r: El Nivel de correlación de las variables de estudio.

3.2 Variables y Operacionalización

Marketing Digital (V1)

Definición conceptual

Marketing digital se define como variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes (Selman, 2017).

Definición operacional

La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems.

Posicionamiento (V2)

Definición conceptual

El posicionamiento es la forma en que el consumidor se asocia con el producto o servicio ofrecido, y mostramos sus características básicas, la posición que el consumidor toma en su mente su conexión que obtiene con el producto o servicio que se le dirige. Productos que ofrece la competencia. Por lo tanto, la colocación de nuestro producto ofrecido depende de cómo se siente el consumidor sobre el producto ofrecido, porque es allí donde obtiene impresiones y sentimientos que no se pueden experimentar con el producto de un competidor (Armstrong, 2003).

Definición operacional

La medición de esta variable será por medio de 3 dimensiones: Calidad de servicio, servicio al cliente y Top of mind. La cual se segrega en 7 indicadores. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems.

Escala de medición: Escala de Likert

3.3 Población, muestra y muestreo

Población:

Está formado por un nutrido grupo de consumidores que coincidió en la mayoría de sus características. El estudio estuvo formado por una población infinita.

Muestra:

La muestra se realizará con una parte de la población con lo cual se procedió a realizar dicha investigación. López, (2004), al tener nuestra muestra con una población infinita, por lo que nuestros consumidores son muy variados, nos dio un resultado de 384 personas como muestra.

DATOS:

$$N = \text{¿?}$$
$$Z = 95\% (1.96)$$
$$P = 0.$$
$$Q = 0.5$$
$$E = 5\% (0.05)$$
$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} = 384$$

Muestreo:

No tuvimos un muestreo porque decidimos trabajar con la muestra no probabilística dada anteriormente.

Criterios de selección

Criterio de inclusión:

Se determinó una población infinita debido a que nuestra clientela recurrente es demasiado diversa en cuanto a la edad escogida, además cabe resaltar que no solo la población local visita el Restaurante Pizzería La Morada, sino personas de diferentes lugares.

Criterio de exclusión:

Los pobladores que no se tomó en cuenta a los infantes, debido a que en gran parte dependen de sus padres los cuales fueron los entrevistados y también porque carecen de ingresos económicos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TECNICA:

El procedimiento el cual haremos serán encuestas y podremos medir variables que estudian marketing digital que nos permitirán recibir información.

INSTRUMENTO:

El instrumento a utilizar es el cuestionario para la presente investigación se utilizara dos cuestionarios, uno para la variable marketing digital el cual consta de 10 preguntas y el otro para la variable posicionamiento el cual consta de 10 preguntas. Para ambos se utilizara la escala de Likert la cual consta en: 1 NUNCA, 2 CASI NUNCA, 3 A VECES, 4 CASI SIEMPRE, 5 SIEMPRE.

VALIDEZ:

Representan la calidad de exactitud y calidad que medirán los instrumentos de sus variables en la investigación, llevando a realizar un análisis a conclusiones legítimas (Hernández, 2016).

CONFIABILIDAD:

Consiste en donde los instrumentos , se basan en una forma de recolectar datos y a la vez la eliminación de los riesgos que obtengan en las variaciones mediante su aplicación, de modo que los instrumentos siempre deben contar con precisión y efectividad para los empleos (Mata Solís, 2020).

La presente investigación utilizó el Alfa de Cronbach

Posicionamiento

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	10

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	10

Marketing Digital

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,916	10

3.5 Procedimientos

Para realizar esta investigación, el encargado de la empresa estudiada brindó su aceptación y permiso para poder utilizar el nombre y recopilar la información necesaria, en las encuestas realizadas se utilizó como instrumento un cuestionario a escala de Likert, realizada a los consumidores del Restaurante Pizzería La Morada, y con estadísticas se la cual obtuvo una conexión entre ambas variables marketing, digital con posicionamiento, del Restaurante Pizzería La morada.

3.6 Método de análisis de datos

Análisis de datos descriptivo

Toda información obtenida fue desarrollada en plataformas estadísticas Excel 2019 y con el programa SPSS. Luego para plasmar todos los resultados obtenidos se utilizó gráficos y tablas para su mejor entendimiento y visualización.

Análisis de datos inferencial

Está dirigido partiendo desde las conclusiones y poder finalizar deduciendo las probabilidades del cliente que emergen según efectos recibidos de la muestra.

Prueba de normalidad

Se aplicó Kolmogorov - Smirnov por la magnitud de la muestra a 384 consumidores.

3.7 Aspectos éticos

Al citar cada párrafo utilizado en la investigación respecto al tema se respetó a los autores propietarios de esas ideas. De igual manera se mantuvo en privado a los participantes de la investigación, el trabajo se desarrolló en base a la guía de la Universidad César Vallejo.

IV. RESULTADOS

Descripción de resultados

Prueba de normalidad

Ho: Datos procesados siguen una distribución normal

H1: Datos procesados no siguen una distribución normal

Tabla 1

<i>Pruebas de normalidad</i>						
	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
MARKETING DIGITAL	0,182	384	0	0,886	384	0
POSICIONAMIENTO	0,225	384	0	0,888	384	0

Nota: Datos de la prueba piloto que arrojo el Alfa de Cronbach

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 1, se observa una significancia ($p=0,000$) menor a 5%, por lo tanto, se aparta la hipótesis nula, debido a que no sigue una división normal, por ende, se reconoce la hipótesis alternativa. Para evaluar la hipótesis de estudio se empleara la prueba Kolmogórov-Smirnov.

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre el marketing digital y el posicionamiento del restaurante pizzería La Morada S.A.C. Lima, 2022.

Hi: Existe relación entre el Marketing Digital y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Ho: No existe relación entre el Marketing Digital y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 2*Correlación entre marketing digital y el posicionamiento*

			MARKETING DIGITAL	POSICIONAMIENTO
Rho de Spearman	MARKETING DIGITAL	Coeficiente de correlación	1,000	,642**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	POSICIONAMIENTO	Coeficiente de correlación	,642**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

Nota: Datos de la prueba piloto que arrojo el SPSS 21

Interpretación: La Tabla 2, notamos que, de 384 consumidores encuestados se muestra una significancia ($p=0,000$) que es menor al 5%, por lo tanto se acepta la H1 y se rechaza la Ho. Su correlación ($r=0.642$) muestra positiva moderada entre sus variables, significa que existe relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la pizzería La Morada, Lima, 2022.

Objetivo específico 1

Determinar el nivel de Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 3

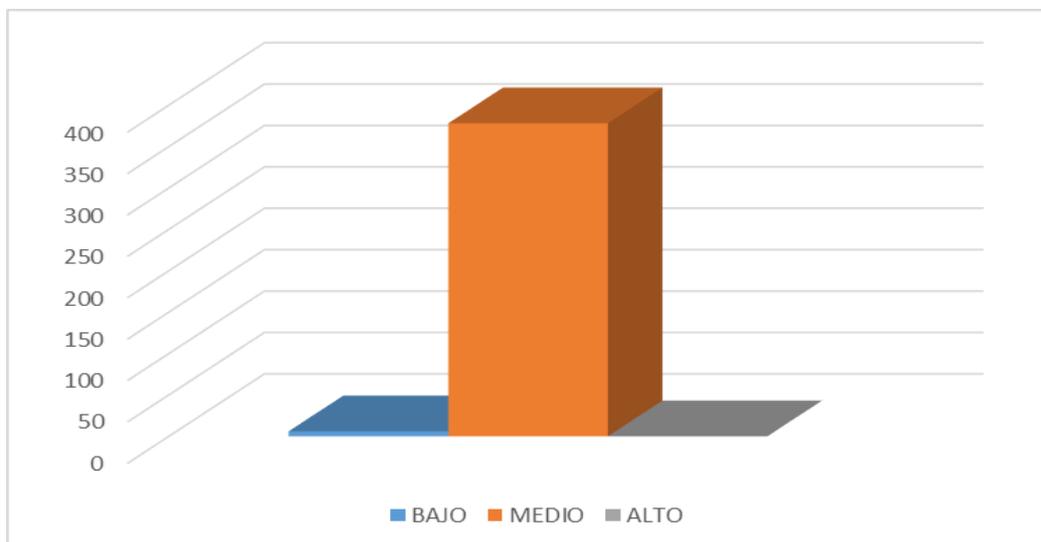
Nivel de medición de la variable marketing digital de los clientes del Restaurante Pizzería La Morada.

