



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes
del rubro textil en Trujillo, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTORES:

Espinoza Zavaleta, Lupe Gisela (orcid.org/0000-0003-0167-3488)

Saldaña Santa Cruz, Julio David (orcid.org/0000-0003-2914-6217)

ASESOR:

Mg. Mendoza Castillo, Alvaro Larry Luis Felipe (<https://orcid.org/0000-0002-2877-2622>)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Digital

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedicado a nuestras madres, quienes fueron la guía en este camino, hermanos, amigos que nos apoyaron; y a mi abuela que está en el cielo.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro asesor por su guía en la tesis, por su paciencia y enseñanza. Finalmente, a nuestra casa de estudios.

Índice de contenidos

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN:	1
II. MARCO TEÓRICO:	5
III. METODOLOGÍA:	16
3.1. Tipo y diseño de investigación:	16
3.2. Variables y operacionalización:	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis:	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	20
3.5. Procedimientos:	23
3.6. Método de análisis de datos:	23
3.7. Aspectos éticos:	23
IV. RESULTADOS:	24
V. DISCUSIÓN:	38
VI. CONCLUSIONES:	41
VII. RECOMENDACIONES:	42
REFERENCIAS:	43
ANEXOS	

Resumen

En la actual investigación se tenía como objetivo general determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022; la metodología usada fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como muestra del estudio a 386 dueños de Mypes del rubro textil, quienes respondieron un cuestionario con 28 ítems con medición de la escala de Likert. Los resultados obtenidos se dieron con un coeficiente de determinación R^2 de 0.38 entre la variable de redes sociales y la variable de posicionamiento. La influencia es positiva, esto se debe a que existe una interacción de los clientes con las Mypes mediante las redes sociales, sin embargo, no es mayor debido a que no están siendo aprovechadas completamente por las mismas. Llegando a tener como conclusión que las redes sociales tienen una influencia significativa y positiva en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, sin embargo, existen redes sociales que tienen mayor influencia como lo es Instagram y menor influencia como lo es Tik tok.

Palabras clave: Marketing digital, redes sociales, posicionamiento.

Abstract

The general objective of the current research was to determine the influence of social networks on the positioning of textile Mypes in Trujillo, 2022; the methodology used was applied, with a quantitative approach and a non-experimental cross-sectional design. The study sample consisted of 386 textile Mypes owners, who responded to a questionnaire with 28 items measured on the Likert scale. The results obtained showed a coefficient of determination R^2 of 0.38 between the social networks variable and the positioning variable. The influence is positive, this is due to the fact that there is an interaction of the clients with the Mypes through the social networks, however it is not greater because they are not being fully exploited by them. The conclusion is that social networks have a significant and positive influence on the positioning of textile Mypes in Trujillo, however there are social networks that have greater influence such as Instagram and less influence such as Tik tok.

Keywords: Digital marketing, social networks, positioning.

I. INTRODUCCIÓN:

El Perú es un país muy dedicado a la comercialización, por ello el sector de la micro y pequeña empresa (MYPE) ha venido siendo el sustento económico de muchas familias. En el 2020, se constituyeron el 95% de la estructura empresarial y emplearon a un 26.6% de la PEA, según la Encuesta Nacional de Hogares según, (Cámara de Comercio de la Libertad, 2020), En Trujillo se encuentran de diferentes rubros que ofrecen servicios alimenticios, cueros, calzado y turismo, dichas mypes están ubicados en toda la localidad de la ciudad de la amistad de Trujillo, como en los diferentes distritos que lideran en la ciudad de Trujillo

Según, (MDEP, 2019), Entre las más destacadas se encuentran la Mypes D'ELLAS del Distrito del Porvenir, del propietario Sr. Ricardo Varas Sánchez quien visitó en compañía del alcalde Víctor Rebaza Benítez y el Gerente de Desarrollo Económico David Torres Terones. La Gerente de Desarrollo Social, Angélica Villanueva Guerrero, indicó que hay 100.000 MYPES en el Perú, 50.000 de ellas en la región de la provincia de Trujillo. El titular de la municipalidad provincial, Edilberto Navarro Varas, comentó que el Perú es un país emprendedor y que Trujillo tiene muchas Mypes en todas las regiones, aportando día a día a la economía del país.

En el auge de la globalización y la era digital, se han creado diversas plataformas digitales que hoy en día se convierten en una apoyo de ayuda para la vida del ser humano, ya que a través de ellas pueden interactuar y facilitar la convivencia de las personas que suelen utilizarlas, se han implementado las redes sociales, también conocidas como social media que forma parte del marketing digital, trayendo consigo beneficios y aporte muy importante para búsqueda sobre las metodologías de implementación que manejan las sociedades y sobre todo a las Mypes, las cuales en su mayoría han optado por reinventarse para unirse a la era digital.

Las Mypes al encontrarse en un mundo globalizado y de constante cambio en la forma tecnológica, muchas de estas han optado en reinventarse no solo en parte administrativa sino en también en sus procesos y la forma de darse a conocer ante el mercado, si bien siguen utilizando un marketing tradicional como por ejemplo realizar su publicidad para dar a conocer sus productos y servicio de manera física ya seas por diferentes medios como volantes, paneles publicitarios, catálogos

físicos entre otros, ya están mudándose a la virtualidad para no quedarse estancadas y en pocos años ir a la quiebra ya que el mercado de hoy en día está en constante cambio. Las redes sociales son las que más se utilizan para alcanzar su público objetivo de cualquier empresa, debido a su alcance, Según Machado y León (2021), Los medios digitales, han experimentado un gran avance en cuanto planeamiento que manejan para llegar al consumidor, y esto simboliza una gran oportunidad para las Mypes para brindar sus productos a sus clientes, de una forma rápida, fácil y segura; diferente a lo que se venía realizando en lo tradicional.

Cada vez ha evolucionado la manera de la convivencia y necesidades de los usuarios se han transformado, pero específicamente en las nuevas generaciones. Convirtiéndose en el proceso más significativo de encontrar e intercambiar opiniones, datos, asimismo este es el medio de hoy en día que la mayoría de personas utilizan ya que es más rápido y de fácil acceso.

Es que, las redes tienen mucha influencia en la comunicación e interacción entre los usuarios también podemos observar el impacto que tienen en el comportamiento de los consumidores. Un aspecto primordial que se puede resaltar de las redes es que se escapa de las manos cuando se trata de entender cómo influye en los usuarios tienen permitido comunicarse de cualquier forma a través de estos medios, ya sea por medio de chat, videollamadas, interacciones, comentarios entre otros.

Según, (ComexPeru, 2022), Las mypes, en la actualidad cubre un 50% del PBI del país, pero estas enfrentan problemas durante su desarrollo como tal, por ejemplo, la accesibilidad de obtener un préstamos o crédito en un banco y mantener el emprendimiento en el mercado es un problema muy frecuente en muchas Mypes, ambos problemas abordan la disponibilidad del capital o recurso financiero.

Las redes sociales son una ayuda de gran importancia ya que estas son un medio de comunicación en que se ha implementado en tiempo y forma es muy accesible para el beneficio de las mypes, en estas podemos hallar y formar nuestra base de datos según gustos y preferencias por los clientes.

Por su alcance, estas representan una parte importante en el desarrollo de las Mypes, debido a que es un medio práctico para la publicación de productos y servicios de diferente rubro. La investigación digital, Según, Cueva (2021) en la

revista News Report 2021 del instituto Reuters, nos presenta un nuevo estudio sobre los medios de comunicación en diferentes partes del mundo (46 países), refleja que la red social Facebook es la red social más empleada, el 69% de los usuarios peruanos informan a través de esta red. Ya que esta es la más utilizada por los peruanos.

Estás permite darse a conocer al mercado digital, la recopilación nos ayuda a generar la propuesta del proyecto, ya que se tiene una necesidad en varias MYPES que no pueden competir con sus competidores y ni siquiera logran posicionarse dentro del ranking de en el mercado peruano, entonces ellos necesitan la publicidad adecuada para el target adecuado y la especialización de la misma.

Las Mypes , emprendimientos que tienen bastante años en el mercado y se han estancado sin poder sobresalir estas se encuentran atrapadas en el pasado es porque les hace falta las herramientas digitales y están en una forma tradicional ya que tienen poco conocimiento en las nuevas estrategias que se están implementando ,las redes sociales son la opción de publicidad más accesible y fácil de usar en la actualidad ya que por medio de diferentes redes podemos abarcar de una manera global a nuestro público objetivo, mediante filtros que las mismas redes nos brindan.

Una vez detallada la realidad problemática surge la pregunta principal de investigación: ¿Cómo Influye el uso de las redes sociales en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022? De igual manera, las preguntas específicas: A) ¿Cómo Influye el uso de Facebook en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022? B) ¿Cómo Influye el uso de WhatsApp en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022? C) ¿Cómo Influye el uso de Instagram en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022? D) ¿Cómo influye el uso de Tik Tok en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo,2022?

El proyecto se basa en una problemática que muestran las empresas Mypes del rubro textil en Trujillo, donde se identifica la falta de uso de redes sociales al no contar con estas plataformas digitales, muchas de ellas aún trabajan con el método

tradicional, esta sería la razón por la cual las Mypes se encuentran estancadas y el miedo a cambiar no deja desarrollar.

El objetivo general es determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. Los objetivos específicos son: a) Determinar cómo influye Facebook en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. b) Determinar cómo influye WhatsApp en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. c) Determinar cómo influye Instagram en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. d) Determinar cómo influye Tik Tok en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.

Así pues, la hipótesis general es: Las redes sociales influyen significativamente en el posicionamiento de las mypes del rubro textil. Entre las hipótesis específicas, tenemos: La red social Facebook influye significativamente en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. La red social WhatsApp influye significativamente en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. La red social Instagram influye significativamente en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. La red social Tik Tok influye significativamente en el posicionamiento de las mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.

II. MARCO TEÓRICO:

En el presente trabajo, se ponen en evidencia los siguientes registros de investigaciones halladas, las cuales contienen un perfil nacional e internacional, llegando a tener una relación estrecha con los temas expuestos en la presente, así mismo son las que ayudaron a descifrar la información con sus hallazgos e indagaciones, permitiendo tener un respaldo teórico.

Así mismo, se consideraron los siguientes antecedentes nacionales:

Guzmán, (2022), en su proyecto de estudio titulado Impacto de la red social Tik tok como una estrategia de marketing digital en la época de pandemia. Caso: María Pía Copello. Con una metodología cualitativa no experimental, tomando la población a diferentes perfiles de influencers de Tik Tok nacionales del momento, buscando un perfil que mantengan una relación con una mayor participación digital en el país, la muestra se tomó, con una derivación al azar, de tal manera se ejecutó y se halló como resultados, a que existe un lazo de influencia significativa, ayudando y elevando el posicionamiento de la influencer estudiada en este proyecto, entonces se interpreta que la red social Tik tok mantiene una relación alta con el impacto, debido a que es una herramienta positiva que permite el reconocimiento de marca. Así mismo debido a que es una de las redes en tendencia del momento, se podría decir que la era digital se disparó con la ayuda de la pandemia debido a que el aislamiento social, fue un punto a favor, sin embargo, las marcas han sabido aprovechar dicha red, y usarla de la mejor manera posible para que permita ser un aliado en la era digital y tecnológica.

