



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Marketing digital y posicionamiento de la pollería Hikari en el Distrito
de los Olivos, Lima -2020.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Marketing y Dirección de Empresas

AUTORES:

Bendezu Olivas, Mayler Ronaldo (ORCID: 0000-0001-8992-2412)

Garay Corsino, Kevin Joshua (ORCID: 0000-0002-6984-4151)

Torre Reyes, Jair Epifanio (ORCID: 0000-0002-9476-5092)

ASESOR:

Mg. Mogollón García, Francisco Segundo (ORCID: 0000-0003-0188-0049)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing digital

LIMA-PERÚ

2020

Dedicatoria

Bendezu Olivas, Mayler Ronaldo

En primer instancia a Dios, por permitirme disfrutar cada instante de la vida. A mis padres Isabel y José quienes con su constancia incentiva mi crecimiento personal y profesional, siendo mi fortaleza para nunca rendirme ante ningún obstáculo.

Garay Corsino, Kevin Joshua

A mis padres Alan y Liliana quienes con su constancia incentiva mi crecimiento personal y profesional, siendo mi fortaleza para nunca rendirme ante ningún obstáculo y a dios por darme salud.

Torre Reyes, Jair Epifanio

En primer lugar, a Dios, por permitirme disfrutar cada instante de la vida. A mis padres Mercedes y Gregorio quienes con su constancia incentiva mi crecimiento personal y profesional, siendo mi fortaleza para nunca rendirme ante ningún obstáculo.

Agradecimiento

Bendezu Olivas, Mayler Ronaldo

Este agradecimiento se dirige a nuestro profesor Francisco Mogollón por orientarnos y transmitirnos sus conocimientos para hacer posible esta investigación.

Garay Corsino, Kevin Joshua

Este agradecimiento se dirige al profesor Francisco Mogollón por ser el encargado de enseñarnos el curso de metodología y llenarnos de conocimientos más allá de los pensados.

Torre Reyes, Jair Epifanio

Este agradecimiento se dirige principalmente al profesor Mogollón Francisco, por la orientación en el curso y también al profesor Zabaleta y Peña por darse un tiempo para evaluarnos.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1 Tipo y diseño de investigación	20
3.2 Variables y operacionalización.....	21
3.3 Población, muestra y muestreo.....	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
3.5 Procedimiento.....	24
3.6 Métodos de análisis de datos.....	24
3.7 Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADO	25
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS.....	36
Anexo 1. Matriz de consistencia	36

Anexo 2. Matriz de operacionalizacion de variables	38
Anexo 3. Validación de expertos	40
Anexo 3 Constancia de confiabilidad	43
Anexo 4 Cuestionario	47

Índice de tablas

Tabla 1 Rho Spearman de difusión de contenidos y el posicionamiento	
.....	25
<i>Tabla 2 Rho Spearman de atracción de clientes y el posicionamiento</i>	
.....	26
<i>Tabla 3 Rho Spearman de conversión de clientes y el posicionamiento</i>	
.....	27
<i>Tabla 4 Rho Spearman de marketing digital y posicionamiento</i>	
.....	28

Resumen

La investigación es relevante porque buscó analizar como el marketing digital se relaciona con el posicionamiento de la pollería Hikari, para mejorar el uso de las estrategias de marketing digital de los negocios para poder posicionarse en el mercado. El objetivo de este estudio fue: determinar la relación que existe entre el marketing digital y el posicionamiento de la pollería Hikari en el Distrito de los Olivos, Lima-2020. Metodología: se trató de un estudio cuantitativo de tipo descriptivo, correlacional que utilizo como instrumento de recolección de datos el cuestionario. La población estuvo conformada por 50 clientes de la pollería Hikari en el Distrito de los Olivos. La hipótesis que se realizó a través de la medición de Rho Spearman ($Rho=,766^{**}$) .Donde se concluye que si existió una relación significativa entre el marketing digital y el posicionamiento. Por lo tanto, es importante desarrollar estrategias de marketing digital para lograr posicionarse.

Palabras clave: Marketing digital, posicionamiento, estrategias, consumidor.

Abstract

The research is relevant because it sought to analyze how digital marketing is related to the positioning of the Hikari poultry, to improve the use of business digital marketing strategies to position itself in the market. The objective of this study was to determine the relationship between digital marketing and the positioning of Hikari poultry in the District of Olives, Lima-2020. Methodology: it was a descriptive, correlational quantitative study that used the questionnaire as a data collection instrument. The population was made up of 50 clients of the Hikari chicken shop in the District of Olives. The hypothesis that was made through the measurement of Rho Spearman ($Rho = , 766^{**}$), Where it is concluded that there is a significant relationship between digital marketing and positioning. Therefore, it is important to develop digital marketing strategies to achieve position.

Keywords: Digital marketing, positioning, strategies, consumer.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Trabajo de Investigación titulado: "MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA POLLERÍA HIKARI EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA-2020", cuyos autores son BENDEZU OLIVAS MAYLER RONALDO, GARAY CORSINO KEVIN JOSHUA Y TORRES REYES JAIR EPIFANIO, constato que la investigación cumple con el índice desimilitud establecido, y 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 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.

LIMA, 26 de Julio del 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO DNI: 42228259 ORCID 0000-0003-0188-0049	Firmado digitalmente por: FMOGOLLONG el 29-07- 2020 13:12:43

Código documento Trilce: TRI - 0028797