Nivel	N° Clientes	%
BAJO	6	2%
MEDIO	378	98%
ALTO	0	
Total	384	100%

Nota: Encuesta a los consumidores

Figura 1

Análisis de nivel de Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022



Nota: Tabla 3

Interpretación: En el Gráfico 1 y tabla 3, notamos que, de 384 consumidores encuestados, el 2% de los clientes indican que el nivel del marketing digital es bajo y el 98% dice que es medio.

Objetivo específico 2

Determinar el nivel de Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

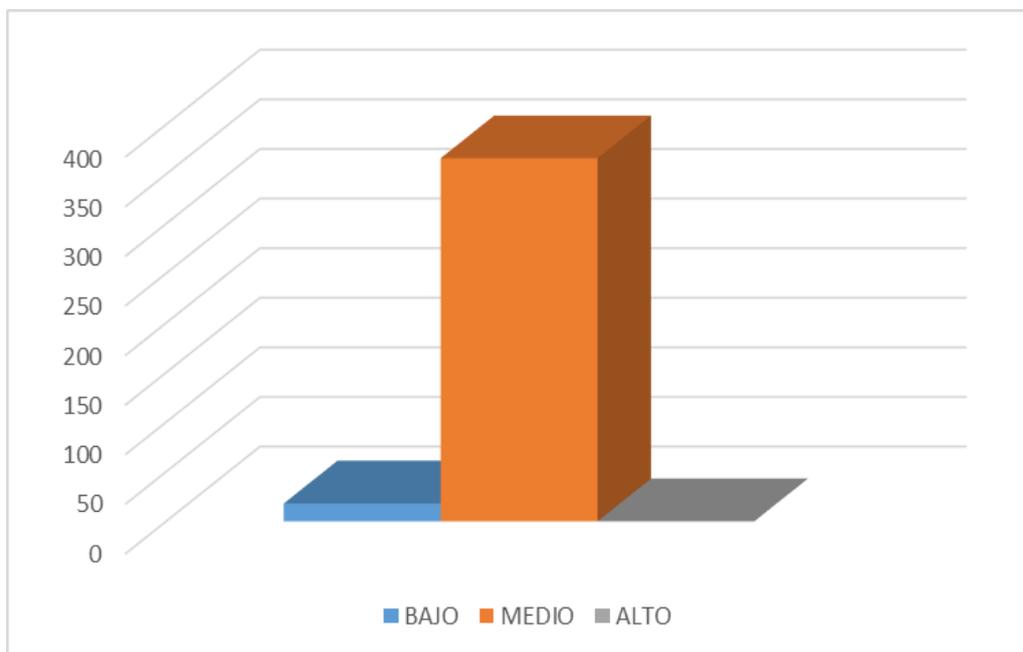
Tabla 4

Nivel	Nº Clientes	%
BAJO	18	5%
MEDIO	366	95%
ALTO	0	0%
Total	384	100%

Nota: Encuesta aplicada al consumidor

Figura 2

Análisis del Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.



Fuente: Tabla 4

Interpretación: En la tabla 4 y Gráfico 2, notamos que, de 384 consumidores encuestados, que el 5% de los clientes del Restaurante Pizzería La Morada indican que el nivel de Posicionamiento es bajo y el 95% es medio, por lo regular se encuentra moderado dentro del mercado.

Objetivo específico 3

Establecer el vínculo existente entre la dimensión Promoción y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 5*Correlación entre la dimensión promoción y el posicionamiento*

			PROMOCIÓN	POSICIONAMIENTO
Rho de Spearman	PROMOCIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,660**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	POSICIONAMIENTO	Coeficiente de correlación	,660**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

Nota: Encuesta aplicada al consumidor

Interpretación: En el objetivo y la tabla 5, muestra una correlación positiva moderada para un valor ($p = 0.000$) menor al 5% indica que existe el grado de correlación ($r=0.660$), por lo que este indica que existe relación entre la dimensión de promoción del Restaurant Pizzería La Morada.

Objetivo específico 4

Establece el vínculo que existe entre la dimensión Comunicación y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 6*Correlación entre la dimensión comunicación y el posicionamiento*

			COMUNICACIÓN	POSICIONAMIENTO
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,553**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	POSICIONAMIENTO	Coeficiente de correlación	,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

Nota: Encuesta aplicada al consumidor

Interpretación: En el objetivo 4 y la tabla 6, notamos que, de 384 consumidores encuestados, muestra una correlación positiva moderada para un valor ($p = 0.000$) menor al 5% indica que existe el grado de correlación ($r = 0.553$), significa que existe relación entre la dimensión de comunicación y el posicionamiento del Restaurant Pizzería La Morada.

Objetivo específico 5

Determinar la relación que existe entre la dimensión Publicidad y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 7

Correlación entre la dimensión publicidad y el posicionamiento

			PUBLICIDAD	POSICIONAMIENTO
Rho de Spearman	PUBLICIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,509**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	POSICIONAMIENTO	Coeficiente de correlación	,509**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

Nota: Encuesta aplicada al consumidor

Interpretación: En el objetivo 5 y la tabla 7, notamos que, de 384 consumidores encuestados muestra una correlación positiva para un valor ($p = 0.000$) menor al 5% el cual indica un grado de correlación ($r = 0.509$), significa que existe relación entre la dimensión publicidad y el posicionamiento del Restaurant Pizzería La Morada.

Objetivo específico 6

Determinar la relación que existe entre la dimensión Redes Sociales y Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022.

Tabla 8

Correlación entre la dimensión redes sociales y el posicionamiento

		REDES SOCIALES	POSICIONAMIENTO
Rho de Spearman	REDES SOCIALES		
	Coefficiente de correlación	1,000	,585**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
POSICIONAMIENTO	Coefficiente de correlación	,585**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

Nota: Encuesta aplicada al consumidor

Interpretación: Interpretación: En el objetivo 6 y tabla 8, notamos que, de 384 consumidores encuestados muestra una correlación positiva moderada para un valor ($p = 0.000$) menor al 5% indica que existe el grado de correlación ($r = 0.585$), significa que existe relación entre la dimensión Redes sociales y el posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada.

V. DISCUSIÓN

En este capítulo se detalla los resultados obtenidos tras la investigación a 384 clientes del restaurante pizzería La Morada, Lima, con la finalidad de estudiar cada resultado obtenido y comparar información con estudios anteriores.

Como primer objetivo específico se tuvo: Determinar el nivel del marketing digital en el restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; donde los resultados obtenidos acorde con la tabla 3 y figura 1, demuestran que un 98% de los consumidores reflejan un nivel medio, y seguido por un 2% que indicó un nivel bajo de marketing digital, de lo cual se deduce que la falta de implementación de estrategias de marketing por parte de la empresa, no considera los medios digitales tales como las redes sociales. Los hallazgos guardan relación con lo mencionado por los autores Grandez y Vela (2020) en la investigación: “El Marketing digital y la captación de clientes en la institución Santa Marta School, 2020”, el cual tuvo por finalidad desarrollar el marketing digital con el fin de mejorar y poder atender de manera óptima a los clientes de la Institución Educativa, en la cual se concluyó que si existe una relación entre el marketing digital y el compromiso del consumidor, puesto que un buen uso del marketing digital tiene un gran impacto en la captación de clientes.