Flores (2021), refiere que, en su más reciente investigación nombrada posicionamiento de una empresa mype del sector belleza, Lima 2020, tuvo como fin el diseño de los procesos del marketing digital, utilizando la metodología no experimental, descriptiva y explicativa, con el uso de técnicas de revisión documental, entrevista y encuesta evaluada y pasó un proceso de validación por expertos. Seguido se hizo un muestreo por conveniencia de 30 personas, llegando a diseñar el proceso del marketing digital para el posicionamiento de una Mype del rubro de la belleza que tuvo 3 fases: la primera, ingreso o insumo, se realizaron análisis interno, externo y perfil de competencia del salón de belleza; la segunda, adecuación, aquí se identifican las estrategias adecuadas para el análisis; la

tercera, decisión, escoger las estrategias que aporten más para el posicionamiento del negocio. Concluyendo la implementación del marketing digital toma un papel importante para el posicionamiento de la empresa Musa Mía Styles & Spa. En la presente se puede deducir que el lazo que tiene el uso de los medios digitales cuáles son las redes sociales, como herramientas mantienen un nivel de crecimiento en el posicionamiento, dado la coyuntura digital del país, permitiendo a las Mypes del sector belleza tener herramientas y recursos como estos a la mano, para poder mejorar su posicionamiento en el mercado actual.

Estrada (2021), sostuvo en la investigación que tuvo como objetivo principal identificar la conexión Marketing digital y el posicionamiento de marca de las mypes importadoras de autopartes, llegando a utilizar una metodología, con un enfoque cuantitativo de tipo aplicado y un diseño no experimental de nivel correlacional. La población se agrupó por la directiva de mypes, se planteó la muestra con 40 Mypes. La recaudación de la data se ejecutó con una encuesta de 36 interrogantes para las variables planteadas, las mismas que permanecieron alineadas en la escala de Likert, dicha validez y confiabilidad se determinó con el veredicto de personas capacitadas. Con ello se empleó el Rho de Spearman teniendo una correlación alta, también se tuvo una bilateral de,000 demostrando que es significativa, así mismo el hallazgo se sitúa en que existe un lazo entre las variables estudiadas en este proyecto de investigación, sin embargo la existencia de la conexión, está relacionada con el buen uso del marketing digital, dado a que si no se utilizan de una manera correcta no se obtendrá un posicionamiento notable para las mypes del sector estudiado, y no se generará el aumento de la rentabilidad. Deduciendo que el mal manejo de la pieza digital de las Mypes del sector mencionado, no ayudarían al crecimiento del posicionamiento de las mismas, perdiendo a la vez su rentabilidad, al implementar dichas estrategias se tendrían que tener un plan estructurado para acoplarse con la nueva era tecnológica.

More y Pérez (2021), quienes destacaron por su investigación sobre el Marketing Digital en las redes sociales para el posicionamiento de marca en Mypes del sector textil, de Lima Metropolitana, enfocados son su objetivo principal que fue edificar un marco analítico sobre cómo se desenvuelve el posicionamiento de las marcas en su establecimiento por medio de estrategias y tácticas , utilizó una metodología

no experimental, con un enfoque cuantitativo de tipo aplicado, identificando que existe una influencia positiva en las marcas. Aquí se puede identificar que mientras las variables tengan una complicidad entre ellas, una buena estructura de plan y acción, el resultado será positivo en el posicionamiento del sector textil limeño, en el caso de no tener conciencia del uso de alguna variable el posicionamiento no sería positivo, ni tendría un aumento.

Capristan y Elías (2021), tuvieron como objetivo principal en su proyecto de investigación, determinar la relación entre las variables, de redes sociales y posicionamiento de las Mypes, su metodología de estudio fue de tipo correlacional, descriptivo, el diseño no experimental de corte transversal; se usó una muestra de 75 MYPES, se usó por conveniencia, se determinó con un cuestionario. El desarrollo del mismo se llevó a cabo por SPSS, utilizando a Kolmogórov-Smirnov, con una muestra de 50 consumidores, reflejando un resultado de 0.000 dando a conocer que los datos no son habituales, por esto se usó Rho de Spearman, identificando existente una interacción directa en medio de las redes sociales y posicionamiento de Rho de Spearman de 0.801, concluyendo con el resultado que existe una interacción positiva entre las variables. No se puede negar que el uso de las redes sociales actualmente son un soporte de ayuda digital, para muchas Mypes de diferentes sectores en el mercado, y el uso de las mismas son una buena opción para incrementar el posicionamiento de las mencionadas microempresas del país.

Galarza y Pérez, (2021) , los autores del trabajo titulado como: "Tecnologías de Información y Comunicación" es una herramienta eficiente para alcanzar el éxito empresarial. El uso de las mencionadas herramientas de la tecnología necesita un proceso complejo para identificar los problemas, crear nuevas estrategias para que las empresas lleguen a generar un positivo impacto en ventas. Esta investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de las variables en el sector construcción. La metodología usada fue correlacional causal, teniendo un enfoque cualitativo - cuantitativo. Identificando en la presente, los sistemas de recaudación de data, sistema de procesos de data, y el sistema de transmisión de data (Facebook), llegando a influir positivamente en las ventas de las MYPES del sector estudiado. Así mismo se interpreta que las empresas de este sector con el poder de desarrollo que tienen, deberían introducirse en la era tecnológica de una manera

cautelosa, debido a que no se tendrán resultados inmediatos como pueden esperar, pero a la larga el cambio es bueno, ya que si lo usan de una manera correcta se pueden llegar a adaptar con sus recursos y mejorar su reconocimiento en el mercado.

Abramonte y Hidalgo (2021), como objetivo principal tuvieron, implementar estrategias de marketing digital, buscando fortalecimiento en el posicionamiento de Mypes del sector gastronómico, usando como metodología aplicada, un enfoque mixto, y con diseño no experimental, descriptivo, y transversal. La muestra que se utilizó fue 68 Mypes y 167 residentes de la ciudad de Piura. Obteniendo como hallazgo que la mayoría de Mypes del sector estudiado, no tienen un uso activo de la red social WhatsApp, sin embargo, existen Mypes que, si están utilizando dicha red, aunque son pocas, pero se rescata que entre ellas que utilizan la red social, se identifica una interacción frecuente, llegando a tener una influencia positiva en el posicionamiento.

Aguirre (2020), en la presente titulada Uso de redes sociales en el reconocimiento de marca de la empresa Cristhy Tejidos en la metrópoli de Trujillo 2019. Tuvo como objetivo principal determinar el impacto del uso de las redes sociales en el reconocimiento de marca de CRISTHY, entre los resultados, se obtuvieron qué, la importancia que se tiene al utilizar las redes sociales para reconocer dicha marca, el 49% de los individuos encuestados, arrojaron como resultado que las redes sociales, llegando a ser una buena herramienta del marketing digital, pero eso solo se da si se mantiene un uso correcto de las mencionadas. Así mismo se concreta que el uso correcto de las redes sociales influye de manera correcta y precisa en el reconocimiento de la marca, llegando a tener una relación cercana y positiva entre las variables estudiadas, pero con un manejo correcto de las mismas para general un reconocimiento digital en el mercado peruano.

Mamani (2019), En su indagación se tiene como objetivo general, identificar el uso del WhatsApp en la comunicación de profesores y estudiantes, con un diseño de investigación no experimental, transversal, teniendo un método de enfoque cuantitativo, utilizando la encuesta como un instrumento de dicha indagación. Se tuvo un foco de estudio a treinta y dos profesores y doscientos setenta y tres estudiantes, con una muestra de doscientos sesenta y uno estudiantes. Se tuvo

como hallazgo un nivel significativo en relación con la comunicación entre profesores y estudiantes bajo la red social WhatsApp, se obtuvo un 87% de confirmación, aceptando a la red social como un fuerte aliado de la comunicación entre los individuos estudiados. Generando un valor comunicativo entre los individuos, aumentando la productividad de diferentes áreas educativas, en el caso de proyectos y asesoramientos de ayuda que podrían necesitar los alumnos de la institución estudiada en este proyecto de investigación.

En este sentido, también se consideraron diversos antecedentes internacionales

Rinconada, Baca y Macías (2021), La averiguación titulada Análisis de los resultados positivos de las Pymes al pegarse a las redes sociales en Localidad Victoria (Tamaulipas), la cual obtuvo como fin plasmar las ventajas que producen las Mypes al tener interacción usando las redes sociales. Así mismo se tiene en cuenta que en este análisis se empleó una interacción lineal, con variable dependiente, pues se identificó que ambas variables permiten elevar el costo, debido a que los beneficios que se tiene al introducirse en el mundo digital, permitirán que las Mypes del sector estudiado, lleguen a tener un incremento favorable. Este análisis contó con resultados positivos, acerca de la percepción que tienen los dueños de las Mypes, con los beneficios que tendrían al unirse a las redes sociales, y mejorar sus procesos en sus negocios. En este punto se podría decir que la información es importante para crear estrategias de mejora en los negocios que necesitan rediseñar su marca o posicionarse en el mercado.

Méndez (2019), En la actual investigación que sostiene como objetivo general estudiar las redes sociales como herramienta publicitaria para el posicionamiento de las marcas de licores artesanales en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Teniendo como metodología descriptiva, de tal manera recogiendo data de una forma expandida, para llegar a estudiar las diferentes variables estudiadas en la presente investigación. Los datos recopilados fueron mediante una encuesta, la misma que se ejecutó a los individuos de 16 a 30 años en Guayaquil, para hallar sus preferencias en el producto analizado, llegando a obtener resultados que describirían la relación que las variables tienen, y se encontró una relación estrecha con el análisis de ambas variables, dado a que los individuos de las edades estudiadas, tuvieron una aceptación favorable, llegando a aprobar la hipótesis

alterna. En primera instancia, la edad promedio de la investigación tiene una estrecha relación con los medios digitales, siendo un valor importante para la aceptación como herramienta publicitaria.

Marcillo y Moncayo (2020) , como objetivo principal los investigadores en su investigación tuvieron, implementar estrategias de marketing, teniendo como medio al uso de la red social Instagram, promoviendo los servicios y productos, explotando los contenidos visuales de dicha red social, con una metodología con un enfoque cuali-cuantitativo, de tipo descriptivo, la población de mencionada indagación se conforma por cinco publicaciones con un fuerte impacto en diciembre. Con una diferente cartera de marcas investigadas, que son Mooi, Boutique Victoria, Le Parc. se estudiaron a 5 seguidores de dichas marcas, como hallazgo se obtuvo que la alta calidad de contenido visual que brinda la red social Instagram, influye positivamente entre sus clientes, llegando así a tener una fuerte influencia en el posicionamiento. Actualmente la calidad visual es una representación de una buena tecnología, así se puede interpretar la buena recepción que está teniendo dicha red social Instagram, también su flexible cartera de contenidos e interacción que la red brinda a los usuarios, y sobre todo su rápida evolución que ha tenido con el tiempo, ha permitido llegar a ser una de las mejores redes sociales más completas y con mayor interactividad.

