



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

**ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RELACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING DIGITAL
CON LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE RESTAURANTES
TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DEL CUSCO – AÑO 2019**

Presentado por:

Mgt. SHEREZADA DUEÑAS AGUILAR,
Para optar al grado académico de Doctor en Administración.

Asesor :

Dr. José Felix Pazos Miranda (+).

CUSCO – PERÚ
2022

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar el grado de relación del comercio electrónico y el marketing digital con la fidelización en los restaurantes turísticos de la ciudad del Cusco en el año 2019. El tipo de la presente investigación fue aplicada, de enfoque cuantitativo el nivel o alcance es descriptivo – correlacional, el diseño fue no experimental, de corte transversal, la población estuvo constituida por 122 restaurantes turísticos y la muestra probabilística de 93 restaurantes turísticos, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, los datos fueron procesados y analizados con el programa estadístico SPSS. Las conclusiones permiten evidenciar que el comercio electrónico en los restaurantes turísticos de la ciudad del Cusco en el año 2019 es percibido como bueno por el 48,4% de los casos; el marketing digital en los restaurantes turísticos de la ciudad del Cusco en el año 2019 es percibido como bueno por el 47,3% de los casos; la fidelización en los restaurantes turísticos de la ciudad del Cusco en el año 2019 es percibido como bueno por el 65,6% de los casos; el comercio electrónico y el marketing digital se relacionan significativamente con la fidelización en los restaurantes turísticos de la ciudad del Cusco en el año 2019. ($p < 0,05$).

Palabras clave: Comercio electrónico, marketing digital y fidelización.