Segundo objetivo específico: Determinar el nivel de posicionamiento del restaurante pizzería la Morada, Lima, 2022; donde los resultados obtenidos en la tabla 4 y figura 2 indican que un 95% de los clientes que respondieron al estudio, mostraron un nivel de posicionamiento medio, seguido de un 5% de los clientes encuestados quienes reflejaron un nivel de posicionamiento bajo, debido a la falta de una buena calidad de servicio y satisfacción al cliente. Resultado que se puede respaldar con la teoría de Kotler & Armstrong (2017), quienes mencionan que el posicionamiento es un método mercantil que logra conseguir que los productos o servicios logren ocupar un lugar distinto a la competencia y al cliente tener sus ideas mucho más claras.

Tercer objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión promoción con posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; en la tabla 5 los resultados indican que existe una concordancia positiva moderada y

se observa que el valor de significancia ($p = 0.000$) es menor al 5%, por lo que se confirmó una relación entre los factores (Promoción con posicionamiento), esto quiere decir que los clientes si están recibiendo los descuentos y sus servicios adicionales dados por parte del restaurante. Asimismo, Lazo (2018), en su estudio realizado del marketing mix y posicionamiento en el mercado automotriz 2018, comprobó que si existe una relación entre ambas variables, ya que el método deductivo que empleó tuvo como conclusión la conexión entre ambas variables, debido a que el marketing mix refleja la imagen de cada uno de los clientes o consumidores en el mercado según las 4P.

Cuarto objetivo específico se tuvo: Determinar la relación entre la Comunicación y el posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; mediante la tabla 6 se muestra el nivel de correlación de ($r=0,553$) indica que existe una correlación positiva moderada y se observa el valor de la significancia ($p=0,000$) menor a 5%, esto significa que si se da un diálogo fluido entre el cliente y el colaborador de la empresa, ya que se tiene un ambiente ameno que contribuirían a incrementar el posicionamiento de la empresa. Por consiguiente (Cardozo, 2007) menciona que para lograr alcanzar metas empresariales, se necesita entender y comprender a las personas, teniendo en cuenta una serie de comunicaciones que ayudarán a entablar una conversación clara y expresiva con los miembros de una organización.

Quinto objetivo específico: Determinar la relación entre dimensiones publicidad con posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; mediante la tabla 7 se demuestra el nivel de correlación de ($r=0,509$) donde indica que existe una relación positiva moderada y podemos notar que el valor de significancia ($p= 0.000$) es menor al 5%, lo que significa que las variables están relacionadas, sin embargo; se puede deducir que la publicidad es una actividad que todavía no está bien valorada por la empresa, además los propietarios no dan prioridad a este tipo de costos y tampoco consideran útil y necesario el marketing digital que muchas veces es barato. Dicho hallazgo se relaciona con (TELLIS, 2002) quien manifiesta que la publicidad es una pieza fundamental para impulsar la demanda, debido a que es parte del desarrollo del mercado, gracias a ello se da una excelente calidad donde la marca representada hacen un buen uso de las

campañas por internet, aprovechando de forma óptima el recurso y se dirige en busca de los clientes potenciales para expandir su mercado.

Sexto Objetivo específico: Determinar la relación entre dimensiones redes sociales con posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022; muestra que un nivel de correlación de $r=0.585$ lo que significa una correlación positiva moderada, cuyo valor de significancia $p=0.000$ es menor al 5%, esto quiere decir que las redes sociales tienen gran importancia en el posicionamiento de la empresa. Dicho hallazgo se ve fortalecido con la investigación de (Bord y Ellison, 2007) quienes mencionan que las redes sociales son un servicio de gran apoyo tanto para las personas como para las empresas, ya que es un buen atractivo de comunicación y medio estratégico para lograr una buena publicidad hacia los clientes del restaurant.

Como objetivo principal se determinó la relación de las variables del Marketing Digital y el Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022, se obtuvo una relación positiva entre ambas variables, indicando los resultados que se presenta en la tabla 2, el coeficiente de correlación ($r=0.642$) y una significancia ($p=0.000$), lo que significa que existe relación entre ambas estableciendo que a mayor marketing digital tendrá mayor posicionamiento la empresa. Se observa, además, que el marketing digital guarda mutua relación con el posicionamiento, es decir, el restaurante pizzería La morada está logrando un buen posicionamiento en sus clientes, mediante la excelente atención, satisfaciendo sus necesidades. Se establece conexión con sus clientes logrando el top of mind de cada uno de ellos. Este hallazgo está relacionado con lo que afirma el autor Sánchez (2020) en su tesis "El Marketing digital y fidelización del cliente en papelería Reyes S.A.C.", mostrando una correlación alta entre sus variables de estudio, y donde se concluye que una buena aplicación del marketing digital es muy influyente en la fidelización de los clientes y de ese modo lograr un excelente posicionamiento dentro de cada uno de ellos.

VI. CONCLUSIONES

Dados los resultados de la investigación, se extrajeron las siguientes conclusiones:

1. Marketing digital vinculado al posicionamiento para clientes del restaurante pizzería La Morada, siendo una correlación positiva, ya que intervienen varios factores como producto, precio, promoción, punto de venta, contenido digital incurriendo estos en el posicionamiento de los clientes del restaurante pizzería La Morada.
2. El marketing digital en los clientes del restaurante pizzería La Morada está localizado en un rango intermedio, da a entender que la empresa no está ni mostrando, ni brindando promociones y publicaciones satisfactorias en sus redes sociales. Así mismo, para finalizar se deben utilizar los correspondientes ajustes elaborando un buen plan de marketing digital y dar a conocer a sus fieles cliente o nuevos para poder mejorar y cumplir con todas las metas trazadas.
3. Por otro lado, se determinó que los clientes del restaurante pizzería La Morada en cuanto a posicionamiento se ubica en un nivel medio, lo que indica que los clientes no se sienten al máximo involucrados con la empresa y con las actividades, por lo que se supone que hay aspectos los cuales deben realizarse de la mejor manera posible para lograr el posicionamiento del restaurante pizzería La Morada.
4. Se evidencia la relación positiva moderada con la dimensión promoción y el posicionamiento; lo que representan dichos indicadores que abarcan esta dimensión: uso diferente de descuentos, ofrecer servicios adicionales para fidelizar, influyen en el posicionamiento de los clientes del restaurante, haciendo visible que se tiene una limitada retroalimentación y poca capacitación por parte del administrador por lo que incurre en el posicionamiento de los clientes del restaurante pizzería La Morada.
5. La dimensión comunicación y el posicionamiento tienen relación, lo cual da a conocer los indicadores de esta dimensión son: el nivel de comprensión del sitio web y el nivel de la aplicación del blog influyen en la posición de los clientes.

6. Existe una relación moderadamente positiva entre la dimensión publicidad con posicionamiento, lo que indica que la publicidad en diversos medios digitales, uso de campañas de internet forman parte en el posicionamiento de los clientes del restaurante pizzería La Morada incentivándolos a realizar la compra de sus productos que ofrecen.
7. Por último, existe una relación entre el tamaño de la red social y la ubicación del restaurante pizzería La Morada, lo que indica que Instagram, Facebook y WhatsApp es parte de la localización de los clientes del restaurante porque gracias a estas aplicaciones llegamos a nuevos clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Es recomendable que restaurante pizzería La Morada realice un plan de mejora en sus herramientas digitales aplicando marketing digital y así conllevar el aumento de clientes logrando ser un restaurante reconocido tanto por sus servicios como sus innovaciones publicitarias.