Pérez, Aguirre y Guerrero, (2020) En el sector textil las empresas estuvieron afectadas por el bajo consumo, trayendo consigo, ya que la gente tena prioridades de consumo y adaptaron nuevos hábitos de compras, en esta indica que el objetivo general, el análisis del impacto que se produce por la estrategia de influencers en el posicionamiento de las Pymes en la provincia de Tungurahua-Ecuador. Utilizaron un método cualitativo se comparó con las importantes teorías del marketing de influencia y cuantitativo, debido a que fue mediante una encuesta, La muestra fue de 360 personas que brindaron respuestas que guardan relación con la investigación. Concluyendo que la existencia de la incidencia de las variables es válida, afirmando que el formato con que se exponen los generadores de contenido repercute en la audiencia y produce posicionamiento de marca en una cierta empresa.

Cuellar y Cruz, (2018) En esta investigación se busca determinar la influencia de las redes sociales en la compra de suplementos deportivos de los hombres. Del cual se hallaron los motivos y costumbres de adquisición de las personas, mediante una investigación de mercados, la misma que implica entrevistas a profundidad y cuestionarios. Se determinaron los enfoques positivos y negativos indicados por los jóvenes al usar las redes sociales para hacer las compras de suplementos deportivos, herramientas de estilo de vida, factores y marcas de suplementos que están metidos en sus compras. Tomando en cuenta que la respuesta de los consumidores millennials, ellos son los que actualmente usan más los medios digitales, seguido a ello es la tendencia al cuidado personal, cultura fitness y suplementación deportiva, se concluye que la investigación realizada aporta al sector de suplementos deportivos y a las herramientas que utilizan para llegar con sus productos a los consumidores.

Barrio, (2017) en su indagación que tuvo como objetivo general investigar la influencia del uso de los medios sociales, mientras se compran bebidas refrescantes. Teniendo una metodología de análisis con un enfoque cualitativo, entre su población estudiada están los nacidos en 1982 y 2000, se les consideran millennials, se rescata que los jóvenes de 18 a 25 años de edad son los que responden positivamente con la recepción del uso de los medios sociales a la hora de comprar una bebida energética. Teniendo en cuenta que la relación de la tecnología con la edad estudiada de la población es muy estrecha, llegando a percibir por los medios digitales, lo que consumen diariamente, inclusive hasta piden recomendaciones por las redes sociales en la actualidad.

Además, acerca del uso de las redes sociales en una empresa se conoce que una red social es esencialmente un grupo de personas que quieren intercambiar opiniones sobre uno o más temas. Cada red social tiene su propia audiencia y su propia forma de trabajar. En cada red social, el perfil de una empresa actúa como escaparate para mostrar de manera permanente los atributos de la empresa, por lo tanto, tener un buen perfil es imprescindible.

En ese sentido, acerca de WhatsApp, se conoce que es una red social que se presenta como un aplicativo de internet de mensajes inmediatos que permiten que diferentes usuarios en cualquier parte del mundo se puedan comunicar

gratuitamente, es llamada formalmente como WhatsApp Messenger. Calero, (2022), p.90. Al igual que se puede enviar SMS en segundos, también se logra compartir imágenes, video y audios. Feijoo, Guerrero y García (2018), p.32 ayudando así, a que dicha red sea atractiva en el mercado. Según, Martínez (2021), Es una de las más usadas hoy en día, estadísticamente cuenta con un porcentaje de 85% de población peruana encuestada en el 2020. La población peruana no es ajena al uso de la red social, así mismo se adapta cada vez más, nos brinda nuevas herramientas en el uso diario, permitiéndonos tener un sencillo anexo con la tecnología.

Además, algunas de las características de WhatsApp son las siguientes: los usuarios deben instalar la red social en su celular, al igual que se puede utilizar en una computadora o cualquier dispositivo conectado a internet, el detalle es que se debe anexar con un número de celular, en este caso sería números personales de las personas que están buscando una interacción por esa red. Cuenta con una opción de privacidad.

Galdos y Lázaro, (2015) nos dice que elegir quién puede ver la foto de perfil, ver el estado publicado en historias, desactivar el visto del mensaje, al igual que la hora de conexión, permite observar estados de los contactos y darse cuenta del recibimiento del mensaje, además se pueden enviar: vídeos, imágenes, archivos(Word, pdf, Excel entre otros), audios, ubicaciones, contactos, grabaciones, enlaces, se permite hacer llamadas con video a todos los usuarios que estén conectados específicamente con internet, ya sea Wifi, conexión 3G, 4G, 5G.Su plataforma en internet ayuda a visualizar todo lo que se tiene en el celular, un término claro, un espejo a su computador, laptop, Tablet u otro dispositivo conectado a internet. La interacción de mensajes que se envían en tiempo real de modo sincrónico. Debido a que ambas partes se encuentran presentes, en pocas palabras, conectados a Internet, en el acto de la comunicación.

Por otro lado, acerca de Facebook, se sabe que es una red social, que pasó de ser una página simple que conectaba a un grupo de estudiantes simultáneamente entre ellos a ser una red que conecta a todo el mundo entre sí, además (De la Fuente, 2015), menciona que Facebook es la red que nos permite un servicio gratuito con el fin de mejorar la interacción de los internautas con su círculo sociales o futuras

que pueden encontrar en el camino; también se puede compartir contenido propio.
(p.24)

Dicha red se ha convertido en una apuesta para los community manager de las distintas empresas o redes sociales, es preciso construcción de la comunidad se debe tener calidad para la interacción en los posts, también nos comenta que la manera de comunicación de los mensajes es importante, por lo cual se evita a toda costa las faltas ortográficas, y rellenar con hashtags describiendo el contenido sin sobreexponer el contenido, para evitar confusión y aburrimiento en el usuario.

En relación a Instagram, García, (2019) La red social fue lanzado en 2010 por Kevin Systrom y Michel Mike Krieger, es una de las redes sociales más utilizadas gracias a su principal actividad de compartir fotos, haciendo que tenga muchas visitas mensuales, ayuda a Incrementar la fidelidad de los clientes manteniendo relaciones con ellos, tiene un público joven (16-24 años), sirve como escaparate de mercancías. Sin embargo, también tiene recomendaciones que se deben tomar en cuenta cómo evitar hablar de temas candentes.

Morocho, (2019) Instagram es una de las redes más utilizadas hoy en día por marcas, debido a que permiten compartir y exponer productos de diferentes rubros, generando un mejor contenido visual, eso sostiene un incremento de presencia online. Sin embargo, si las empresas no eligen un buen contenido para compartir, no generarán intereses de los cibernautas, sobre sus productos o servicios y perderán seguidores. Un punto fundamental es generar un contenido especial para su target, debido a que el algoritmo, nos importe filtrar información y así llegar a nuestros clientes frecuentes y llamar la atención de los potenciales, tomar en cuenta las características de la plataforma nos abrirá un sin número de oportunidades, si la ejecución es eficiente. Creciendo como una de las redes sociales que ha crecido de una manera positiva en el mundo globalizado, esto se debe a diferentes factores como las interacciones que se dan a través de reacciones, comentarios, que comparten los usuarios.

En relación a Tik Tok, Según Huaman y Ramírez, (2022) es usada así mismo como una herramienta que se adapta a los sectores que lo utilizan, tiene un fácil manejo y un bajo costo, ayuda en la comunicación didáctica, y ayuda como fuente de

información cumpliendo positivamente su propósito. Tik Tok es la aplicación moderna que se encuentra en tendencia en las redes sociales con más usuarios e influyentes. Está enfocada a un público que usa smartphones. Fue lanzado en 2016 por la empresa china ByteDance. Se especializa en compartir videos y comunicación en redes sociales. Esta red social permite tener una mayor visibilidad, permite la Relación cercana con sus clientes, es Ideal para marketing de contenidos, sin embargo, también hay desventajas que afrontar como que los videos deben ser muy cortos (30 segundos)

Así mismo, la plataforma se nutre de videos grabados por los consumidores con una permanencia de 15 y 60 segundos. Permite la edición de los videos dentro de la propia aplicación, así como la integración con los otros grandes medios sociales.

Con respecto a las ventajas en el perfil de una empresa en redes sociales, se conoce que son:

Aumentar el conocimiento de la marca, porque según las estadísticas, el 71% de los clientes que han tenido una experiencia positiva con una marca en una red social recomiendan la empresa a sus familiares y amigos. Por lo tanto, para llegar a la mayor cantidad posible de compradores potenciales, es importante crear cuentas en diferentes plataformas sociales. Utiliza aquellos canales de comunicación donde se encuentra tu público objetivo.

Como segunda ventaja, se encuentra la promoción rápida y fácil de contenido, ya que las redes sociales ayudan a llegar al público objetivo, los usuarios no se limitan a una sola plataforma, lo que contribuye al crecimiento de tráfico web. Es útil para informar de forma rápida y económica al público objetivo sobre promociones y sorteos.

Así mismo, la interacción regular con el público objetivo, porque es eficaz para obtener comentarios ya que la interacción es rápida, por ejemplo, si los clientes han tenido una mala experiencia de compra, es más probable que le informen a través de las redes sociales que por correo electrónico o por teléfono. Esto le permite responder a tiempo y retener a un cliente específico.

Finalmente, la investigación de la competencia, porque las redes sociales permiten realizar un seguimiento de la satisfacción del cliente, las tendencias y las

actividades de sus competidores. Y el análisis de las últimas noticias de la industria proporciona ideas de contenido adicionales. Por ejemplo, puede obtener un nuevo tema para discutir con sus seguidores.

Por otro lado, acerca del posicionamiento, se sabe que inicia con un producto o servicio, una institución o también una persona, que están en busca de una oportunidad de destacar en el mercado, que están convencidos de tener la diferenciación en sus manos, sin duda el tiempo ayudó en ello. Según, Barrón, (2000) en la época de los 90, era casi imposible llamar posicionamiento a un pequeño detalle de diferenciación entre las empresas, pero sin duda lo más relevante en la publicidad es eso, enfatiza que la clave del éxito de las empresas es ofrecer un producto o servicio con un valor agregado, tener un grado de particularidad, en pocas palabras ofrecer algo que no tenga la competencia.

Teniendo en cuenta que el posicionamiento es diferenciación, llegando a ser una de las estrategias que las empresas usan para poder alcanzar sus metas a largo plazo, como mencionó, Sordo (2021) es recomendable diseñar un grupo de acciones claras y diferenciadas para que el consumidor pueda comparar y notar la oferta de la empresa con la competencia. Sumado a ello, el objetivo principal es que el consumidor prefiera al producto ante cualquier oferta que pueda aparecer.

Como toda estrategia se tiene elementos a seguir para concretar sus objetivos, como nos dice , Sordo (2021) los puntos claves son; Formato, se debe incluir dos ejes (horizontal y vertical), en los extremos colocar un valor mínimo y máximo para cuando llegue la hora de comparar, Atributos, en este se entiende las diferencias entre marcas y se identifica lo más relevante estos son los parámetros para comprender las diferencias entre marcas para la target, llegando a obtener un panorama del estado comercial ante la competencia, y también se tiene los Valores, se evalúan como mayor y menor que la competencia, esto ayudará si se crean mapas como atributos que se quiera medir.

