



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

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

Marketing digital y posicionamiento de la marca King Song en los
clientes de la empresa Imporcorporation S.A.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA**

AUTOR:

Moreira Villamar, Carlos Julio (ORCID: 0000-0002-3760-9819)

ASESOR:

Mg. Valverde Rodríguez, Wilfredo Gerardo (ORCID: 0000-0002-8822-7642)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

PIURA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Este logro se lo dedico de lleno a Dios porque todo lo que eh podido y podré lograr es gracias a la fortaleza que me da él cada día, también a mis hijos, Valentina y Ronaldo, quienes son el turbo y el nitro de mi vida, a mi mamita y a mi papito que han hecho de mí un hombre de bien, pues, para ellos soy su orgullo, a mi hermanita Wendy quien siempre me apoya y me siento orgulloso de ser tu ñañito lindo del amor y a mi esposa quien ha sido vital en ciertas decisiones de esta linda y a veces difícil pero perfecta vida que me gusta vivir en el nombre de Cristo Jesús hasta la eternidad y a Ciarita que de alguna manera me ves como ejemplo, también va por ti pequeñita.

Agradecimiento

Agradezco al país de Perú, a la ciudad de Piura, a sus autoridades por toda la ayuda, al servicio y la calidad que pusieron ante este extraño y claro que a esta Universidad que considero es la más visionaria de todo Sudamérica. Y un punto aparte al Dr. Wilfrido Valverde alguien fuera de serie, el profesional más entregado que conozco. A ti Dios que a pesar de este virus mundial como es el COVID, has tenido misericordia y agradezco infinitamente tu voluntad, es algo que a ningún ser en la faz de la tierra se nos va a olvidar, señor ten piedad de tus hijos. Amen.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	10
3.2. Variable y operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimientos.....	13
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN.....	21
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS.....	31

Índice de tablas

Tabla 1: Validación realizada bajo juicio de expertos	21
Tabla 2: Distribución de las estrategias de marketing digital y el posicionamiento de la marca King Song.....	23
Tabla 3: Pruebas de normalidad.....	24
Tabla 4: Relación entre las estrategias de marketing digital y el posicionamiento de La marca King Song.....	25
Tabla 5: Posicionamiento de la marca King Song	26
Tabla 6: Relación entre las estrategias de marketing digital y el posicionamiento de la marca King Song.....	27
Tabla 7: Relación entre las estrategias de marketing digital y el posicionamiento de la marca King Song.....	28

Índice de figuras

Figura 1: Reparto de los niveles de estrategias de marketing digital	16
Figura 2: Distribución de los niveles de posicionamiento de la marca King Song	17

Resumen

La tesis busca determinar la relación entre el marketing digital y el nivel de la investigación. La empresa Imporcorporation S.A. radica en Guayaquil - Ecuador, opera en comercio de artículos electrónicos y electrodomésticos de la marca King Song.

El problema general fue probar la relación de las dos variables, el resultado muestra que a mayor nivel de marketing digital se obtendrá mayor nivel de posicionamiento, denota un resultado significativo entre el marketing digital y el posicionamiento de la marca.

En la metodológica se efectuó investigación aplicada, descriptiva y correlacional, se aplicó la recolección de datos la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de 39 preguntas, fueron analizadas por el programa SPSS. La población y la muestra de esta investigación comprende 363 participantes dentro de esta investigación.

Los resultados estadísticos dan cuenta de la existencia de una relación de las variables, con un p valor de $p < 0,05$, coeficiente de relación Rho Spearman = 0,742 entre las variables de marketing digital y de posicionamiento. El valor indica que la correlación es positiva. Los resultados dan muestra de relación entre la variable nivel de marketing y la variable nivel de posicionamiento.

Palabras clave: Marketing digital, posicionamiento, marca, cliente, empresa.

Abstract

The thesis seeks to determine the relationship between digital marketing and the level of research. The company Imporcorporation S.A. resides in Guayaquil - Ecuador, operates in the trade of electronic articles and appliances of the King Song brand.

The general problem was to test the relationship of the two variables, the result shows that the higher the level of digital marketing, the higher the level of positioning, it denotes a significant result between digital marketing and the positioning of the brand.

In the methodological applied, descriptive and correlational research was carried out, the data collection was applied the survey technique through a questionnaire of 39 questions, they were analyzed by the SPSS program. The population and sample of this research comprises 363 participants within this research.

The statistical results show the existence of a relationship between the variables, with a p value of $p < 0.05$, Rho Spearman coefficient of relationship = 0.742 between the digital marketing and positioning variables. The value indicates that the correlation is positive. The results show a relationship between the marketing level variable and the positioning level variable.

Keywords: Digital marketing, positioning, brand, client, company.

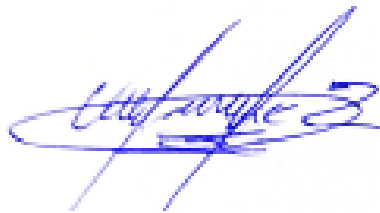
ANEXO 2

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Wilfredo Gerardo Valverde Rodriguez, docente de la Escuela de Posgrado, del Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios – MBA, de la Universidad Cesar Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada “MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA KING SONG EN LOS CLIENTES DE LA EMPRESA IMPORCORPORATION S.A.”, del estudiante Moreira Villamar Carlos Julio, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. 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 Cesar Vallejo

Piura, 06 de enero de 2021



Mg. Wilfredo Gerardo Valverde Rodriguez

DNI: 17896863