Se recomienda en primer lugar que el restaurante pizzería La Morada implemente una buena publicidad atractiva en sus plataformas digitales para que pueda interactuar con los clientes y así ellos puedan tener conocimiento de los servicios que se brinda en el restaurante pizzería.

Se recomienda que el restaurante pizzería La Morada aplique un buen posicionamiento en buscadores, para así generar una navegación más fácil y entendible, es decir, que el usuario pueda acceder a sus plataformas con facilidad y que encuentren información de gran importancia.

El restaurante pizzería La Morada interactúa con los clientes mediante las muy utilizadas e importantes redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp y su propia página web, utilizando un post relacionado a ello, así logrando en responder con rapidez a las consultas de clientes y usuarios, contar con un personal especializado en redes sociales.

REFERENCIAS

Andrade, J. P. (2015). *El aporte del marketing en la creación del capital de marca en las pymes de Manabí*. ECA Sinergia, 6 (1), 77-91. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/244/203>

Alejando y Polo (2020). *Marketing digital y captación de clientes en G & C Perú Mobile S.A.C., Lince, 2020*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70564/Alejandro%20%20%20%20ZJM-Polo_CTB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alcaide, J. (2015). *Fidelización del cliente*. (2da ed.). Madrid, España: Esic.

Arce, C. (2016). "Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza lima", Perú recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/2707/CAROLINA-SOLEIDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Argueta, K., Ferrer, W. y Garay, R. (2015). *Diseño de un programa de fidelización de clientes para empresas dedicadas a emergencias médicas pre hospitalarias*. "Caso de estudio: Grupo emergencias médicas integrales (Grupo EMI) (Tesis de pregrado). Universidad de El Salvador, El Salvador. Recuperado de: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/8505/1/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PROGRAMA%20DE%20FIDELIZACION%20DE%20CLIENTES%20PARA%20EMPRESAS%20DEDICADAS%20A%20EMERGENCIAS%20MEDICAS%20P.pdf>

Arredondo, S., Mora, Y. y Valencia, M. (2018). *Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital*. Revista EAN, (84). Recuperado de: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1923>

Blanco, T. y Herrera, J. (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. (4^{ta} ed.). Barcelona, España: ESIC Editorial.

Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2018). *El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano*. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos, 10(4), 103-109. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>

Cardozo Vale, S. V. (2007). *La comunicación en el Marketing*. Merida, Venezuela: Visión Gerencial, núm. 2.

Conexionesan. (2018). *El posicionamiento de marca en la estrategia de marketing digital*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/08/el-posicionamiento-de-marca-en-la-estrategia-de-marketing-digital/>

Coronel y Flores (2021). *Marketing digital 2.0 y ventas de Pezzo Panadería & Market S.A.C., Santiago de Surco, 2021*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68872/Coronel_VBF-Flores_SLN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortez, J. & Paredes, E. (2021). *“Calidad de servicio y la fidelización del cliente en la pizzería Tumi del cercado de Juliaca 2021”*, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86451/Cortez_DJF-Paredes_LEM-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Crosby, P. (10 de 10 de 2018). *Estrategias de Calidad y Competitividad*. Obtenido de <http://www.geocities.ws/chex88chex/estrategia/PhilipCrosby.pdf>

Fernández, V., Baldarrago, J. y Paredes, S. (2019). *Marketing experiencial y lealtad de clientes de una cadena de tiendas retail ubicada en Lima*. Espiritu Emprendedor TES, 3(4), 28-44. Recuperado de: <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n4.2019.173>

Fleming, P. y Alberdi, M. (2000). *Hablemos de marketing interactivo*. (2da ed.). Madrid, España: Esic Editorial.

García, M. y Pradas, M. (2016). *Does the transparency of the websites can help in attracting customers? Analysis of the golf courses in Andalusia*. *Intangible Capital*, 12(3), 805-821. Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.3926/ic.811>

Giese, J., & Cote, J. (2019). *Defining Customer satisfaction*. *Academy of Marketing Science*, 1. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Giuliani, Antônio Carlos. (2003). *Marketing em um ambiente globalizado*. 1. ed. São Paulo: Cobra Editora e Marketing.

Grandes y Vela (2020). *Marketing digital y captación de clientes en la institución educativa Santa Marta School en el distrito de Comas, 2020*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69265/Grandez_MR-Vela_CNZ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R. (2021), *¿Qué es el top of mind?*, España, recuperado de: <https://rociohernandezcruz.com/que-es-el-top-of-mind/>

Hoshmann, F. (2014). *Servicio de calidad desde el punto de vista comensal: Manual para mejor servicio de calidad en hoteles y restaurantes*. Norderstedt: Books on Demand.

Inocente, D. (2021) *Marketing digital y posicionamiento de la empresa Pert Ingenieros Asociados, Los Olivos, 2021*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73062/Inocente_SD_R-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jones, Thomas O. *Fidelização de clientes medindo, gerenciando e criando valor*. (2012). Artículo. *DI libro Putting The Service Chain to Work – HBR*. Recuperado de: <http://www.guiarh.com.br/p64.htm>. Página visitada el 07/04/14

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pearson Educación.

Lazo, J (2018). Marketing Miix y Posicionamiento en el mercado Automotriz de Fagamotors los olivos 2018. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24782/Lazo_TJC.pdf?sequence=6&isAllowed=y

López, O. R. (2017). “*Creación de una pizza pay funcional enfocada a personas con enfermedades cardiovasculares, para la empresa Pavipollo Pizza*”, México, recuperado de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/66965/Tesis%20L.G.A.%20Rebeca%20L%C3%B3pez%20Otero-ilovepdf-compressed-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Lopez, G. & Rodriguez, J. (2017). “*Plan de negocio de una pizzería utilizando ingredientes no tradicionales en el sector céntrico de Guayaquil*”, Ecuador, recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/47469/1/TESIS%20PIZZERIA%20PIZZA%20FINAL.pdf>

López (2018). El Marketing Bancario y su relación con el Posicionamiento del Banco Gnb Sudameris en la Ciudad de Los Olivos, Año 2018. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19516/Lopez_MMM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marín, J. y López, M. (2020). *Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales*. Revista Universidad y Empresa, 22(38). Recuperado de: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7135>

McIlveen, C. (2017). *¿Qué es un perfil de cliente?* Recuperado de: <https://www.brandwatch.com/es/blog/perfiles-de-clientes/>

Mejía, J. (2018). *Designing a Digital Marketing Model Innovation to increase the Competitiveness*. First insights in México. Revista Nova Scientia, 10(20). Recuperado de: <https://doi.org/10.21640/ns.v10i20.1160>

Moreno, L. & Villanueva, G. “*Posicionamiento y fidelización de los clientes de la Pizzería Mostra de Nuevo Chimbote, Periodo 2020*”, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85731/Moreno_GLK-Villanueva_RGM-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Niño, L. F. (2021). “*Plan de negocios pizzas rock*”, Colombia, recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37767/2021christiannino.pdf?sequence=1>

Pearson, L. (2013). *La biblia del marketing*. Barcelona: Lexus.

Quispe (2021). *Marketing digital y fidelización de clientes en Industrial Pozo E.I.R.L., Puente Piedra, 2021*. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68838/Quispe RFC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68838/Quispe_RFC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ramos, J. J. (2018). *Marketing con WhatsApp: Guía práctica - Segunda Edición*. Berlin: XinXii.