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación:

3.1.1. Tipo de investigación:

Es aplicada de nivel correlacional, debido a que su intención es dar a conocer una problemática concreta o un método específico, orientándose en la exploración y combinación de instrucciones para su aplicación. Según (Nicomedes, 2018) “la investigación es de gran importancia y excepcional para el desarrollo de la ciencia, se estudia los niveles más importantes de Selltiz: el exploratorio, el descriptivo y el explicativo”. Es de nivel correlacional ya que su intención es entablar una relación entre las variables del uso de las redes sociales y posicionamiento; ya que tiene como fin establecer el grado de regresión no causal entre estas. Según (Hernández Sampieri, 2018) “La intención del nivel de investigación correlacional es medir el grado de relación entre dos o más variables que se presentan en la investigación, miden cada idea o variable, y luego cuantifican y analizan el vínculo”. Esta relación está avalada por la hipótesis de prueba.

3.1.2. Diseño de investigación:

Va a pertenecer a un estudio no experimental explicativo. Según Pérez, Seca, y Pérez, (2020) nos comenta que “Los diseños no experimentales no tienen determinación aleatoria, manejo de variables o grupos de cotejo, en donde el investigador percibe lo que ocurre de forma natural, sin alterar de ninguna manera. Los diseños no experimentales se da con el transcurso del tiempo, mediante las recolecciones de datos, en donde pueden ser de diferentes maneras como; corte transversal, es en donde la información se recoge en un solo tiempo, y su objetivo es analizar o describir las variables y si hay una correlación con el momento.

3.2. Variables y operacionalización:

Variable 1 Redes Sociales:

Según, Cabero, et al.(2016), Las redes sociales a través del tiempo han evolucionado la nueva tecnología de comunicación e investigación en la vida cotidiana, llegando así a tener una intercomunicación online, perdiendo así mismo el contacto físico, obteniendo una relación más frívola entre los seres humanos.

Definición Operacional:

Las redes sociales se subdividen en 4 dimensiones que son las siguientes: Facebook, Instagram, WhatsApp y Tik Tok. En donde cada dimensión presenta sus indicadores.

Dimensiones:

Facebook:

Sus indicadores fueron el nivel de uso de las redes sociales y nivel de frecuencia de las publicaciones.

WhatsApp:

Sus indicadores fueron el número de vistas y nivel de reacciones y reacciones.

Instagram:

Sus indicadores fueron ventas online y nivel de compras.

Tik Tok:

Sus indicadores fueron el nivel de uso de las redes sociales y nivel de frecuencia de las publicaciones.

Indicadores:

Para la primera dimensión: Influencia del uso de Facebook, se usarán los siguientes indicadores: (a) Uso de la red social Facebook y (b) Volumen de Interacción con sus clientes.

Para la segunda dimensión: Influencia del uso de WhatsApp, se usarán los siguientes indicadores: (a) Uso de la red social WhatsApp y (b) Volumen de interacción con sus clientes.

Para la tercera dimensión: Influencia del uso de Instagram, se utilizarán los siguientes indicadores: (a) Uso de la red social Instagram y (b) Nivel de confiabilidad para comprar o vender.

Y, para la cuarta dimensión: Influencia del uso de Tik Tok, se utilizarán los siguientes indicadores: (a) Uso de la red social Tik Tok y (b) Volumen de su interacción con sus clientes.

Variable 2 Posicionamiento:

Sordo, (2021) “Es recomendable diseñar un grupo de acciones claras y diferenciativas para que el consumidor pueda comparar y notar la oferta de la empresa con la competencia”

Definición operacional:

El posicionamiento se divide en 3 dimensiones: Diferenciación, fidelización y satisfacción. En donde cada dimensión presenta sus indicadores.

Dimensiones:

Diferenciación:

(Salazar Rodriguez, 2021), comenta que la diferenciación se convierte en una herramienta con un poder positivo para cumplir metas en base a resultados esperados de una cierta empresa, dicha herramienta se prioriza en el mercado actual, debido a la competencia que existe hoy en día.

Fidelización:

Según (Ospina, 2020), Se basa en un conjunto de estrategias de una cierta empresa en busca de clientes con una compra activa y repetitiva de los productos o servicios que ofrecen, para así generar ingresos y posicionamiento a largo plazo.

Satisfacción:

Para (Etanton, Etzel, & Walker, 2008), ellos nos dicen que se produce mediante una reacción inteligente a un estímulo producido, por una amena interacción del cumplimiento de una necesidad o al saciar una curiosidad, muy requerida y buscada por el individuo o individuos. Y a su vez Los autores (Kotler & Keller, 2006), Indica que la satisfacción del consumidor varía en

base a la primera impresión que tiene ante un producto según características que estos poseen. Al identificar y aceptar a dicho producto también crece su lealtad por parte del consumidor.

Indicadores:

Para la primera dimensión: Diferenciación, se usarán los siguientes indicadores: (a) Nivel de preferencia y (b) Nivel de fidelización

Para la segunda dimensión: Fidelización, se usarán los siguientes indicadores: (a) Nivel de precios y (b) Nivel de calidad

Y, para la tercera dimensión: Satisfacción, se usarán los siguientes indicadores: (a) Nivel de recordación y (b) Nivel de recomendación

Escala de Medición: Según, (Gamboa Graus, 2022) la escala de medición que existen son 4 una de ellas es la Ordinal que tiene propiedades de magnitud e identidad, es por ello que se empleó empleo la escala ordinal en esta investigación.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis:

3.3.1. Población:

Para (Arias, 2012), Es un conjunto finito e infinito de elementos usuales para la cual será ayuda para la investigación planteada, en este estudio la población de este estudio se encontró determinado por Mypes del rubro textil que se encuentran ubicadas en Trujillo.

Criterios de inclusión:

- Mujeres dueñas de Mypes del rubro textil
- Hombres dueños de Mypes del rubro textil
- Mayores de edad

Criterios de exclusión:

- Menores de edad
- Que no sean dueños de Mypes

3.3.2. Muestra:

Para Carrillo (2015), nos comenta que la población infinita es la que no identifica y desconoce el tamaño de la población y no se tiene la oportunidad de identificar o construir un marco muestral (listado en el que encontramos las unidades elementales que componen la población), en este estudio la muestra se encontró empleando muestreo del tipo aleatorio simple, considerando una población desconocida fue de 386 dueños de Mypes, el cálculo que se planteo fue de un 95% de confianza y la población fue desconocida.

3.3.3. Muestreo:

Arias y Covinos, (2020), Detalla que la elección de componentes tenga la misma probabilidad de ser elegidos, de manera estadística representativas. Con esta aportación se procede a determinar un muestreo probabilístico aleatorio simple para poblaciones infinitas o desconocidas, debido a que se considerarán Mypes formales e informales del rubro textil en Trujillo.

3.3.4. Unidad de análisis:

Para Arias, (2020) “La unidad de análisis es aquel objeto de estudio de quien se producen los datos o la información para el análisis del estudio”, con este aporte se inca que la unidad de análisis que se empleó en esta investigación fue en base a los dueños o dueñas de Mypes del rubro textil en la ciudad de Trujillo, del departamento La Libertad, en el año 2022.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnicas:

En la presente investigación se aplicó como técnica para la recolección de datos la encuesta, según Trespalacios, Vázquez y Bello (2005), indica que la encuesta es un instrumento de estudio descriptivo en el que precisa la identificación, donde los participantes elegidos son una muestra que representa a la población de estudio, como también hallar las respuestas de manera detallada. Cabe resaltar que las encuestas nos brindan grandes ventajas como la facilidad en cuanto a recopilar datos así mismo permite

obtener información precisa, según Ramos y Del Águila (2020), nos indica que dentro de las ventajas sobre la técnica de encuesta son que pueden aplicarse a cualquier equipo de población, ahorrar tiempo y recursos económicos, y cuenta con gran poder para organizar los datos.

Instrumento:

El cuestionario constó de 28 Ítems los cuales permitieron determinar la Influencia del uso de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes. Donde las preguntas fueron divididas en las dos variables una de ellas son las redes sociales que consistió desde el ítem 1 al 16, mientras que en cuanto a la variable posicionamiento estuvo conformado desde el ítem 17 al ítem 28 se aplicó la escala de Likert donde según Ortega (2021), indica que este sistema de medición es muy empleado por analistas, el cual tienen como propósito investigar las opiniones y actitudes de las personas, donde la más utilizada es la de 5 ítems el cual siempre tienen dos posturas extremas y un intermedio que sirve como graduación de los extremos así mismo también existen diferentes respuestas en escala como son las de Frecuencia, Acuerdo, Importancia y Probabilidad.

Tabla 1

Disposición de preguntas por dimensiones (Redes Sociales)

Dimensiones	Ítems	Niveles	Puntuación
Uso de Facebook	1-4	Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre	1-5
Uso de WhatsApp	5-8	Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre	1-5
Uso de Instagram	19-13	Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre	1-5
Uso de Tik Tok	14-16	Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre	1-5

Nota: Elaboración propia

Tabla 2*Disposición de preguntas por dimensiones (Posicionamiento)*

Dimensiones	Ítems	Niveles			Puntuación
Diferenciación	17-20	Nunca, veces, siempre	casi casi	nunca, siempre,	1-5
Fidelización	21-24	Nunca, veces, siempre	casi casi	nunca, siempre,	1-5
Satisfacción	25-28	Nunca, veces, siempre	casi casi	nunca, siempre,	1-5

Nota: Elaboración propia

Validez:

Para dar a conocer más de nuestra investigación se desarrolló un cuestionario realizado con preguntas detalladas y relacionadas a nuestra investigación, que fue corroborado por 3 expertos, que son los siguientes la Lic. en marketing y dirección de empresas Boy Vásquez, Jessica Fiorella Sugely, El Mag. maestro en ciencias de la comunicación con mención en gestión comercial y comunicaciones de marketing y la Doc. Cruzado Vallejos, Mariá Peregrina en metodología de investigación. (Anexo 4)

Confiabilidad:

Para obtener la confiabilidad de nuestra investigación, se aplicó una prueba piloto a 10 mypes del rubro textil de la ciudad de Trujillo, después de haber utilizado y aplicado los análisis de datos correspondientes en el SPSS, se realizó el alfa de Cronbach; teniendo así un resultado más conforme, en donde se obtuvo una valoración fuerte de confiabilidad con respecto a la variable de las redes sociales y con la variable de posicionamiento obtuvo un valor de 0.83.(Anexo 5)

3.5. Procedimientos:

Se empleó para la recaudación de los datos a los habitantes de la ciudad de Trujillo-2022, fueron de la siguiente manera: primero, se desarrolló un cuestionario para identificar la relación entre nuestras variables; en donde se va a distribuir en los diferentes distritos de la ciudad y así abarcar mayor información detallada, se hará mediante nuestros conocidos, luego se le enviará a los empresarios las encuestas a sea de forma virtual o física.

