

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE  
SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**MARKETING DIGITAL EN LA FIDELIZACIÓN DE  
LOS USUARIOS DE LA ALIANZA FRANCESA  
CUSCO - 2019**

**PRESENTADA POR:**

Br. Shanda Daneri Rita Pineda Miranda

Br. Wendy Paloma Condori Flores

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Asesor: Dr. Cosme Wilbert Medina Salas

CUSCO - PERÚ

2019

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada *Marketing digital en la fidelización de los usuarios de la Alianza Francesa Cusco - 2019* determina cómo el marketing digital aporta en la fidelización de una empresa.

El problema del trabajo de investigación fue ¿De qué manera aporta el marketing digital en la fidelización de los usuarios en la Alianza Francesa Cusco - 2019?; el objetivo principal fue determinar de qué manera aporta como instrumento a la fidelización de los usuarios en la Alianza Francesa Cusco - 2019, el trabajo de investigación tiene como hipótesis general, que la aplicación de su actual marketing digital no aporta a la fidelización de sus los usuarios en la Alianza Francesa Cusco - 2019, debido a que la empresa no desarrolla técnicas ni realiza publicidad de sus productos y servicios en Internet.

El tipo de investigación fue correlacional - descriptiva, el diseño no experimental, desarrollada desde el enfoque cuantitativo, la población de esta investigación consta de 273 usuarios y la muestra fue de 160 en el año 2019. Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos fueron las encuestas y la revisión documentaria. Los instrumentos de recolección de datos de las encuestas se realizaron mediante cuestionarios cerrados, y para la observación se utilizó una guía estructurada, los cuales ayudaron a alcanzar a los resultados.

**Palabras clave:** Marketing digital, fidelización de los usuarios.