Ramos, J. (2015). *Marketing con WhatsApp: Guía de práctica (1era. Edición)*. Editorial.

Raffino, M. (2020). Página web. <https://concepto.de/pagina-web/>.

Real Academia de la Lengua Española (2020). *Diccionario de la lengua española (23ava ed.)* Recuperado de: <https://dle.rae.es>

Rose, J. (2017). *Marketing en Instagram: Como construir una marca, promover usted mismo, ganar seguidores, y hacer su negocio crecer*. Catálogo de ebooks.

Sánchez (2020). *Marketing digital y la fidelización del cliente en Papelera Reyes SAC, Callao – 2020*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70499/S%c3%a1nchez_CFL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Selman, H. (2017). *Marketing digital*. EE. UU: Editorial Ibukku. Think with Google. (2019). *HubSpot*. Recuperado de: <https://www.hubspot.es/marketing-statistics>.

Thompson, I. (2017). *Captación de Nuevos Clientes*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/captacion-nuevos-clientes.html>

Valentina, Giraldo (2019). *Top of mind: como tener el nombre de tu empresa en la mente de los consuidores*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/top-of-mind/>

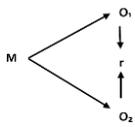
Vértice. (2010). *Marketing y Publicidad*. En VÉRTICE, Marketing Digital. ESPAÑA: VÉRTICE.

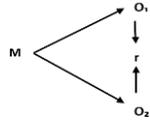
ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de Operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFICNICIÓN OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACION
Marketing Digital (V1)	El marketing Digital se podría definir como la gran variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes. (Selman, 2017)	La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizara el cuestionario con 10 ítems.	Promoción	Uso de diferentes descuentos	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
				Ofrecer servicios adicionales para fidelizar	
			Comunicación	Nivel de conocimiento de páginas web	
				Nivel de aplicación de blogs	
			Publicidad	Publicidad en diversos medios digitales	
				Uso de campañas por internet	
			Redes sociales	Instagram	
				Facebook	
				Whatsapp	
Posicionamiento (V2)	El posicionamiento es la manera en como los consumidores definen al producto o servicio ofrecido, del cual mostramos las características esenciales, lo que se quiere decir es, el lugar que ocupa en el pensamiento el consumidor relacionado con el producto o servicio dirigido a él en relación a los productos ofrecidos por la competencia. (Armstrong, 2003)	La medición de esta variable será a través de 3 dimensiones: Calidad de servicio, servicio al cliente y Top of mind. La cual se segrega en 7 indicadores. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems.	Calidad del servicio	Apreciación sobre la calidad de servicio	
				Nivel de estimación de los productos	
			Satisfacción del cliente	Grado de satisfacción de los productos	
				Grado de satisfacción del servicio	
			Top of mind	Nivel de conocimiento emocional del cliente	
				Establecer conexión con el público objetivo	
				Nivel de conocimiento de la marca hacia el cliente	

Anexo 2. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA											
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACION			
¿Existe relación entre el Marketing Digital y el Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021?	General: Determinar la relación que existe entre el marketing digital y el posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2021.	Marketing Digital v1	El marketing Digital se podría definir como la gran variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes. (Selman, 2017)	La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems. 	Promoción	Uso de diferentes descuentos	1	ORDINAL Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca			
	Ofrecer servicios adicionales para fidelizar					2,3					
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> Determinar el nivel del Marketing Digital en el restaurante pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar el nivel de Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión Promoción y el Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión Comunicación y el Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. 				v1	El marketing Digital se podría definir como la gran variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes. (Selman, 2017)	La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems. M: La muestra O ₁ : La Variable Independiente O ₂ : La Variable Dependiente r: El Nivel de correlación de las variables de estudio.		Comunicación	Nivel de conocimiento de páginas web	4
										Nivel de aplicación de blogs	5
	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación que existe entre la dimensión Publicidad y el Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión Redes Sociales y el Marketing Digital del 				v1	El marketing Digital se podría definir como la gran variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes. (Selman, 2017)	La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems. M: La muestra O ₁ : La Variable Independiente O ₂ : La Variable Dependiente r: El Nivel de correlación de las variables de estudio.		Publicidad	Publicidad en diversos medios digitales	6
										Uso de campañas por internet	7
	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación que existe entre la dimensión Publicidad y el Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión Redes Sociales y el Marketing Digital del 				v1	El marketing Digital se podría definir como la gran variedad de estrategias en conjunto que ocurren en lo que es el sistema online (web), la cual busca conversión por parte de cada uno de los usuarios que día a día recorren las redes. (Selman, 2017)	La medición de esta variable será a través de estas 4 dimensiones: Promoción, Comunicación, Publicidad y Redes sociales. La cual se segrega en 9 dimensiones. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems. M: La muestra O ₁ : La Variable Independiente O ₂ : La Variable Dependiente r: El Nivel de correlación de las variables de estudio.		Redes sociales	Instagram	8
										Facebook	9
										Whatsapp	10
	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación que existe entre la dimensión Publicidad y el Marketing Digital del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión Redes Sociales y el Marketing Digital del 				v2	El posicionamiento es la manera en como los consumidores definen al producto o servicio ofrecido, del cual mostramos las características esenciales, lo que se quiere decir es, el lugar que ocupa en el pensamiento el	La medición de esta variable será a través de 3 dimensiones: Calidad de servicio, servicio al cliente y Top of mind. La cual se segrega en 7 indicadores. Mediante la escala de Likert se utilizará el cuestionario con 10 ítems.		Calidad del servicio	Apreciación sobre la calidad de servicio	11
Nivel de estimación de los productos		12,13									
Satisfacción del cliente		Grado de satisfacción de los productos	14,15								

	Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021.		consumidor relacionado con el producto o servicio dirigido a él en relación a los productos ofrecidos por la competencia. (Armstrong, 2003)	 <p>M: La muestra O_1: La Variable Independiente O_2: La Variable Dependiente r: El Nivel de correlación de las variables de estudio.</p>		Grado de satisfacción del servicio	16,17	A veces Casi nunca Nunca
					Top of mind	Nivel de conocimiento emocional del cliente	18	
						Establecer conexión con el público objetivo	19	
						Nivel de conocimiento de la marca hacia el cliente	20	

ANEXO 3.

Instrumento de recolección de datos

Cuestionario para evaluar el Marketing Digital y el Posicionamiento

La presente investigación tiene como objetivo analizar la relación que existe entre el marketing digital y el posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2021. Esta encuesta es totalmente confidencial y anónima, solo se realizará con fines académicos. Agradecemos su colaboración y honestidad en el desarrollo de la presente.

INSTRUCCIONES: Marcar con un aspa (X) la alternativa que crea conveniente.

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

- Preguntas en relación al Marketing Digital:

Escala Likert		5	4	3	2	1
N°	Ítems	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Dimensión: Promoción						
1	En las redes sociales del Restaurante Pizzería La Morada he encontrado promociones de descuentos de sus productos.					
2	El Restaurante Pizzería La Morada en su página web está ofreciendo servicios adicionales para fidelizar a sus clientes.					
3	Creo que el estilo de promoción que ofrece en la web el Restaurante Pizzería La Morada beneficia al cliente.					
Dimensión: Comunicación						
4	El Restaurante Pizzería La Morada tiene comunicación con sus clientes.					
5	El Restaurante Pizzería La Morada cuenta con herramientas dónde ofrecen y promocionan sus productos.					
Dimensión: Publicidad						
6	He podido acceder a la publicidad en diversos medios digitales del Restaurante Pizzería La Morada.					
7	Me encuentro satisfecho por las campañas de ofertas realizadas por internet.					