3.6. Método de análisis de datos:

El método de análisis que se ha utilizado fue estadístico descriptivo ya que se elaboró y se asignó la herramienta para calcular la de encuesta, la misma que brindó obtener un estudio de datos a través de la distribución de frecuencias, porcentajes y tablas, se detalló la situación actual, cómo se desempeña la realidad, y finalmente no se tuvo manipulación alguna entre las variables estudiadas.

3.7. Aspectos éticos:

La presente fue ejecutada respetando las reglas de la pertenencia intelectual de los autores consultados, realizaron paráfrasis y citas bibliográficas de distintos sitios webs, se siguieron al pie de la letra, considerando la normativa APA, estas operaciones fueron plasmados en el grado de coincidencia definido por el programa "Turnitin", se respetó el nivel de porcentaje de semejanza (menos del 25%) requerido por la Universidad César Vallejo. Cada contestación transcrita conformó parte de la base de datos que fueron recolectados por medio del instrumento recolector de datos (cuestionario), que ha sido usada en la encuesta que se aplicó a los representantes de la Mypes de la ciudad de Trujillo, 2022, la recolección fue confiable, no hubo ninguna manipulación en los resultados.

IV. RESULTADOS:

Acto continuo, se muestran los resultados obtenidos a base de los objetivos planteados de forma general y específicos según la investigación.

Respecto al objetivo general que es determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. Se expone en la presente los resultados de la influencia hallada.

Tabla 3:

Tabla de la influencia de las redes sociales en el posicionamiento

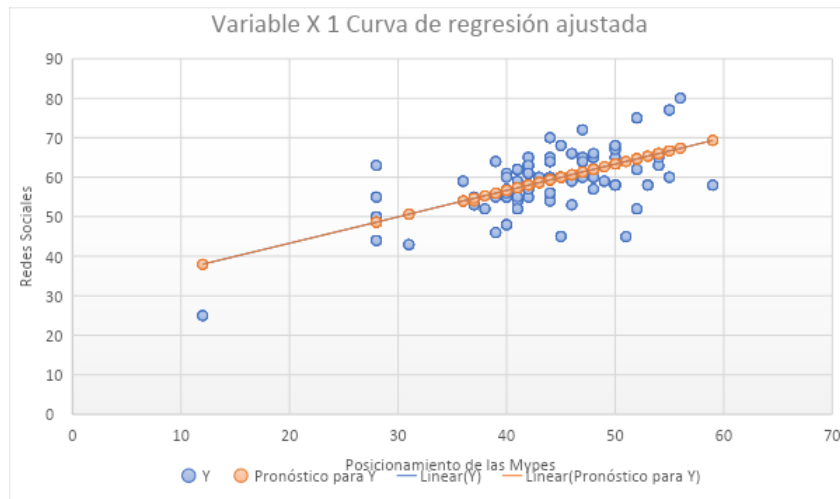
Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	
	0.6150161
Coeficiente de determinación R ²	
	0.3782448
R ² ajustado	
	0.3766257
Error típico	
	6.2935509
Observaciones	
	386

Interpretación:

La tabla 3 nos muestra los resultados obtenidos de la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil, con un coeficiente de determinación R² del 0.38 interpretándose que por cada sol invertido en las redes sociales se obtiene 0.38 céntimos de influencia reflejado en el posicionamiento de las Mypes.

Figura 1

Curva de regresión del objetivo general



También indica que se aprueba la hipótesis general, donde se describe un nivel de significancia por cada variable planteada.

Planteamiento de Hipótesis General:

H0: No existe influencia significativa en las redes sociales sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

H1: Existe influencia significativa en las redes sociales sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

Regla de decisión:

Si p valor (sig.) > 0,05 se rechaza la H1 y se acepta la H0

Si p valor (sig.) < 0,05 se acepta la H1

Tabla 4:*Resultado de prueba de hipótesis general***Coeficientes**

Modelo	Coeficientes estandarizados		no Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
(Constante)	10,151	2,212		4,590	,000	5,802	14,500
1 Redes sociales	,567	,037	,615	15,283	,000	,494	,640

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

La tabla 4 nos muestra que la significancia tiene el valor= 0.00; entonces se interpreta que rechazamos la H0 y aceptamos la H1. Definiendo que, existe influencia significativa en las redes sociales sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

En el hallazgo se identificó una influencia de manera positiva en el uso de las redes sociales para el posicionamiento de las Mypes, interpretándose que por cada sol invertido en las redes sociales se tiene una retribución de 0.38 céntimos de influencia en el posicionamiento, esto quiere decir que el uso de las redes sociales se convierte en una herramienta valiosa para las mypes, ya que mediante ellas se permite interactuar con las personas. Así mismo la respuesta ante dicha interacción se refleja con una influencia en el posicionamiento, sin embargo, se puede identificar que hay interacción de parte del cliente, pero la frecuencia del uso de las redes sociales de la mypes no es continua y sus estrategias no están bien estructuradas. que se compartan la descripción de los productos, interactúan con publicaciones interactivas, y permiten postear los nuevos diseños, creando una

comunicación con el cliente, eso se puede reflejar en los resultados, donde influye en el posicionamiento.

Siguiendo con los resultados, se continúa dando detalles sobre lo investigado en los objetivos específicos.

Respecto al objetivo específico 1 que es determinar la influencia de Facebook en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.

Se presentan a continuación los resultados de la influencia hallada.

Tabla 5

Tabla de influencia del uso de la red social Facebook

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.3791588
Coefficiente de determinación R ²	0.1437614
R ² ajustado	0.1415316
Error típico	2.5367678
Observaciones	386

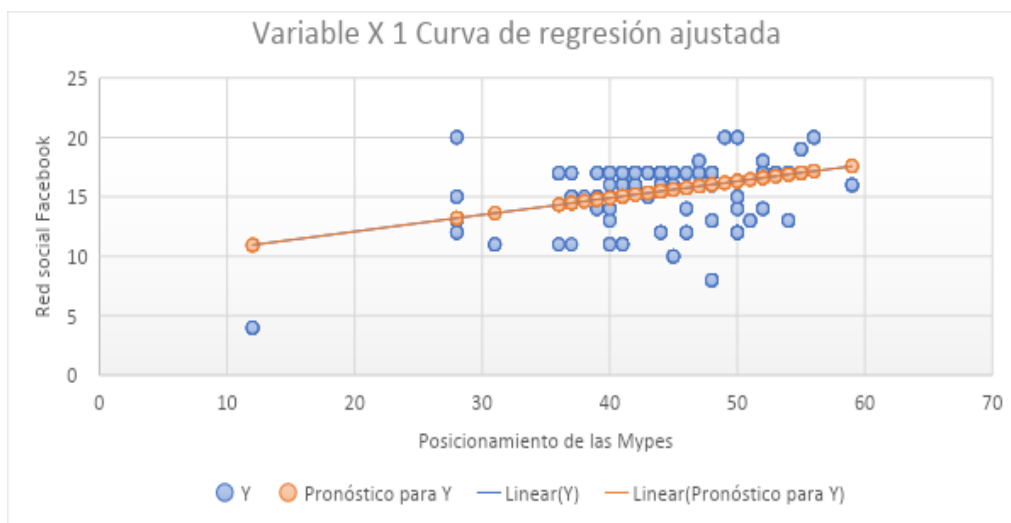
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

El resultado de la influencia de la red social Facebook en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil, con un coeficiente de determinación R² del 0.14 interpretándose que por cada sol invertido en la red social Facebook se ganó 0.14 céntimos en el posicionamiento de las Mypes.

Figura 2

Curva de regresión del primer objetivo específico



También indica que se aprueba la hipótesis específica 1, donde se describe que hay un nivel de significancia de cada variable planteada.

Planteamiento de Hipótesis Específica 1

H0: No existe influencia significativa en la red social Facebook sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

H1: Existe influencia significativa en la red social Facebook sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022

Regla de decisión

Nivel de significancia = 5%

Si p valor (sig.) > 0,05 se rechaza la H1 y se acepta la H0

Si p valor (sig.) < 0,05 se acepta la H1

Tabla 6

Resultado de prueba de la primera hipótesis específica

Modelo	Coeficientes									
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de Correlaciones 95,0% para B				
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior	Orden cero	Parcial	Semiparcial
1 (Constante)	27,960	1,985		14,089	,000	24,058	31,862			
FACEBOOK	1,018	,127	,379	8,030	,000	,768	1,267	,379	,379	,379

Fuente: Elaboración Propia

a. Variable dependiente: INFLUENCIA

Interpretación:

La tabla 6 resultó con un p valor= 0.00; entonces se interpreta que se rechaza la H0 y se acepta la H1. Definiendo que, si existe influencia significativa en la red social Facebook sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

El hallazgo en esta investigación se identificó que el uso de la red social Facebook tiene una influencia positiva baja, ya que por cada sol invertido en esta red social se retribuye 0.14 céntimos, eso se debe que las personas suelen compartir las publicaciones de las mypes de vez en cuando, interactúan entre sí, haciendo preguntas sobre los productos y precios de los mismos, pero no tienen respuestas inmediatas de las mypes, también que las mypes suben contenido pero no es frecuente, las cifras demuestran que la red social Facebook tiene una aceptación positiva pero a la vez baja, y se debe a la falta de presencia en esta red social, la escasez de contenido interactivo con sus

clientes, y la baja respuesta a interrogantes, así mismo hace que la Mypes no llegue a tener una mejor influencia en su posicionamiento.

Respecto al objetivo específico 2 que es determinar la influencia de la red social WhatsApp en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022. Se presenta a continuación los resultados de la influencia hallada.

Tabla 7

Tabla de influencia del uso de la red social WhatsApp

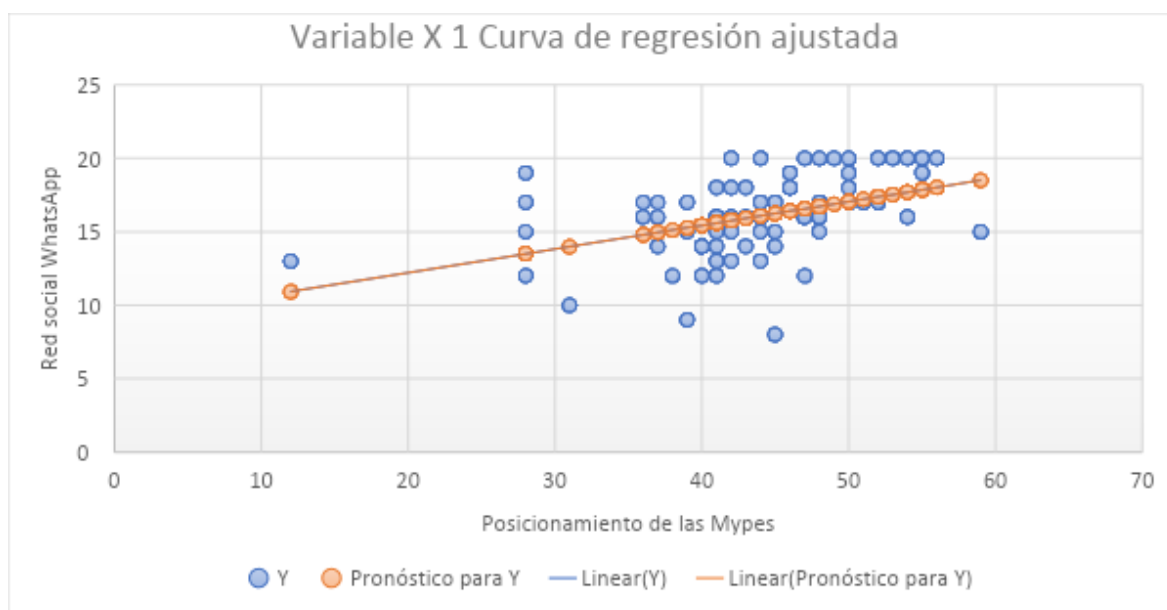
Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación	
múltiple	0.4442827
Coeficiente de	
determinación R^2	0.1973872
R^2 ajustado	0.1952970
Error típico	2.3921235
Observaciones	386

Interpretación:

El resultado de la influencia de la red social WhatsApp en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil, tiene como coeficiente de determinación R^2 del 0.20 interpretándose que por cada sol invertido en la red social Facebook se ganó 0.20 céntimos en el posicionamiento de las Mypes.

