



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“Las Redes Sociales y su influencia en las estrategias de publicidad en la
Empresa Fortel Contact Center & BPO, en el distrito de Jesús María,
año 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

CLAUDIA ELIZABETH FERNÁNDEZ FLORES

ASESOR:

DR. NARCISO FERNÁNDEZ SAUCEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016

Página Del Jurado

.....

PRESIDENTE

.....

SECRETARIO

.....

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis abuelos Chabuca, Marcelino Y mi mamita Bertha que me bendicen desde el cielo; a mis padres Norberto e Isabel quienes me dieron las fuerzas y el apoyo necesarios para seguir adelante con mis metas y objetivos; a mis hermanas Milagros y Lucia para quienes soy su mayor precedente profesional; a mi novio Óscar que en cada momento tuvo las palabras exactas para decirme “Tú puedes”.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar darle las gracias a Dios por darme salud y las fuerzas para continuar y alcanzar mis metas y objetivos. Agradecer también a mi asesor de Tesis el Dr. Narciso Fernández Saucedo quien estuvo como guía pendiente de los avances en el desarrollo de mi Tesis; y a mi compañera Dajham quien me ayudo con la parte estadística de ésta investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Claudia Elizabeth Fernández Flores con DNI N° 46878150, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, Noviembre del 2016

Claudia Elizabeth Fernández Flores

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Las Redes Sociales y su influencia en las estrategias de publicidad en la Empresa Fortel Contact Center & BPO, en el distrito de Jesús María, año 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Claudia Elizabeth Fernández Flores

ÍNDICE

| CONTENIDO/INDICE | Pág. |
|--|-------------|
| CARATULA | |
| Página del Jurado | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Declaración de Autenticidad | iv |
| Presentación | v |
| Índice | vi |
| Resumen / Abstract | vii |
| I. Introducción | 8 |
| 1.1. Realidad Problemática | 8 |
| 1.2. Trabajos Previos | 9 |
| 1.3. Teorías Relacionadas al Tema | 12 |
| 1.4. Formulación del Problema | 15 |
| 1.5. Justificación del Problema | 15 |
| 1.6. Objetivos | 16 |
| 1.7. Hipótesis | 17 |
| II. Método | 18 |
| 2.1. Tipo de estudio, diseño y método de investigación | 18 |
| 2.2. Operacionalización de las Variables | 19 |
| 2.3. Población y Muestra: | 21 |
| 2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos | 21 |
| 2.5. Validación y confiabilidad del instrumento | 22 |
| 2.6. Método de análisis de casos | 24 |
| III. Resultados | 25 |
| 3.1. Análisis de los Gráficos | 25 |
| 3.2. Prueba de normalidad | 33 |
| 3.3. Contrastación de Hipótesis | 33 |
| IV. Discusión | 38 |
| V. Conclusiones | 42 |
| VI. Recomendaciones | 43 |
| VI. Referencias Bibliográficas | 44 |
| ANEXOS | 46 |
| Cuestionario | 47 |
| Matriz de Consistencia | 49 |
| Matriz de Operacionalización de las Variables | 50 |
| Variable Independiente: Redes Sociales | 50 |
| Variable Dependiente: Publicidad | 51 |

RESUMEN

La tesis de investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de las redes sociales en la publicidad en la empresa Fortel Contact Center en el Distrito de Jesús María, año 2016, el cual se cumplió. Esta investigación es de tipo descriptiva – causal, se evaluaron cuatro aspectos de cada variable; en la variable redes sociales: acceso a información, contacto con amigos y familiares, posibilidad de hacer negocios y necesidad laboral o profesional; en la variable publicidad: producto, precio, plaza y promoción. El diseño de esta investigación es no experimental transversal, ya que no existe manipulación en el estudio de las variables. Como instrumento se utilizó la encuesta, el cual el proceso de los datos obtenidos fue por medio de la aplicación del programa SPSS versión 22, se trabajó con una población de 100 colaboradores, así mismo se demostró la hipótesis como cierta.

Palabras claves: Redes Sociales, Publicidad.

ABSTRACT

The thesis research was to determine the influence overall objective of social networking advertising company Fortel Contact Center in the District of Jesus Maria, 2016, which was fulfilled. This research is descriptive - causal, four aspects of each variable were evaluated; variable in social networks: access to information, contact with family and friends, possibility of doing business and labor or professional need; in the variable advertising: product, price, place and promotion. The design of this experimental research is not cross, since there is no manipulation in the study of the variables. As the survey instrument, which process data was obtained through the application of SPSS version 22 program, is working with a population of 100 employees, so the same hypothesis as true demonstrated was used.

Keywords: Social Networks, Advertising.