Dimensión: Redes Sociales						
8	Visito las redes sociales como Instagram del Restaurante Pizzería La Morada.					
9	Visito las redes sociales como Facebook del Restaurante Pizzería La Morada.					
10	Visito las redes sociales como Whatsapp para realizar compras en el Restaurante Pizzería La Morada.					

● **Preguntas en relación al Posicionamiento:**

Preguntas Escala Likert		5	4	3	2	1
N°	Ítems	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Dimensión: Calidad del Servicio						
1	Estoy satisfecho con la calidad de servicio brindada por el Restaurante Pizzería La Morada					
2	Considero que el servicio de comida es de buena calidad					
3	Considero que la atención al cliente que brinda el Restaurante Pizzería La Morada cubre mis expectativas					
Dimensión: Satisfacción del Cliente						
4	Me encuentro satisfecho con los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.					
5	Me encuentro satisfecho con los servicios que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.					
6	Recomendaría los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada a mis amistades y familiares					
7	El tiempo de entrega del producto al cliente es el esperado.					
Dimensión: Top of Mind						
8	Recuerdo con frecuencia la Marca del Restaurante Pizzería La Morada.					
9	Identifico rápidamente la marca del Restaurante Pizzería La Morada en los medios publicitarios.					
10	Considero que la buena atención que brinda el Restaurante Pizzería La Morada logra identificar su marca en mi mente.					

ANEXO 4.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Rosell Vargas, Carlos Alberto	Docente de la UCV	Cuestionario sobre Posicionamiento	Bazán Vásquez, Fiorella Katherine Quiroz Muñoz, Maricielo del Rubí
Título del estudio: Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Marketing Digital	Promoción	Uso diferentes de descuento.	En las redes sociales del Restaurante Pizzería La Morada he encontrado promociones de descuento de sus productos.	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			
		Ofrecer servicios adicionales para fidelizar.	El Restaurante Pizzería la Morada en su página web está ofreciendo servicios adicionales para fidelizar a sus clientes.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			Creo que el estilo de promoción que ofrece en la web el Restaurante Pizzería La Morada beneficia al cliente.				X			X			X			X			X			X			X			X			
	Comunicación	Nivel de conocimiento de la páginas web	El Restaurante Pizzería La Morada tiene comunicación con sus clientes.				X			X			X			X			X			X			X			X			
		Nivel de aplicación de blogs.	El Restaurante Pizzería La Morada cuenta con herramientas dónde ofrecen y promocionan sus productos.				X			X			X			X			X			X			X			X			
	Publicidad	Publicidad en diversos medios digitales.	He podido acceder a la publicidad en diversos medios digitales del Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			
		Uso de campañas de internet.	Me encuentro satisfecho por las campañas de ofertas realizadas por internet.				X			X			X			X			X			X			X			X			

Redes Sociales	Instagram.	Visito las redes sociales como Instagram del Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X
	Facebook.	Visito las redes sociales como Facebook del Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X
	Whatsapp	Visito las redes sociales como Whatsapp para realizar compras en el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 02/ 07/ 2022	17978745		998 959 719
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Rosell Vargas, Carlos Alberto	Docente de la UCV	Cuestionario sobre Posicionamiento	Bazán Vásquez, Fiorella Katherine Quiroz Muñoz, Maricielo del Rubí
Título del estudio: Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

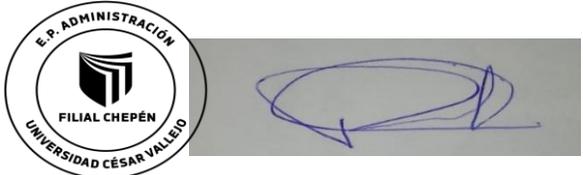
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA			
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	
Posicionamiento	Calidad de Servicio	Apreciación sobre la calidad de servicio.	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			X	
		Considero que el servicio de comida es de buena calidad.				X			X			X			X			X			X			X			X			X	
		Nivel de estimación de los productos.		Considero que la atención al cliente que brinda el Restaurante Pizzería La Morada cubre mis expectativas.			X			X			X			X			X			X			X			X			X
	Satisfacción del Cliente	Grado de satisfacción de los productos.		Me encuentro satisfecho con los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X			X
				Me encuentro satisfecho con los servicios que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X			X
		Grado de satisfacción del servicio.		Recomendaría los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada a mis amistades y familiares.			X			X			X			X			X			X			X			X			X
				El tiempo de entrega del producto al cliente es el esperado.			X			X			X			X			X			X			X			X			X
	Nivel de conocimiento	Recuerdo con frecuencia la Marca del Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			X	

	Redes Sociales	Instagram.	Visito las redes sociales como Instagram del Restaurante Pizzería La Morada.			X		X		X		X		X		X		X		X		
		Facebook.	Visito las redes sociales como Facebook del Restaurante Pizzería La Morada.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Whatsapp	Visito las redes sociales como Whatsapp para realizar compras en el Restaurante Pizzería La Morada.			X		X		X		X		X		X		X		X		X

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 02/ 07/ 2022	43780851		982539564
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Mgr. Guerrero Vilchez, Ricardo Antonio	Docente de la UCV	Cuestionario sobre Marketing Digital	Bazán Vásquez, Fiorella Katherine Quiroz Muñoz, Maricielo del Rubí
Título del estudio: Marketing Digital y Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Posicionamiento	Calidad de Servicio	Apreciación sobre la calidad de servicio.	Estoy satisfecho con la calidad de servicio brindada por el Restaurante Pizzería La Morada.	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			
			Considero que el servicio de comida es de buena calidad.				X			X			X			X			X			X			X			X			
		Nivel de estimación de los productos.	Considero que la atención al cliente que brinda el Restaurante Pizzería La Morada cubre mis expectativas.				X			X			X			X			X			X			X			X			
	Satisfacción del Cliente	Grado de satisfacción de los productos.	Me encuentro satisfecho con los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			Me encuentro satisfecho con los servicios que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			
		Grado de satisfacción del servicio.	Recomendaría los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada a mis amistades y familiares.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			El tiempo de entrega del producto al cliente es el esperado.				X			X			X			X			X			X			X			X			
	Nivel de conocimiento		Recuerdo con frecuencia la Marca del Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			

Redes Sociales	Instagram.	Visito las redes sociales como Instagram del Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X
	Facebook.	Visito las redes sociales como Facebook del Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X
	Whatsapp	Visito las redes sociales como Whatsapp para realizar compras en el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 02/ 07/ 2022	18070929		957619333
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Cedrón Medina, Carlos Alberto	Docente de la UCV	Cuestionario sobre Marketing Digital	Bazán Vásquez, Fiorella Katherine Quiroz Muñoz, Maricielo del Rubí
Título del estudio: Marketing Digital y Posicionamiento del Restaurante Pizzería La Morada, Lima, 2022			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Posicionamiento	Calidad de Servicio	Apreciación sobre la calidad de servicio.	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			
		Considero que el servicio de comida es de buena calidad.				X			X			X			X			X			X			X			X			
		Nivel de estimación de los productos.		Considero que la atención al cliente que brinda el Restaurante Pizzería La Morada cubre mis expectativas.			X			X			X			X			X			X			X			X		
	Satisfacción del Cliente	Grado de satisfacción de los productos.		Me encuentro satisfecho con los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X		
				Me encuentro satisfecho con los servicios que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada.			X			X			X			X			X			X			X			X		
		Grado de satisfacción del servicio.		Recomendaría los productos que ofrece el Restaurante Pizzería La Morada a mis amistades y familiares.			X			X			X			X			X			X			X			X		
				El tiempo de entrega del producto al cliente es el esperado.			X			X			X			X			X			X			X			X		
	Nivel de conocimiento	Recuerdo con frecuencia la Marca del Restaurante Pizzería La Morada.				X			X			X			X			X			X			X			X			

