



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel
Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018”

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

AUTORES:

Castillo Palomino Glendy Lisbeth

Herrera Gonzáles Ketty Victoria

ASESOR:

Mg. Pereyra Gonzales Tony Venancio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

MOYOBAMBA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Glendy Lisbeth Castillo Palomino** cuyo título es: Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018,

Reunido en la fecha 05 de diciembre, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15, QUINCE.

Moyobamba, 05 de diciembre de 2018



Mg. Lin Alvarez Rios
 CLAD N° 09949

 PRESIDENTE



Mg. Pilar Gólaez Tenorio
 CPPe. N° 0503808

 SECRETARIO



Parayre Gonzalez, Tony Venancio
 Registrar en Gestión Pública
 DNI N° 05390926

 VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Ketty Victoria Herrera Gonzales** cuyo título es: Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018,

Reunido en la fecha 05 de diciembre, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15, QUINCE.

Moyobamba, 05 de diciembre de 2018



Mg. Lin Alvarez Rios
 CLAD N° 09949

 PRESIDENTE



Mg. Pilar Gólae Tenorio
 CPPe. N° 0503808

 SECRETARIO



Perayra Gonzalez, Tony Venancio
 Magister en Gestión Pública
 DNI N° 05290926

 VOCAL








Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

A Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar en nuestras vidas en cada paso que damos, por fortalecer e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido de soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Glendy y Ketty.

Agradecimiento

Los resultados de esta investigación están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Mi sincero agradecimiento está dirigido a todo el equipo humano del Hotel Gran Bombonaje - Rioja quien, con su ayuda desinteresada, nos brindaron información relevante, próxima, pero muy cercana a la realidad de la necesidad. También mi agradecimiento a todos los docentes de la Universidad César Vallejo por brindarnos las enseñanzas y conocimientos que nutren y configuran nuestra profesión formada en ética y valores para ser personas de bien, también los agradecimientos a nuestros familiares porque siempre nos brindaron su apoyo altruista, tanto sentimental, como económico, sin todo aquello no hubiese sido posible salir adelante y hacer realidad este objetivo.

Glendy y Ketty.

Declaratoria de Autenticidad

Yo **GLENDY LISBETH CASTILLO PALOMINO**, identificada con DNI N° 73440127, **KETTY VICTORIA HERRERA GONZALES**, identificada con DNI N° 70616824, estudiantes del programa de Administración de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada: **“Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018”**;

Declaro bajo juramento que:

La Tesis es de nuestra autoría

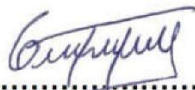
He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

La tesis no ha sido auto plagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Moyobamba, 30 de Diciembre de 2018



.....
Glendy Lisbeth Castillo Palomino
DNI: 73440127



.....
Ketty Victoria Herrera Gonzales
DNI: 70616824

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018”, con la finalidad de optar el título de licenciadas en administración

La investigación está dividida en siete capítulos:

I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática de la investigación, así como también los diferentes trabajos previos que avalan y nutren la tesis, teorías relacionadas al tema, se hace la formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

II. MÉTODO. Tipo de investigación: pre experimental con pre y pos test; variables: Plan del marketing digital y Cartera de clientes, asimismo se plasma la operacionalización de las variables de estudio; la población y muestra se tomó del registro de clientes de la base de datos del hotel; como técnicas e instrumentos de recolección de datos se empleó el cuestionario y la ficha de recojo de información, validez y confiabilidad mediante juicio de expertos y alfa de Cronbach y para el método de análisis de datos se hizo uso del software SPSS v.24 para calcular el promedio, varianza, desviación y la T-Student.

III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información. Dando como resultado que el plan de marketing digital incremento de manera significativa la cartera de clientes en hotel Gran Bombonaje – Rioja.

IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados durante la tesis. Para así ser comparados con otras tesis, con el motivo de ratificar o refutar el caso sea.

V. CONCLUSIONES. Siendo enunciados cortos y precisos sustanciales de los resultados encontrados, con el fin de dar a conocer los objetivos propuestos encontrados.

VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados. Brindado las sugerencias con el propósito de mejora.

VII. REFERENCIAS. Se consigna todos los autores utilizados en la investigación.

Índice

Acta de aprobación de tesis	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento... ..	v
Declaratoria de autenticidad... ..	vi
Presentación.....	vii
Índice.....	viii
Índice de tablas... ..	x
Índice de figuras... ..	xi
Resumen... ..	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática	14
1.2 Trabajos previos... ..	16
1.3 Teorías relacionadas al tema... ..	22
1.4 Formulación del problema	35
1.5 Justificación del estudio... ..	36
1.6 Hipótesis.....	37
1.7 Objetivos... ..	38
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación 39	
2.2 Variables, operacionalización... ..	39
2.3 Población y muestra.....	42
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	43
2.5 Métodos de análisis de datos.....	46
2.6 Aspectos éticos.....	47
III. RESULTADOS	48
IV. DISCUSIÓN... ..	60
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES.....	65
VII.REFERENCIAS.....	67

ANEXOS

Matriz de consistencia

Instrumentos de recolección de datos

Validación de instrumentos

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación

Acta de aprobación de originalidad

Informe de originalidad

Autorización de publicación de tesis al repositorio

Autorización de la versión final del trabajo de investigación.