Figura 3

Curva de regresión del segundo objetivo específico



También indica que se aprueba la hipótesis específica 1, donde se describe un nivel de significancia de cada variable planteada.

Planteamiento de Hipótesis Específica 2

H0: No existe influencia significativa en la red social WhatsApp sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

H1: Existe influencia significativa en la red social WhatsApp sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022

Regla de decisión

Nivel de significancia = 5%

Si p valor (sig.) > 0,05 se rechaza la H1 y se acepta la H0

Si p valor (sig.) < 0,05 se acepta la H1

Tabla 8

Resultado de prueba de la segunda hipótesis específica

Modelo	Coeficientes										
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B		Correlaciones		
	B	Error típ.	Beta				Límite inferior	Límite superior	Orden cero	Parcial	Semiparcial
1 (Constante)	24,032	2,047			11,743	,000	20,008	28,055			
WHAT SAPP	1,224	,126	,444		9,718	,000	,977	1,472	,444	,444	,444

Fuente: Elaboración Propia

a. Variable dependiente: INFLUENCIA

Interpretación:

La tabla 8 nos muestra que p valor= 0.00; entonces se interpreta que rechazamos la H0 y aceptamos la H1. Definiendo que, si existe influencia significativa en las redes sociales sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

El hallazgo encontrado expone una influencia positiva en el uso de la red social WhatsApp, ya que por cada sol invertido, se tiene una retribución de 0.20 céntimos, esto se debe a que las mypes tienen una interacción mediante respuestas rápidas a interrogantes de los clientes, pero no suben contenidos de sus productos por dicha red social, solo se limitan a responder consultas y no se tiene una promoción de sus productos, llegando a solo usar la de red social como medio de comunicación y no se explota las herramientas que la mencionada posee.

Respecto al siguiente objetivo, que es el específico 3 que es determinar la influencia de la red social Instagram en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.Se presenta a continuación los resultados de la influencia hallada.

Tabla 9

Tabla de influencia del uso de la red social Instagram

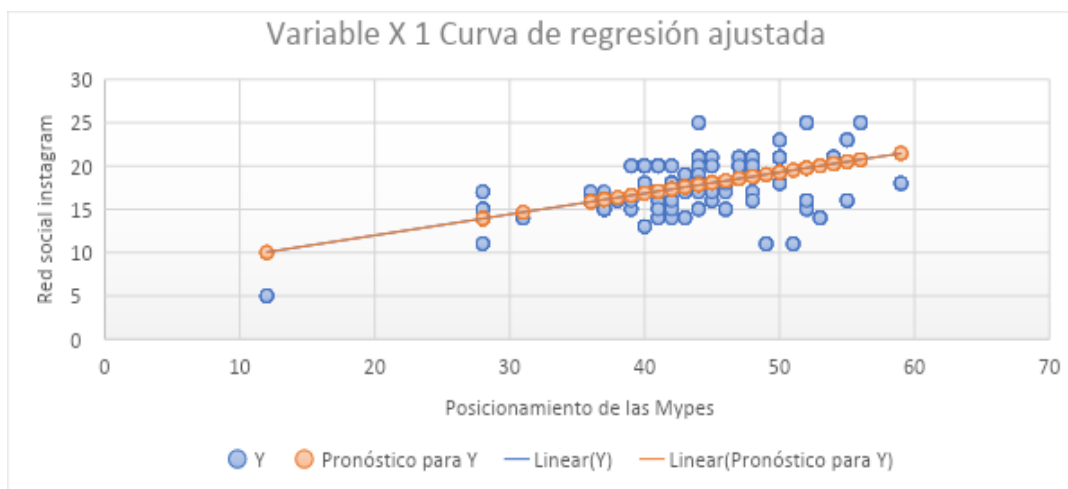
<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación	
múltiple	0.5242721
Coeficiente de	
determinación R ²	0.2748612
R ² ajustado	0.2729728
Error típico	2.9101870
Observaciones	386

Interpretación:

Nos muestra el resultado de la influencia de la red social Instagram en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil, con un coeficiente de determinación R² del 0.27 interpretándose que por cada sol invertido en la red social Instagram ganó de 0.27 céntimos reflejado en el posicionamiento de las Mypes.

Figura 4

Curva de regresión del tercer objetivo específico



También podemos indicar que se aprueba la hipótesis específica 3, donde describimos que hay un nivel de significancia de cada variable planteada.

Planteamiento de Hipótesis Específica 3

H0: No existe influencia significativa en la red social Instagram sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

H1: Existe influencia significativa en la red social Instagram sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

Regla de decisión

Nivel de significancia = 5%

Si p valor (sig.) > 0,05 se rechaza la H1 y se acepta la H0

Si p valor (sig.) < 0,05 se acepta la H1

Tabla 10

Resultado de prueba de la tercera hipótesis específica

Modelo	Coeficientes		t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B		Correlaciones		
	Coeficientes no estandarizados				Límite inferior	Límite superior	Orden cero	Parcial	Semiparcial
	B	Error típ.							
(Constante)	23,644	1,689	14,002	,000	20,324	26,964			
1 INSTAGRAM	1,129	,094	12,065	,000	,945	1,313	,524	,524	,524

Fuente: Elaboración Propia

a. Variable dependiente: INFLUENCIA

Interpretación:

La tabla 10 muestra que p valor= 0.00; entonces se interpreta que rechazamos la H0 y aceptamos la H1. Definiendo que, si existe influencia significativa en la red

social Instagram sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

En el hallazgo se obtuvo una influencia muy positiva de la red social Instagram, debido a que por cada sol invertido, se retribuye 0.27 céntimos, eso la posiciona como la mejor red social que tiene una influencia mayor en el posicionamiento de las mypes en esta investigación, eso se debe a que la aceptación de las publicaciones que hacen sobre sus productos y promociones, lleguen a tener una interacción muy buena, generando expectativas en próximos nuevos productos, así mismo se identificó que el uso que emplean las mypes en la red social permite visualizar mejor los productos, percibiendo la calidad, permitiéndole al cliente comparar con otras marcas y tener respuestas de los precios rápidamente.

Respecto al objetivo específico 4 que es determinar la influencia de la red social TikTok en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.Se presenta a continuación los resultados de la influencia hallada.

Tabla 11

Tabla de influencia del uso de la red social Tik Tok

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación	
múltiple	0.1825168
Coeficiente de determinación	
R ²	0.0333124
R ² ajustado	0.0307949
Error típico	2.3933228
Observaciones	386

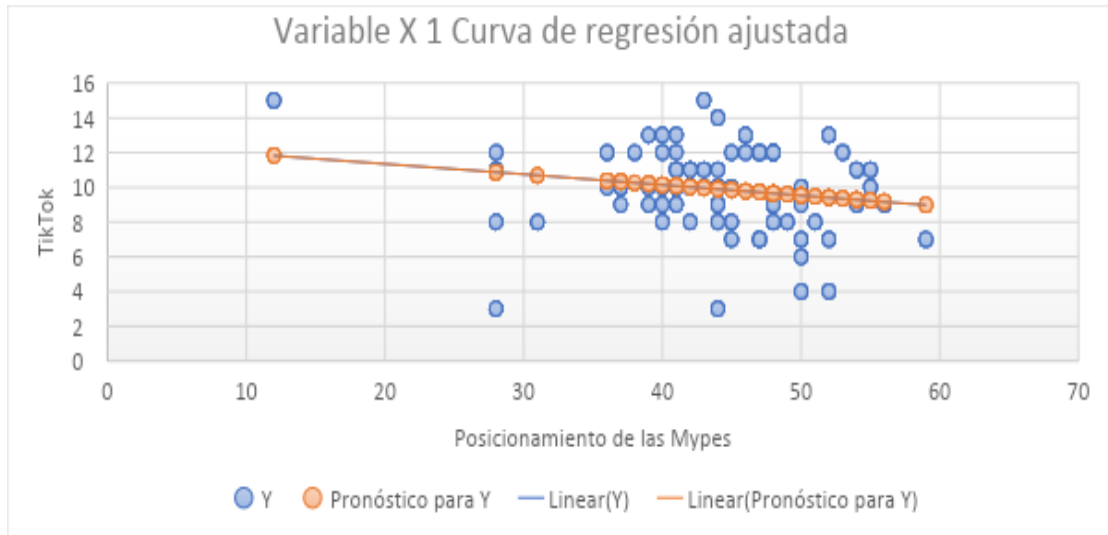
Interpretación:

Nos muestra el resultado de la influencia de la red social TikTok en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil, con un coeficiente de

determinación R^2 del 0.03 interpretándose que por cada sol invertido en la red social TikTok ganó 0.03 céntimos en posicionamiento.

Figura 5

Curva de regresión del cuarto objetivo específico



También podemos indicar que se aprueba la hipótesis específica 4, donde describimos que hay un nivel de significancia de cada variable planteada.

Planteamiento de Hipótesis Específica 4

H0: No existe influencia significativa en la red social Tik Tok sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

H1: Existe influencia significativa en la red social Tik Tok sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

Regla de decisión

Nivel de significancia = 5%

Si p valor (sig.) > 0,05 se rechaza la H1 y se acepta la H0

Si p valor (sig.) < 0,05 se acepta la H1

Tabla 12

Resultado de prueba de la cuarta hipótesis específica

Coeficientes										
Modelo	Coeficiente estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B		Correlaciones		
	B	Error típ.				Beta	Límite inferior	Límite superior	Orden cero	Parcial
(Constante)	49,121	1,548		31,725	,000	46,077	52,165			
1										
TIK	-	,152	-,186	3,638	,000	-,850	-,253	-,183	-,183	-,183
TOK	,552									

Fuente: Elaboración Propia
a. Variable dependiente: INFLUENCIA

Interpretación:

La tabla 12 nos muestra que p valor= 0.00; entonces se interpreta que aceptamos la H1 y rechazamos la HO. Definiendo que, si existe influencia significativa en las redes sociales sobre el posicionamiento de las mypes del rubro textil, Trujillo,2022.

