



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Marketing digital y fidelización de los clientes en el restaurant Doña
Pachita. Trujillo 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTOR:

Benites Plasencia, Paolo Marcelo (orcid.org/0000-0002-5501-1976)

ASESORES:

Mg. Mendoza Castillo, Alvaro Larry Luis Felipe (orcid.org/0000-0002-2877-2622)

Mg. Valderrama Puscan, Marlon Walter (orcid.org/0000-0002-7026-7013)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Digital

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, a mi hermana, a mi abuela y a mis tíos por su apoyo incondicional y motivación constante para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía en cada paso que he dado y a mi familia por apoyarme en todo siempre.

También agradezco a mis asesores de Tesis, por guiarme, orientarme y enseñarme todo lo necesario para el desarrollo de mi investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis 15	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de normalidad	19
Tabla 2 Correlación entre la dimensión de Marketing digital y la dimensión fidelización de cliente	19
Tabla 3 Correlación de la variable redes sociales y la dimensión fidelización del cliente	20
Tabla 4 Correlación de la variable Anuncios publicitarios en redes sociales y la dimensión fidelización del cliente	21
Tabla 5 Correlación de la variable promoción comercial y la dimensión fidelización del cliente.....	21
Tabla 6 matriz de operacionalización de variables	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 estructura del diseño metodológico	72
---	----

RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el marketing digital y la fidelización del cliente de Doña Pachita, Trujillo 2023. Esta investigación es de tipo aplicada, siendo su diseño no experimental, de corte transversal, con una muestra de 186 clientes del restaurant. Para la técnica de recolección de datos se utilizó como técnica la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario con un RHO de Spearman = 0.958, dando como resultado que la relación el Marketing Digital para fidelizar a clientes del restaurant Doña Pachita, Trujillo-2023 tiene una correlación positiva muy fuerte. Para esta investigación se obtuvo como resultado que, la aplicación del marketing digital tiene un fuerte impacto al momento de fidelizar a los clientes, generando un impacto positivo en ellos y vínculos que generarán una retención significativa y de impacto positivo para Doña Pachita.

Palabras clave: Marketing digital, fidelización de clientes, redes sociales, anuncios publicitarios

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between digital marketing and customer loyalty at Doña Pachita, Trujillo 2023. This research is of applied type, being its design non-experimental, cross-sectional, with a sample of 186 customers of the restaurant. For the data collection technique was used as a survey technique, being its instrument the questionnaire with a Spearman's RHO = 0.958, resulting that the relationship between Digital Marketing and customer loyalty of the restaurant Doña Pachita, Trujillo-2023 has a very strong positive correlation. For this research it was obtained as a result that the application of digital marketing has a strong impact on customer loyalty, generating a positive impact on them and links that will generate a significant retention and positive impact for Doña Pachita.

Keywords: Digital marketing, customer loyalty, social networks, advertisements.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VALDERRAMA PUSCAN MARLON WALTER, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Marketing digital y fidelización de los clientes en el restaurant Doña Pachita. Trujillo 2023", cuyo autor es BENITES PLASENCIA PAOLO MARCELO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, 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.

TRUJILLO, 19 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VALDERRAMA PUSCAN MARLON WALTER DNI: 80349218 ORCID: 0000-0002-7026-7013	Firmado electrónicamente por: MVALDERRAMAP el 19-07-2023 12:07:21

Código documento Trilce: TRI - 0600990