Índice de tablas

Tabla 1. Cartera total de clientes por mes antes y después del plan de marketing digital – 2018.....	53
Tabla 2. Cuadro estadístico de la cartera de clientes en un antes y después.....	54
Tabla 3. Prueba de muestras independientes de la cartera de clientes en el hotel – 2018 ..	56

Índice de figuras

Figura 1. Cartera total de clientes en el hotel Gran Bombonaje – 2018.....	48
Figura 2. Frecuencia de Clientes Nuevos y Frecuentes en el hotel Gran Bombonaje.....	49
Figura 3. Clientes Nuevos y Frecuentes en el hotel Gran Bombonaje; 2018 – Pos test...	50
Figura 4. Clientes Contactados por medios digitales y tradicionales en el hotel Gran Bombonaje; 2018 – Pre test.....	51
Figura 5. Clientes Contactados por medios digitales y tradicionales en el hotel Gran Bombonaje; 2018 – Pos test... ..	52
Figura 6. Distribución T-Student cartera de clientes – 2018	57
Figura 7. Satisfacción de los clientes antes del plan de marketing digital – 2018.....	58
Figura 8. Satisfacción de los clientes después del plan de marketing digital – 2018.....	59

RESUMEN

La presente investigación titulada “Plan de marketing digital para incrementar la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018”, tuvo como objetivo general: Conocer como el Plan de Marketing Digital incrementa la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018. Hipótesis: El plan de marketing digital incrementará significativamente la cartera de clientes en el Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018. El diseño de la investigación fue pre experimental con pre test y pos test. La población estuvo comprendida por los clientes del hotel en los meses de enero a junio del 2018 haciendo un total de 520 personas. La muestra conformada por 110 personas seleccionadas de manera probabilística. Se utilizó cuestionarios y la ficha de recolección de datos como instrumentos de recojo de información de la investigación mismos que fueron procesados y representados a través de tablas y figuras para posteriormente ser interpretadas. En los resultados muestran que los meses de enero a junio la cartera de clientes era de 520 aun sin el plan de marketing digital, mientras que los meses de julio a diciembre puesto en marcha el plan de marketing digital la cartera de clientes ascendió a las 740 personas lo que demuestra que la cartera de clientes se ha incrementado de manera significativa. Se aplicó la prueba T-Student para muestras independientes, a un nivel de significancia del 5%. Como resultado se tuvo el valor t calculada de -11.044 siendo menor que la t tabulada con -1.812; lo cual permitió contrastar las hipótesis estadísticas y aceptar la hipótesis alternativa H_1 . Así mismo los resultados obtenidos, en el pretest, de satisfacción del cliente respecto a los medios de comunicación e información del hotel de los cuales el 87% mencionó que son muy malos; posterior a la puesta en marcha del plan de marketing digital, se posiciona la satisfacción en 61% como bueno; de este hecho se denota una influencia significativa del plan de marketing digital en la satisfacción del cliente a la hora de adquirir un servicio que el hotel ofrece. Por lo tanto se sugiere implementar y diseñar más estrategias de marketing digital, con apoyo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, con innovaciones continuas que permitan el desarrollo y prosperidad del Hotel Gran Bombonaje – Rioja.

Palabras clave: Plan de marketing digital, Cartera de clientes.

ABSTRACT

This research entitled "Digital marketing plan to increase the client portfolio at the Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018", aimed to increase the customer base through a digital marketing plan at the Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018. Hypothesis: The digital marketing plan will significantly increase the client portfolio at the Hotel Gran Bombonaje, Rioja - San Martín, 2018. The design of the research was pre-experimental with pre-test and post-test. The population was comprised by the clients of the hotel in the months of January to June of 2018 making a total of 520 people. The sample consists of 110 people selected probabilistically. These are questionnaires and data collection information as research information instruments, as well as those processed and represented through tables and figures to be interpreted. In the results of the months of January the client portfolio was 520 even without the digital marketing plan, while the months of July to December of the year in the digital marketing plan the client portfolio amounted to 740 people they have shown that the customer base has increased significantly. The t-Student test was applied for independent samples, a level of significance of 5%. As a result, the value of -11,044 was taken into account, being lower than the table with -1,812; Hi. Likewise, the results were published in 87% mentioned that they are very bad; After the launch of the digital marketing plan, satisfaction is positioned at 61% as good; This fact denotes a significant influence of digital marketing plan on customer satisfaction when purchasing a service that the hotel offers. Therefore, it is recommended to implement and apply digital marketing strategies, with the support of new information and communication technologies, with continuous innovations that allow the development and prosperity of the Hotel Gran Bombonaje - Rioja.

Keywords: Digital marketing plan, Clients portfolio.