En el hallazgo se encontró que existe influencia en el uso de la red social Tik tok, ya que por cada sol se retribuye 0.03 céntimos, esto se debe a que el uso de la red social Tik tok, no está como una de las prioridades de las mypes en el rubro textil, debido a que no se publica, y no se tiene una exposición de promoción, no se existe interacción con ningún tipo de material referente a los productos que dichas entidades venden.

V. DISCUSIÓN:

Respecto al objetivo específico 1 que fue determinar cómo influye el uso de Facebook en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022, dentro de los resultados se obtuvo un coeficiente de determinación de R^2 del 0.14 siendo un valor significativo. Eso significa que la red social influye en el posicionamiento, debido a que las personas suelen compartir las publicaciones de las mypes de vez en cuando, ya que de parte de las mypes las publicaciones no son frecuentes. Esto es similar con Galarza y Pérez, (2019), que encontraron al filtrar información por la red social Facebook, permite que las mypes del sector construcción, aumente sus ventas, en ambos hallazgos se rescata que el uso de la red social Facebook influye de forma positiva en ventas y en el posicionamiento, sin embargo, la interacción depende de la frecuencia de publicaciones de parte de las Mypes en mencionada red social.

Respecto al objetivo específico 2 que fue determinar cómo influye el uso de WhatsApp en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022, dentro de los resultados se obtuvo un coeficiente de determinación de R^2 del 0.20 siendo un valor significativo, interpretándose que por cada sol invertido, se retribuye 0.20 céntimos, debido a que las mypes tienen una interacción mediante respuestas rápidas a interrogantes de los clientes, pero solo se limitan a responder consultas, y no suben contenidos de sus productos, mucho menos los promocionan. Esto es similar con Abramonte e Hidalgo, (2021), que hallaron que la mayoría de las mypes del rubro gastronómico no usan la red social WhatsApp, sin embargo, las pocas que lo utilizan tienen una interacción frecuente y una influencia positiva en el posicionamiento. En ambos hallazgos se determina que el uso de la red social está ayudando en el posicionamiento, pero de una manera baja debido a que solo se limitan a contestar consultas, y no aprovechan en promocionar sus productos por dicha red social.

Respecto al objetivo específico 3 que fue determinar cómo influye el uso de Instagram en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022, dentro de los resultados se obtuvo un coeficiente de determinación de R^2 del 0.27 siendo un valor significativo, interpretándose que por cada sol invertido, se retribuye

0.27 céntimos de influencia en el posicionamiento, esto se debe a que la interacción con la red social es positiva, debido a que los elementos visuales ayudan a generar interés y expectativa. Esto se asemeja con Marcillo y Moncayo, (2020), demostrando en su investigación que la influencia es positiva debido a que presentan contenidos visuales de alta calidad, llegando así a tener una mejor presencia ante las demás redes sociales, en estos hallazgos se rescata que la alta calidad visual de la red social Instagram, ayuda a posicionar la marca y generar interés en próximos productos que ofrezcan las Mypes.

Respecto al objetivo específico 4 qué fue Determinar cómo influye el uso de TikTok en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022, dentro de los resultados se obtuvo un coeficiente de determinación de R^2 del 0.03 siendo un valor significativo bajo, interpretándose que por cada sol invertido, se retribuye 0.03 céntimos de influencia en el posicionamiento, esto se debe a que hay pocas Mypes que utilizan dicha red social ya que muchas de estas no saben segmentarse al subir contenido de productos y tienen mínimas interacciones con el público, pero no deja de ser valiosa por ser considerada una red social en tendencia pero no es aprovechada por las Mypes. Esto se asemeja con Guzmán (2020), quien halló que Tik Tok es una estrategia valiosa para el Marketing digital ya que se ha logrado posicionar analizando el caso de María Pia Copello, quien ha sabido segmentar su audiencia. En ambos hallazgos se rescata que el uso segmentado de la red social Tik Tok, se convierte en una excelente herramienta de crecimiento de las marcas.

Respecto al objetivo general que fue, determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022, dentro del resultado se obtuvo un coeficiente de determinación R^2 del 0.38 el cual fue un resultado positivo, donde se identificó que la red social Instagram tiene la mayor influencia en el posicionamiento, esto se debe a que la red social, permite difundir fotos de calidad, videos, y a la vez se puedan compartir catálogos de productos con precios, llegando así a tener una interacción más completa con el consumidor final, pero todavía su influencia no es mayor, ya que existen redes sociales que no son difundidas totalmente como la red social Tik Tok, siendo una de las redes sociales en tendencia, pero no tiene una influencia mayor, debido a que las Mypes del rubro

textil no la tienen segmentada como público objetivo. Esto es similar con Aguirre, (2020), nos menciona que el uso de las redes sociales de manera correcta ayuda al reconocimiento de marca ante los clientes, generando una comunicación activa. De esta manera se reconoce en la presente investigación que las Mypes al usar las redes sociales de una manera frecuente y correcta, generan una interacción positiva con sus clientes, reconociendo que entre todas las redes sociales que usan, se debe invertir los recursos, en la que más genera influencia a corto plazo, en este caso es la red social Instagram, a su vez segmentar y aprovechar el potencial desatendido de la red social Tik Tok.

VI. CONCLUSIONES:

- Se determinó respecto al objetivo general, que la influencia de las redes sociales en el posicionamiento es de 0.38, esto se debe a que las redes sociales, continúan manteniendo una relación tradicional boca a boca con sus clientes, por lo que la adopción de la tecnología y el uso de herramientas digitales de manera correcta, aún no es de dominio masivo por parte de las mismas.
- Se determinó respecto al objetivo específico 1 , que la influencia de la red social Facebook en el posicionamiento es de 0.14 , esto se da por que la interacción de las Mypes es eventual y la capacidad de respuesta es baja por eso al no haber una participación constante, aunque la gente utilice Facebook pero su participación es baja al igual que su participación.
- Se determinó respecto al objetivo específico 2, que la influencia de la red social WhatsApp en el posicionamiento es de 0.19, esto se da por que en las Mypes se limitan a solo responder consultas de los clientes mas no a promocionarse y aprovechar todas las herramientas de promoción que la red social tiene para aumentar la influencia.
- Se determinó respecto al objetivo específico 3, que la influencia de la red social Instagram en el posicionamiento es de 0.27, esto se da porque hay una alta interacción de las Mypes con los clientes gracias a las herramientas visuales que se utilizan permitiendo posicionarse.
- Se determinó respecto al objetivo específico 4, que la influencia de la red social TikTok en el posicionamiento es de 0.03; esto se debe a que las mypes usan de manera eventual la red social TikTok, debido a carencia de segmentación de contenido a quién va dirigido y de poco conocimiento de las herramientas que tiene dicha red.

VII. RECOMENDACIONES:

- Se recomienda a las Mypes del rubro textil, Trujillo; invertir más en las redes sociales, pero con un plan de marketing digital, el uso constante de la red social para generar una interacción frecuente con los clientes en las redes sociales, así mismo crear nuevas estrategias de captación con post informativos, y descriptivos de los productos que se venden en las mypes.
- Se recomienda a las Mypes del rubro textil, Trujillo; tener una mayor participación en la red social Facebook, invertir en ella, debido a que ya tienen una respuesta inmediata, sin embargo, no suben contenidos frecuentes, los lapsos de tiempo pueden ser largos, y se podría perder interés en sus productos, a la vez segmentar sus publicaciones y promociones, ayudarían a llegar a su target y generar una interacción real aumentando la influencia en su posicionamiento.
- Se recomienda a las Mypes del rubro textil, Trujillo; aprovechar las herramientas de Instagram, realizando post descriptivos de los productos, live y utilizar las herramientas de catálogo para presentar los productos, ya que es la red social con mayor influencia en el posicionamiento.
- Se recomienda a las Mypes del rubro textil, Trujillo; mejorar la interacción en WhatsApp, teniendo un speech de atención automático, responder de una manera inmediata a las preguntas que puedan tener los clientes, y compartir por ese medio los nuevos ingresos, promociones e información referente a los productos, teniendo una atención activa.
- Se recomienda a los futuros investigadores, que cuando indaguen sobre la influencia del uso de las redes sociales en el posicionamiento tomen en cuenta el segmento del mercado al cual se dirige la investigación, para que no tengan problemas como el poco interés o desconocimiento del uso de la red social TIK TOK.

REFERENCIAS:

- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación. La rutas cuantitativas, cualitativas y mixta*. Mexico: McGraw Hill.
- Abramonte Rivera, K., & Hidalgo Carrillo, Y. (2021). *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. Obtenido de Estrategias de marketing digital para fortalecer el posicionamiento de las MYPE rubro restaurantes del mercado modelo de Piura 2021: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/88073>
- Aguirre Chumacero, A. (1 de Enero de 2020). *Repositorio Institucional UPN*. Obtenido de Uso de redes sociales en el reconocimiento de marca de la empresa Cristhy Tejidos de la ciudad de Trujillo. Trujillo 2019: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23636>
- Arias Gonzáles, J. (Junio de 2020). *Proyecto de Tesis Guía para la elaboración*. Arequipa: Edición digital. Obtenido de Diseño y metodología de la investigación: <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arias Gonzáles, J., & Covinos Gallardo, M. (Junio de 2021). *Repositorio CONCYTEC*. Obtenido de Diseño y metodología de la investigación: <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología*. Caracas: EPISTEME, C.A.
- Barrio Carrasco, J. (25 de Abril de 2017). *E-Prints Complutense*. Obtenido de La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42339/>
- Barrón Aráoz, R. (2000). *Revista UNMSM - Quipukamayoc*. Obtenido de EL POSICIONAMIENTO. Una estrategia de éxito para los negocios: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5702>
- Cabero Almenara, J., Barroso Osuna, J., Llorente Cejudo, M., & Cabrera, C. (16 de Noviembre de 2016). *Revista de Educación a Distancia*. Obtenido de Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias: https://www.um.es/ead/red/51/cabero_et_al.pdf