ANEXO 5. Confiabilidad de programa SPSS

*Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Log
 Análisis de fiabilidad
 Título
 Notas
 Conjunto de datos activo
 Escala: TODAS LAS VARIABLES
 Resumen del procesamiento de los casos
 Estadísticos de fiabilidad

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Item1 Item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Análisis de fiabilidad

Marketing Digital

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	Válidos	N	%
		384	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	384	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	10

*Resultado2 [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
 Log
 Análisis de fiabilidad
 Título
 Notas
 Conjunto de datos
 Escala: TODAS LAS VARIABLES
 Resumen del procesamiento de los casos
 Estadísticos de fiabilidad

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Item1 Item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10
/SCALE("ALL VARIABLES") ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos1]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	Válidos	N	%
		384	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	384	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	10

ANEXO 6. Base de datos recopilada de las encuestas en Excel

V1: MARKETING DIGITAL																	
Nº	D1: PROMOCIÓN				D2: COMUNICACIÓN				D3: PUBLICIDAD				D4: REDES SOCIALES				MARKETING DIGITAL
	P1	P2	P3		P4	P5	P6		P7	P8	P9		P10				
1	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO	
2	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO	
3	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO	
4	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO	
5	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO	
6	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO	
7	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO	
8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO	
9	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO	
10	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO	
11	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO	
12	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO	
13	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	2	2	3	7	28	BAJO	
14	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO	
15	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO	
16	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO	
17	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO	
18	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO	
19	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO	
20	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO	
21	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO	
22	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO	
23	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO	

24	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
25	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
26	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
27	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
28	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
29	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
30	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
31	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
32	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
33	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
34	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
35	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
36	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
37	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
38	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
39	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
40	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
41	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
42	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
43	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
44	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
45	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
46	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
47	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
48	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
49	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
50	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
51	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO

52	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
53	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
54	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
55	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
56	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
57	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
58	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
59	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
60	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
61	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
62	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
63	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
64	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
65	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
66	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
67	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
68	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
69	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
70	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
71	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
72	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
73	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
74	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
75	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
76	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
77	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
78	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
79	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO

80	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
81	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
82	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
83	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
84	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
85	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
86	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
87	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
88	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
89	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
90	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
91	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
92	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
93	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	4	12	33	MEDIO
94	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
95	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
96	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
97	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
98	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
99	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
100	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
101	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
102	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
103	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
104	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
105	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
106	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
107	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO

108	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
109	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
110	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
111	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
112	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
113	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
114	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
115	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
116	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
117	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
118	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
119	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
120	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
121	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
122	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
123	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
124	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
125	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
126	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
127	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
128	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
129	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
130	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
131	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
132	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
133	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
134	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
135	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO

136	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
137	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
138	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
139	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
140	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
141	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
142	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
143	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
144	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
145	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
146	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
147	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
148	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
149	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
150	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
151	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
152	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
153	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
154	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
155	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
156	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
157	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
158	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
159	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
160	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
161	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
162	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
163	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO

164	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
165	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
166	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
167	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
168	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
169	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
170	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
171	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
172	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
173	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
174	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
175	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
176	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
177	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
178	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
179	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
180	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
181	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
182	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
183	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
184	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
185	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
186	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
187	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
188	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
189	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
190	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
191	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO

192	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
193	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
194	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
195	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	2	2	3	7	28	BAJO
196	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
197	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
198	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
199	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
200	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
201	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
202	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
203	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
204	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
205	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
206	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
207	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
208	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
209	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
210	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
211	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	3	3	3	9	30	BAJO
212	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
213	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
214	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
215	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
216	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
217	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
218	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
219	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO

220	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
221	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	3	3	3	9	30	BAJO
222	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
223	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
224	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
225	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
226	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
227	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
228	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
229	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
230	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
231	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
232	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
233	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
234	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
235	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
236	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
237	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
238	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
239	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
240	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
241	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
242	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
243	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
244	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
245	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
246	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
247	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO

248	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
249	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
250	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
251	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
252	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
253	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
254	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
255	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
256	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
257	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
258	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
259	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
260	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
261	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
262	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
263	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
264	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
265	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
266	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
267	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
268	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
269	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
270	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
271	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
272	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
273	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
274	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
275	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO

276	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
277	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
278	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
279	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
280	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
281	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
282	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
283	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
284	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
285	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
286	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
287	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
288	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
289	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
290	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
291	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
292	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
293	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
294	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
295	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
296	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
297	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
298	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
299	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
300	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
301	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO
302	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
303	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO

304	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
305	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
306	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
307	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
308	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
309	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
310	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
311	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
312	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
313	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
314	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
315	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
316	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
317	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
318	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
319	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
320	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
321	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
322	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
323	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
324	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
325	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
326	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
327	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
328	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
329	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO
330	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
331	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	5	5	5	15	46	MEDIO

332	4	4	4	12	4	5	9	5	4	9	4	4	4	12	42	MEDIO
333	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
334	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
335	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
336	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
337	5	5	4	14	5	4	9	5	4	9	4	4	4	12	44	MEDIO
338	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
339	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
340	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
341	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	41	MEDIO
342	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
343	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
344	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
345	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
346	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
347	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
348	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
349	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
350	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
351	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
352	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	5	4	14	46	MEDIO
353	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13	45	MEDIO
354	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	4	4	3	11	32	MEDIO
355	4	5	5	14	5	5	10	5	5	10	4	4	4	12	46	MEDIO
356	4	4	5	13	5	4	9	5	5	10	5	4	4	13	45	MEDIO
357	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10	5	5	4	14	47	MEDIO
358	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
359	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO

360	5	4	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	5	13	46	MEDIO
361	3	2	2	7	2	2	4	3	3	6	2	2	3	7	24	BAJO
362	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	3	3	3	9	30	BAJO
363	4	4	4	12	4	4	8	4	5	9	5	4	4	13	42	MEDIO
364	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	4	4	4	12	44	MEDIO
365	5	5	4	14	4	5	9	5	5	10	4	4	5	13	46	MEDIO
366	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
367	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
368	5	4	4	13	5	5	10	4	5	9	4	4	4	12	44	MEDIO
369	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14	45	MEDIO
370	5	5	5	15	4	5	9	4	5	9	4	4	4	12	45	MEDIO
371	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	4	4	5	13	44	MEDIO
372	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
373	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
374	3	3	4	10	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	38	MEDIO
375	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
376	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
377	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
378	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
379	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	50	MEDIO
380	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	45	MEDIO
381	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12	40	MEDIO
382	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14	46	MEDIO
383	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10	5	4	4	13	47	MEDIO
384	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15	49	MEDIO

V2: POSICIONAMIENTO															POSICIONAMIENTO	
Nº	D5 CALIDAD DEL SERVICIO					D6 SATISFACCION DEL CLIENTE					D7 TOP OF MIND					
	P11	P12	P13			P14	P15	P16	P17			P18	P19			
1	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO	
2	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO	
3	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO	
4	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO	
5	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO	
6	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO	
7	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO	
8	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO	
9	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO	
10	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO	
11	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO	
12	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO	
13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO	
14	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO	
15	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO	
16	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO	
17	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO	
18	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO	
19	5	4	4	13	4	5	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO	
20	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO	
21	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO	
22	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO	
23	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO	
24	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO	

25	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
26	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
27	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
28	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
29	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
30	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
31	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
32	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	5	5	14	49	MEDIO
33	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
34	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
35	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
36	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
37	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
38	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
39	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
40	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
41	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
42	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
43	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
44	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
45	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
46	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
47	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
48	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
49	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
50	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
51	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
52	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO

53	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
54	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
55	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
56	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
57	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
58	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
59	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
60	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
61	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
62	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
63	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
64	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
65	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
66	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
67	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
68	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
69	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
70	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
71	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
72	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
73	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
74	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
75	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
76	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
77	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
78	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
79	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
80	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO

81	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
82	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
83	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
84	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
85	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
86	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
87	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
88	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
89	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
90	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
91	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	12	41	MEDIO
92	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
93	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
94	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
95	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
96	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
97	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
98	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
99	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
100	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
101	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
102	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
103	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
104	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
105	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
106	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
107	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
108	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO

109	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
110	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
111	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
112	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
113	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
114	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
115	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
116	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
117	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
118	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
119	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
120	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
121	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
122	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
123	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
124	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
125	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
126	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
127	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
128	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
129	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
130	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
131	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
132	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
133	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
134	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
135	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
136	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO

137	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
138	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
139	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
140	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
141	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
142	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
143	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
144	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
145	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
146	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
147	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
148	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
149	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
150	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
151	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
152	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
153	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
154	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
155	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
156	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
157	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
158	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
159	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
160	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
161	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
162	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
163	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
164	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO

165	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
166	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
167	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
168	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
169	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
170	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
171	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
172	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
173	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
174	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
175	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
176	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
177	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
178	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
179	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
180	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
181	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
182	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
183	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
184	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
185	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
186	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
187	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
188	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
189	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
190	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
191	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
192	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO

193	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
194	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
195	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
196	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
197	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
198	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
199	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
200	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
201	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
202	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
203	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
204	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
205	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
206	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
207	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
208	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
209	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
210	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
211	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
212	4	3	4	11	4	4	3	4	15	3	4	4	11	37	MEDIO
213	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
214	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
215	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
216	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
217	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
218	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
219	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
220	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO

221	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
222	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
223	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
224	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
225	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
226	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
227	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
228	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
229	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
230	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
231	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
232	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
233	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
234	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
235	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
236	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
237	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
238	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
239	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
240	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
241	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
242	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	4	5	14	44	MEDIO
243	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
244	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
245	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
246	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
247	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
248	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO

249	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
250	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
251	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
252	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
253	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
254	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
255	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
256	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
257	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
258	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
259	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
260	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
261	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
262	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
263	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
264	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
265	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
266	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
267	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
268	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
269	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	5	13	43	MEDIO
270	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
271	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
272	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
273	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
274	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
275	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
276	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO

277	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
278	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
279	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
280	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
281	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
282	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
283	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
284	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
285	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
286	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
287	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
288	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
289	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
290	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
291	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
292	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
293	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
294	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
295	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
296	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
297	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
298	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
299	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
300	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
301	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
302	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO
303	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
304	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO

305	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
306	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
307	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
308	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
309	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
310	4	5	4	13	4	5	4	5	18	4	5	4	13	44	MEDIO
311	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
312	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
313	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
314	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
315	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
316	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
317	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
318	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
319	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
320	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
321	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
322	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
323	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
324	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
325	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
326	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
327	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
328	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO
329	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
330	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
331	5	4	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	14	45	MEDIO
332	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	4	14	44	MEDIO

333	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
334	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	5	5	15	45	MEDIO
335	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
336	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
337	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
338	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
339	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
340	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
341	4	4	5	13	4	3	3	3	13	3	3	4	10	36	MEDIO
342	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
343	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
344	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
345	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
346	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
347	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
348	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
349	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
350	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
351	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
352	5	4	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
353	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	13	44	MEDIO
354	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
355	4	5	5	14	5	4	5	5	19	4	4	5	13	46	MEDIO
356	5	4	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	43	MEDIO
357	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	14	43	MEDIO
358	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
359	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO
360	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	46	MEDIO

361	3	2	2	7	2	2	3	3	10	3	2	3	8	25	BAJO
362	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	9	30	BAJO
363	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	5	5	14	45	MEDIO
364	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	5	14	48	MEDIO
365	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	4	4	13	44	MEDIO
366	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
367	4	4	5	13	4	4	4	4	16	5	5	5	15	44	MEDIO
368	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
369	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	13	44	MEDIO
370	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	13	43	MEDIO
371	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	49	MEDIO
372	4	3	4	11	3	4	3	4	14	3	4	4	11	36	MEDIO
373	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
374	4	3	5	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	34	MEDIO
375	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	4	4	13	43	MEDIO
376	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
377	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
378	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
379	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	50	MEDIO
380	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	4	5	13	45	MEDIO
381	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	40	MEDIO
382	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	5	14	45	MEDIO
383	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	4	4	13	46	MEDIO
384	5	5	4	14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	44	MEDIO

ANEXO 7. Cronograma de ejecución

Se empleará el diagrama de Gantt, para plasmar el cronograma establecido en el tiempo en que se desarrolló cada una de las actividades programadas para el presente trabajo de investigación.

N°	ACTIVIDADES	SEMANAS															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Búsqueda de información	■	■														
2	Elaboración de introducción y trabajos previos			■													
3	Elaboración de marco teórico				■												
4	Determinar el método de investigación, población					■											
5	Establecer la técnica de análisis						■										
6	Establecer aspectos administrativos y referencias							■									
7	Sustentación del Proyecto								■								
8	Aplicación de instrumentos									■							
9	Recolección de datos										■						
10	Procesamiento de datos y Resultados											■	■				
11	Discusión y Recomendaciones													■			
12	Corrección de informe														■		
13	Sustentación final de informe															■	
14	Elaboración de artículo																■

ANEXO 8. Autorización de la empresa donde se hizo la investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Chepén, 03 de mayo del 2022

Carta No. 032-2022/CCPA-UCVCHEPÉN

Señor: Fernando Mas Mory

Administrador del Restaurante Pizzería La Morada

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo e informarle que los estudiantes: Fiorella Katherine Bazán Vásquez identificado(a) con DNI 75237499 y Maricielo del Rubi Quiroz Muñoz identificado(a) con DNI No. 73068246, actualmente cursa el X ciclo de la Carrera Profesional de Administración, están desarrollando el trabajo de investigación “Marketing digital y posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022”, tema de gran importancia, cuyo beneficio directo recae en su representada, ya que tiene elementos que contribuirán al proceso de toma de decisiones.

En tal sentido y por la trascendencia del tema de investigación, agradezco a usted las facilidades que les han brindado para obtener información y/o aplicar encuestas, y por nuestra parte nos comprometemos a hacerle llegar a su correo institucional un ejemplar en pdf de dicho trabajo de investigación, luego de su sustentación.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido reiterándole mi particular deferencia.

Atentamente,



Mgtr. Ricardo Antonio Guerrero Vilchez
COORDINADOR ESCUELA DE ADMINISTRACION UCV-CHEPÉN

FERNANDO MAS MORY
ADMINISTRADOR
RESTAURANTE PIZZERIA LA MORADA

CAMPUS CHEPÉN
Panamericana Norte Km. 695 - Chepén
Tel. (044) 566108

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
Ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, FAUSTA ELIZABETH ALBURUQUEQUE ARANA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHEPEN, asesor de Tesis titulada: "Marketing digital y Posicionamiento del restaurante pizzería La Morada, Lima, 2022", cuyos autores son BAZAN VASQUEZ FIORELLA KATHERINE, QUIROZ MUÑOZ MARICIELO DEL RUBI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHEPÉN, 22 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FAUSTA ELIZABETH ALBURUQUEQUE ARANA DNI: 26631065 ORCID: 0000-0002-6656-1180	Firmado electrónicamente por: FALBURUQUEQUE el 15-12-2022 06:08:51

Código documento Trilce: TRI - 0449823