



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

ESCUELA DE POST GRADO

DOCTORADO EN AMINISTRACION



TESIS DOCTORAL

**“NIVEL DE USO DEL MARKETING DIGITAL Y SU RELACIÓN CON LA
PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE LAS ASOCIACIONES DE ARTESANOS
DEL CIRCUITO TURISTICO DEL VALLE SAGRADO, 2018.”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE DOCTOR EN
ADMINISTRACIÓN.**

Presentado por:

Mg. Miriam Ingrid Espinoza Vilca

ASESOR: DR. Cleto de La Torre Dueñas

CUSCO – PERÚ

2019



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el nivel de uso del marketing digital y la promoción de productos de las asociaciones de artesanos del circuito turístico del Valle Sagrado; así mismo determinar cuál es el nivel de uso del marketing digital y el nivel de promoción que tiene este sector productivo, como también identificar la relación entre el nivel de uso del sitio web, del email marketing, las Redes Sociales y de Mensajería Instantánea, con la promoción de productos de las asociaciones de artesanos del circuito turístico del Valle Sagrado; dicha investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo/correlacional, de diseño no experimental, realizándose con una muestra de 30 asociaciones de artesanos del circuito turístico del Valle Sagrado. De la prueba Chi cuadrado al 95% de confianza se concluye que existe relación significativa entre el nivel del uso del marketing digital y la promoción de productos de las asociaciones de artesanos del circuito turístico del Valle Sagrado, ($p\text{-valor}=0,000<0,05$). La promoción de productos artesanales depende en un 64.6% del uso del marketing digital.

Palabras clave: marketing digital, promoción de productos, artesanos



ABSTRAC

The objective of this research work is to determine the relationship between the level of use of digital marketing and the promotion of products of the artisans associations of the Sacred Valley tourist circuit; Likewise, determine the level of use of digital marketing and the level of promotion that this productive sector has, as well as identify the relationship between the level of use of the website, email marketing, Social Networks and Instant Messaging, with the promotion of products of the associations of artisans of the tourist circuit of the Sacred Valley; This research was carried out under a quantitative approach, of descriptive / correlational scope, of non-experimental design, being carried out with a sample of 30 artisan associations of the Sacred Valley tourist circuit. From the Chi-square test at 95% confidence, it is concluded that there is a significant relationship between the level of use of digital marketing and the promotion of products of artisans associations of the Sacred Valley tourist circuit, ($p\text{-value} = 0.000 < 0, 05$). The promotion of handmade products depends on 64.6% of the use of digital marketing.

Keywords: digital marketing, product promotion, artisans