



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN VICTORIA



DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS

**La Percepción del E-Marketing desde la óptica de la gerencia y el
consumidor en el Restaurante Las Viandas de Cd. Victoria, Tam.**

Que para obtener el Grado de:

**MAESTRA EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON ÉNFASIS
EN MERCADOTECNIA**

Presenta: Aída Belém Reyes Mireles

DIRECTORES DE TESIS:

Dr. Francisco García Fernández

Dra. Maritza Álvarez Herrera

Dra. Mónica Lorena Sánchez Limón

Cd. Victoria, Tam., México

Septiembre de 2012

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
CAPÍTULO I. INTRODUCCION	1
1.1. Antecedentes	3
1.2. Planteamiento del Problema	9
1.3. Objetivos	12
1.4. Justificación del Estudio	13
1.5. Limitaciones	15
1.6. Alcances	15
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	16
2.1. ¿Qué es la percepción?	16
2.2. ¿Qué es el e-marketing?	20
2.3. Sector restaurantero en México	46
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	48
3.1. Tipos de Investigación, alcance y enfoque	48
3.2. Población /Muestra	49
3.3. Técnicas de recopilación de información	49
3.4. Análisis de fiabilidad del instrumento mediante el Índice Alfa de Cronbach	49 61
3.5. Método(s) de análisis de datos	53

CAPÍTULO IV. RESULTADOS	67
4.1. Análisis Factorial	67
4.2. Análisis Descriptivo	75
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
5.1. Conclusiones	99
5.2. Recomendaciones	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	107
ANEXOS	110

INDICE DE TABLAS

TABLA	PÁGINA
Tabla 3.4. Estadísticos descriptivos de variables cualitativas	50
Tabla 3.4.1. Resumen del procesamiento de los datos	51
Tabla 3.4.2. Índice Alfa de Cronbach	51
Tabla 3.4.3.- Análisis de conjuntos de respuestas múltiples	52
Tabla 3.5.1. Matriz de Evidencia	53
Tabla 3.5.2. Matriz de Categorización	56
Tabla 4. 1. Comunalidades	68
Tabla 4.1.2 Varianza total explicada	71
Tabla 4.1.3 Matriz de componentes(a)	72
Tabla 4.2.Género	75
Tabla 4.3. Estado civil	75
Tablas 4.3.1. De contingencia	76
Tabla 4.3.1. 2. De contingencia género –estado civil	76
Tabla 4.4. Edad	78
Tabla 4.5. Veces por semana que consume en las viandas	79
Tabla 4.5.1. Veces por semana que consume en las viandas (Frecuencias)	79
Tabla 4.6. Satisfacción del servicio al cliente	81
Tabla 4.6.1. Satisfacción del servicio al cliente (Frecuencias)	81
Tabla 4.7. Solicita servicio a domicilio	83
Tabla 4.7.1. Solicita servicio a domicilio (Frecuencias)	83
Tabla 4.8.Tabla de contingencia genero * medios de publicidad que conoce del restaurante	85

Tabla 4.9. Frecuencia de navegación en internet (veces por semana)	87
Tabla 4.9.1. Frecuencia de navegación en internet (Frecuencias)	87
Tabla 4.10. Lugar donde accede a internet	89
Tabla 4.10.1. Lugar donde accede a internet (Frecuencias)	89
Tabla 4.11. Ha visto publicidad en internet	91
Tabla 4.11.1. Ha visto publicidad en internet (Frecuencias)	91
Tabla 4.12. Conoce el sitio web del restaurante	93
Tabla 4.13. Tipos de anuncios publicitarios que conoce en la web	94
Tabla 4.14. La publicidad que percibe en internet	95
Tabla 4.15. Importancia de que el restaurante utilice publicidad por internet	96
Tabla 4.16. Utilizarías el internet para realizar tu pedido al restaurante	98
Tabla 5.1: Comparativa entre las web 1.0 y la 2.0	103

ÍNDICE DE GRAFICAS

GRAFICA	PÁGINA
Gráfica 4.1.3. De sedimentación	73
Gráfica 4.1.3.1. De componentes	74
Grafica 4.3.1.2. De género-estado civil	77
Gráfica 4.5.1. Veces por semana que consume en las viandas	80
Gráfica 4.6.1. Satisfacción del servicio al cliente	82
Gráfica 4.7.1. Solicita servicio a domicilio	84
Gráfica 4.8. Medios de publicidad que conoce del restaurante	86
Gráfica 4.9.1. Frecuencia de navegación en internet	88
Gráfica 4.10.1. Lugar donde accede a internet	90
Gráfica 4.11.1. Ha visto publicidad en internet	92
Gráfica 4.12. Conoce el sitio web del restaurante	93
Gráfica 4.13. Tipos de anuncios publicitarios que conoce en la web	94
Gráfica 4.14. La publicidad que percibe en internet	95
Gráfica 4.15. Importancia de que el restaurante utilice publicidad por internet	97
Gráfica 4.16. Utilizarías el internet para realizar tu pedido al restaurante	98
Gráfico 5.2. Radar de Marketing digital	105