



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

**Marketing digital y posicionamiento de marca en el Hotel Nilas,
Tarapoto - 2020**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Alarcón Calderón, Rayssa Janna (ORCID: 0000-0003-1049-8933)

ASESOR:

Mg. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín (ORCID: 0000-0001-5490-0547)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

TARAPOTO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres, Isabel Calderón y Verney Alarcón, por todo su apoyo y amor incondicional siempre.

Rayssa Alarcón

Agradecimiento

A mis maestros que me brindaron todos sus conocimientos y pude especializarme más en la materia.

A mis compañeros, que gracias a sus aportes y apoyo me ayudaron a nutrir mi aprendizaje.

La autora

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización:.....	15
3.3. Población (criterios de selección) muestra, muestreo, unidad de análisis	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	16
3.5. Procedimientos	20
3.6. Métodos de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	38

Índice de tablas

Tabla 1. Dimensiones del marketing digital que tienen menor relación con el posicionamiento de marca en el Hotel Nilas, Tarapoto - 2020.....	24
Tabla 2. Prueba de normalidad	25
Tabla 3. Coeficiente de correlación de Rho Spearman	26

Índice de figuras

Figura 1. Nivel de marketing digital en el Hotel Nilas, Tarapoto - 2020.....	22
Figura 2. Nivel de posicionamiento de marca del Hotel Nilas, Tarapoto - 2020	23

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general establecer la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de marca en el Hotel Nilas, Tarapoto - 2020. La investigación fue de tipo básica y diseño no experimental, descriptiva correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 30 clientes. La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumentos dos cuestionarios. Los principales resultados de la investigación mostraron el nivel del marketing digital fue indicado como 73.33% regular, 16.67% malo y 10% es bueno. El nivel del posicionamiento de marca fue indicado como 70% medio, 16.67% bajo y 13.33% alto. Las dimensiones del marketing digital que tienen menor relación con el posicionamiento de marca fueron la comunicación digital con un Rho Spearman de 0.004 y las redes sociales con un Rho Spearman de 0.106. La principal conclusión fue que no existe relación significativa entre las variables. Asimismo, la correlación fue establecida como nula.

Palabras claves: Marketing digital, posicionamiento, redes sociales.

Abstract

The general objective of the research was to establish the relationship between digital marketing and brand positioning at the Hotel Nilas, Tarapoto - 2020. The research was of a basic type and non-experimental, descriptive correlational design. The population and sample consisted of 30 clients. The technique used was the survey and two questionnaires as instruments. The main results of the research showed the level of digital marketing was indicated as 73.33 regular, 16.67% bad and 10% good. The level of brand positioning was indicated as 70% medium, 16.67% low and 13.33% high. The dimensions of digital marketing that have the least relationship with brand positioning were digital communication with a Rho Spearman of 0.004 and social networks with a Rho Spearman of 0.106. The main conclusion was that there is no significant relationship between the variables. Likewise, the correlation was established as null.

Keywords: Digital marketing, positioning, social networks.

Declaratoria de autenticidad del asesor


Yo, Mgtr. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín, docente de la Escuela de Posgrado, Programa académico de la Maestría en Administración de Negocios – MBA de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto, asesor(a) de la tesis titulada:

“Marketing digital y posicionamiento de marca en el Hotel Nilas, Tarapoto - 2020” del autor Br. Alarcón Calderón, Rayssa Janna, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación / tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 08 de diciembre de 2020

Apellidos y nombre: Mgtr. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín	
DNI: 17623582	
ORCID: https://orcid.org/0000-000154900547	