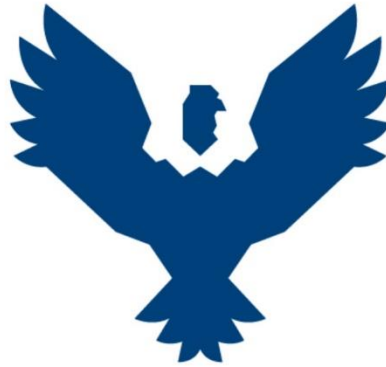




UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Tesis:

**“Marketing Digital de los Restaurantes Turísticos de Taypa Inversiones
Gastronómicas S.R.L. de la Ciudad de Cusco, 2020”**

Presentado por:

Bach. Allende Lovaton, Thomas Anthony

Bach. Fernandez Chevarria, Frank

Para optar al título profesional de

Licenciado en Turismo

Asesora:

Mgt. Frine Valderrama Vizcarra

CUSCO - PERU

2022



RESUMEN

La presente investigación titulada “*Marketing Digital de los Restaurantes Turísticos de Taypa Inversiones Gastronómicas S.R.L. de la ciudad de Cusco, 2020*”, tiene como **objetivo** general enfocarse en el marketing digital de los restaurantes turísticos de Taypa Inversiones Gastronómicas SRL de la ciudad del Cusco a fin de conocer cómo está implementado y si está teniendo o no el impacto deseado en los clientes.

La **metodología** empleada es de tipo descriptivo, el diseño de la investigación fue no experimental. Se realizó la recolección de datos usando una encuesta con ítems cerrados. La muestra estuvo conformada por 80 clientes frecuentes de los restaurantes Uchu – Peruvian Steakhouse y La Feria – Cocina Tradicional Peruana. El **resultado** se observa que el marketing digital que actualmente se desarrolla en los restaurantes turísticos de Taypa Inversiones Gastronómicas SRL, de la ciudad del Cusco es inadecuado porque los comensales no perciben una eficiente comunicación sobre los servicios que ofrece el restaurante. La investigación **concluye** que del total de encuestados, el 20% presenta una opinión desfavorable con el desarrollo del marketing digital de los restaurantes turísticos de Taypa Inversiones Gastronómicas SRL, de la ciudad del Cusco; mientras que a un 71.25% le resulta indiferente el desarrollo del marketing digital dentro de los restaurantes turísticos.

Palabras Claves: Marketing Digital, Restaurantes Turísticos, Gastronómicas, Promoción, redes sociales.



ABSTRACT

The present research entitled “Digital Marketing of the Tourist Restaurants of Taypa Inversiones Gastronomicas S.R.L. Cusco city, 2020”, has as a general objective to approach to the digital marketing used in Taypa Inversiones Gastronómicos SRL restaurants, in order to know how it is implemented and whether or not it is having the desired impact on the customers.

The methodology used is descriptive, the research design was non-experimental. Data collection was carried out using a survey with closed items. The sample consisted of 80 frequent customers of Uchu – Peruvian Steakhouse & La Feria – Cocina Tradicional Peruana restaurants. The obtained result points out that the digital marketing currently being developed at the Taypa Inversiones Gastronómicos SRL restaurants is inadequate because people do not perceive an efficient communication about the services offered by the restaurants. The research concludes that of the total surveyed, 20% affirm that they disagree with the development of digital marketing at Taypa Inversiones Gastronómicos SRL restaurants of Cusco city; while 71.25% indicate that they are indifferent to the digital marketing of the restaurants.

Keywords: Digital Marketing, Tourist Restaurants, Gastronomic, Promotion, social networks.