



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE**

**ADMINISTRACIÓN**

“El marketing digital y su influencia en el posicionamiento en las instituciones educativas Thales de Mileto y La Católica de Carabaylo, año 2017”.

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

**Autora:**

Lourdes Andrea GUTIERREZ LIÑAN

**Asesor:**

Dr. Narciso FERNÁNDEZ SAUCEDO

**Línea de investigación:**

Marketing

**Lima-Perú**

2017

## PÁGINA DEL JURADO

---

Presidente

**Dr. Victor Dávila Arenaza**

---

Secretario

**Dr. Antonio Díaz Saucedo**

---

Vocal

**Dr. Narciso Fernández Saucedo**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por el esfuerzo que hicieron durante esto cinco años en apoyarme económica y moralmente, ya que sin ellos no hubiera culminado esta hermosa carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme dado la fortaleza necesaria para poder culminar este trabajo. Agradezco a mi profesor Fernández Saucedo que en cada sesión de clase tuvo paciencia y sabiduría para guiarme en el desarrollo de mi tesis.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo LOURDES ANDREA GUTIERREZ LIÑAN con DNI N° 71323877, efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

En el sentido asumo 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, Julio del 2017.

---

LOURDES ANDREA GUTIERREZ LIÑAN

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El marketing digital y su influencia en el posicionamiento en las instituciones educativas Thales de Mileto y La Católica de Carabayllo, año 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Lourdes Andrea Gutierrez Liñan

## ÍNDICE

<b>PÁGINA DEL JURADO</b>	2
<b>DEDICATORIA</b>	3
<b>AGRADECIMIENTO</b>	4
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b>	5
<b>PRESENTACIÓN</b>	6
<b>RESUMEN</b>	vii
<b>ABSTRACT</b>	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
1.1. Realidad Problemática	1
1.2. Trabajos previos	2
1.4. Formulación del problema	9
1.5. Justificación del estudio	9
1.6. Objetivos	10
1.7. Hipótesis	10
<b>II. MÉTODO</b>	12
2.1. Nivel de investigación	12
2.2. Tipo de investigación	12
2.3. Diseño metodológico	12
2.4. Matriz de operacionalización de variables	22
2.5. Población, muestra y muestreo	23
<b>III. RESULTADOS</b>	26
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	47
<b>V. CONCLUSIONES</b>	49
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	50
<b>VII. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</b>	51
<b>ANEXOS</b>	54

## **RESUMEN**

Se realizó la investigación titulada “El marketing digital y su influencia en el posicionamiento en las instituciones educativas Thales de Mileto y la Católica de Carabayllo, año 2017” cuyo objetivo de estudio fue determinar la influencia del marketing digital en el posicionamiento. Este trabajo fue de nivel descriptivo – causal de tipo aplicada y de diseño no experimental de corte transversal. La población fue conformada por 30 personas del área administrativa de ambas instituciones. La muestra fue conformada por las 30 personas de la población, ya que la población era pequeña. Se obtuvo como conclusión que el marketing digital no influye significativamente en el posicionamiento de las instituciones educativas Thales de Mileto y La Católica de Carabayllo.

Palabras claves: marketing digital, posicionamiento, innovación, clientes.

## **ABSTRACT**

The research was carried out entitled "Digital marketing and its influence on positioning in the educational institutions Thales of Mileto and the Catholic of Carabayllo, year 2017" whose objective was to determine the influence of digital marketing on positioning. This work was descriptive - causal level of applied type and non - experimental cross - sectional design. The population was made up of 30 people from the administrative area of both institutions. The sample consisted of the 30 people of the population, since the population was small. It was concluded that digital marketing does not significantly influence the positioning of educational institutions Thales de Mileto and La Católica de Carabayllo.

Keywords: digital marketing, positioning, innovation, customers.