- Calero Vaquera, M. (5 de Julio de 2022). *Dialnet*. Obtenido de El discurso del whatsapp entre el messenger y el SMS:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4860683>
- Cámara de Comercio de la Libertad. (17 de Mayo de 2020). *INFORMALIDAD DE MYPES EN LA REGIÓN ES DEL 60 %*. Obtenido de Cámara de Comercio de la Libertad:
<http://www.camaratru.org.pe/web2/index.php/jstuff/noticias-destacadas/item/3367-informalidad-de-mypes-en-la-region-es-del-60>
- Capristan Aponte, R., & Elias Acuña, P. (2021). *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. Obtenido de Redes sociales y posicionamiento de las MYPES de calzado en el distrito La Esperanza, Trujillo, en tiempo de emergencia sanitaria, año 2021:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/86170>
- Carrillo Flores, A. (Septiembre de 2015). <https://www.uaemex.mx/>. Obtenido de POBLACIÓN Y MUESTRA:
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- ComexPeru. (30 de Septiembre de 2022). *COMEXPERU*. Obtenido de COMEXPERU:
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/mypes-dedicadas-a-servicios-representan-el-50-del-total-pero-son-las-que-tienen-el-menor-indice-de-capacidad-formal>
- Cuéllar Ariza, J., & Cruz Vergara, J. (8 de Octubre de 2018). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE*. Obtenido de Influencia de las redes sociales en la compra de suplementos deportivos en los hombres universitarios de la UAO:
<https://red.uao.edu.co/handle/10614/10911>
- Cueva Chacón, L. M. (23 de June de 2021). *News Report*. Obtenido de News Report:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2021/peru>
- De la Fuente, L. (2015). *Redes sociales para organizaciones : una guía básica* . La Rioja: Universidad Nacional de La Rioja .
- Estrada Perez, M. (2021). *Repositorio de la Universidad César Vallejo* . Obtenido de Marketing digital y posicionamiento de marca de las Mypes importadoras de autopartes, distrito Villa El Salvador, Lima, 2021:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/81846>
- Etanton, Etzel, & Walker. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: Decimocuarta.
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial. En I. Feijoo Jaramillo, J. Guerrero Jirón, & J. García Regalado, *Marketing aplicado en el sector empresarial* (pág. 32). Machala: UTMACH, 2018.
- Flores Salinas, M. (12 de Marzo de 2021). *Repositorio Institucional UPN*. Obtenido de Procesos de marketing digital para el posicionamiento de una empresa mype del sector belleza, Lima 2020: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27037>

- Flores Salinas, M. (12 de Marzo de 2021). *Repositorio Institucional UPN*. Obtenido de Procesos de marketing digital para el posicionamiento de una empresa mype del sector belleza, Lima 2020: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27037>
- Galarza Cordova, J., & Perez Chamorro, J. (3 de Junio de 2021). *Universidad Peruana Los Andes*. Obtenido de Influencia de las TIC en las ventas de las MYPES del sector construcción de Huancayo, 2019: <http://www.repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/2474>
- Galdos Valencia, M., & Lázaro Tintaya, Y. (2015). *Repositorio Institucional de la UNSA* . Obtenido de El lenguaje chat del facebook y whatsapp, y la ortografía de los estudiantes de quinto año “B” y “C” de educación secundaria de la institución educativa Juan Domingo Zamácola y Jáuregui de la ciudad de Arequipa 2015: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/1960>
- Gamboa Graus, M. E. (31 de Enero de 2022). *Didasc@lia*. Obtenido de ESCALAS DE MEDICIÓN ESTADÍSTICA: <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/1327>
- García Estévez, N. (2019). *Déposito de investigación Universidad de Sevilla*. Obtenido de Instagram: la nueva era del consumo. Análisis de la evolución de la red social: <https://idus.us.es/handle/11441/91914>
- Guzman Merino, A. (26 de 01 de 2022). *Impacto de la red social Tik Tok como una estrategia de marketing digital en la época de pandemia. Caso: María Pía Copello*. Obtenido de Repositorio Institucional UPN: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29778>
- Huaman Medina, K., & Ramírez Maury, F. (4 de Enero de 2022). *Repositorio Institucional UNDAC*. Obtenido de TikTok educativo;Estrategias educativas;Comunicación didáctica: <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2404>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson educación.
- Machado Garcia, E., & Santos León, M. (1 de Agosto de 2021). *¿Evolución o expansión? Del Marketing tradicional al Marketing Digital*. Obtenido de Scientific Electronic Library Online: <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v10n26/2411-9970-ralc-10-26-37.pdf>
- Mamani Sanchez, H. (2019). *Repositorio Institucional de la UNSA* . Obtenido de Uso de Whatsapp en la comunicación entre docentes y estudiantes de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, en el primer semestre 2019: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10391>
- Marcillo Zambrano, F., & Moncayo Nevárez, A. (10 de Diciembre de 2020). *issuu*. Obtenido de ANÁLISIS DEL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM PARA EL

POSICIONAMIENTO DE MARCAS LOCALES DE LA CIUDAD:

https://issuu.com/pucesd/docs/11020-_marcillo.moncayo_1.10.20/1

- Martínez , C. (25 de Agosto de 2021). *Cyberclick*. Obtenido de Estadísticas del uso y percepción de las redes sociales en 2021: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estadisticas-del-uso-y-percepcion-de-las-redes-sociales-en-2020>
- MDEP. (21 de Mayo de 2019). *DISTINGUEN A LAS MEJORES DIEZ MYPES DE PROVINCIA DE TRUJILLO*. Obtenido de Municipalidad Distrital del El Porvenir: <https://www.muniporvenir.gob.pe/distinguen-a-las-mejores-diez-mypes-de-provincia-de-trujillo/>
- Méndez Chilan, E. (Noviembre de 2019). *eumed.net*. Obtenido de INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA PUBLICITARIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCAS DE LICORES ARTESANALES EN LOS JOVENES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/redes-sociales-marcas.html>
- More Manrique, G., & Perez Gonzales, A. (1 de Junio de 2021). *Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP*. Obtenido de Marketing digital en redes sociales para el posicionamiento de marca en MYPES del sector textil-confecciones en Lima Metropolitana: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19281>
- Morocho Sarchi, F. (12 de Noviembre de 2019). *E-prints Complutense*. Obtenido de Instagram: usos y motivaciones de los jóvenes: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/>
- Nicomedes, E. (Julio de 2018). *REPOSITORIO INSTITUCIONAL USDG*. Obtenido de Utilidad de la Nueva Epistemología, según Mario Bunge: <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/110>
- Ortega, C. (2021). *QuestionPro*. Obtenido de Niveles de Medición: Aprende a dominarlos: <https://www.questionpro.com/blog/es/niveles-de-medicion/>
- Ospina, A. (24 de Julio de 2020). *RD STATION*. Obtenido de Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas: <https://www.rdstation.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/>
- Perez, L., & Ruben Perez, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Maipue.
- Peréz, V., Aguirre Cruz, D., & Guerrero Velástegui, C. (2020). *Recitiutm*. Obtenido de INFLUENCERS COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL: <http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/170>
- Ramos R, J., del Águila, V., & Bazalar B, A. (Abril de 2020). *Estadística básica para los negocios*. Lima: Fondo. Obtenido de Estadística básica para los negocios.

- Rinconada Trejo, J., Baca Pumarejo, J., & Macías Villarreal, J. (18 de Diciembre de 2021). *Vinculatégica*. Obtenido de Estudio de las ventajas de las MiPyMES al adherirse a las redes sociales en Ciudad Victoria (Tamaulipas):
<https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/31>
- Salazar Rodriguez, R. (2021). *Repositorio de la Universidad César Vallejo* . Obtenido de Diferenciación y posicionamiento de marca de la empresa Jet Cargo Service S.A.C, Callao 2021: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/95769>
- Sordo, A. (26 de Mayo de 2021). *HubSpot*. Obtenido de Mapa de posicionamiento de productos: qué es y cómo hacerlo: <https://blog.hubspot.es/marketing/mapa-posicionamiento>
- Sordo, A. (26 de Mayo de 2021). *HubSpot*. Obtenido de Mapa de posicionamiento de productos: qué es y cómo hacerlo: <https://blog.hubspot.es/marketing/mapa-posicionamiento>
- Vásquez , T., & Bello, L. (2005). *Investigación de mercados:métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones de marketing*. España: Ediciones Paraninfo.

ANEXOS:

ANEXO Nº 1 Base de datos

Variable 1: Redes Sociales																
Facebook				Whatsapp				Instagram				Tik Tok			SUMA TOTAL	
5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	55
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	55
4	2	5	2	5	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	1	50
5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	63
3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	45
5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	3	68
3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	63
3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	54
5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	59
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	75
4	3	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	2	54
1	1	1	1	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	44
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	46
3	2	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	54
5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	1	5	2	3	59
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	77
3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	55
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	2	1	2	1	1	45
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	1	1	2	2	3	58
4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	4	3	57
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48

4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	72
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	65
5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	60
5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	58
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	62
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	59
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	59
5	4	3	3	5	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	3	60
5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	60
5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	56
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	66
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	66
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	57
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	65
5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	2	59
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	56
5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	56
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	70
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	64
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	62

5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	61
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60
5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	62
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	57
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	55
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	3	3	3	3	2	2	57
5	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	52
5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	1	1	53
5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	55
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	55
4	2	5	2	5	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	1	50
5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	63
3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	45
5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	3	68
3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	63
3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	54
5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	59
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	75
4	3	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	2	54
1	1	1	1	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	25

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	44
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	46
3	2	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	54
5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	1	5	2	3	59
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	77
3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	55
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	2	1	2	1	1	45
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	1	1	2	2	3	58
4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	4	3	57
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	72
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	65
5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	60
5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	58
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	62
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	59
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	59
5	4	3	3	5	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	3	60
5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	60
5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	56
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	66
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	66
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64

4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	57
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	65
5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	2	59
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	56
5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	56
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	70
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	64
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	62
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	61
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60
5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	62
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	57
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	55
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	3	3	3	3	2	2	57
5	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	52

5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	1	1	53
5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	55
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	55
4	2	5	2	5	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	1	50
5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	63
3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	45
5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	3	68
3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	63
3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	54
5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	59
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	75
4	3	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	2	54
1	1	1	1	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	44
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	46
3	2	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	54
5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	1	5	2	3	59
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	77
3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	55
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	2	1	2	1	1	45
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	1	1	2	2	3	58
4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	4	3	57
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	72
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	65

5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	60
5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	58
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	62
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	59
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	59
5	4	3	3	5	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	3	60
5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	60
5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	56
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	66
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	66
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	57
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	65
5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	2	59
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	56
5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	56
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	70
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	64
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	62
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62

5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	61
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60
5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	62
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	57
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	55
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	3	3	3	3	2	2	57
5	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	52
5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	1	1	53
5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	55
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	55
4	2	5	2	5	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	1	50
5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	63
3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	45
5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	3	68
3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	63
3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	54
5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	59
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	75
4	3	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	2	54
1	1	1	1	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	44
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	46
3	2	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	54

5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	1	5	2	3	59
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	77
3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	55
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	2	1	2	1	1	45
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	1	1	2	2	3	58
4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	4	3	57
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	72
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	65
5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	60
5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	58
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	62
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	59
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	59
5	4	3	3	5	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	3	60
5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	60
5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	56
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	66
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	66
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	57
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	65
5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	2	59

5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	56
5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	56
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	70
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	64
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	62
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	61
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60
5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	62
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	57
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	55
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	3	3	3	3	2	2	57
5	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	52
5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	1	1	53
5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	55
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	55
4	2	5	2	5	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	1	50

5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	63
3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	45
5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	3	68
3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	63
3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	54
5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	59
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	75
4	3	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	2	54
1	1	1	1	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	44
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	46
3	2	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	54
5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	1	5	2	3	59
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	77
3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	55
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	2	1	2	1	1	45
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	5	4	2	5	2	1	58
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	1	1	2	2	3	58
4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	4	3	57
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	72
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	65
5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	60
5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	58
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	62

5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	59
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	59
5	4	3	3	5	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	3	60
5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	60
5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	56
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	66
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	68
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	66
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	57
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	65
5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	2	59
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	56
5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	56
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	70
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	64
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	60
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	62
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	60

5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	62
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	61
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	60
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60

Variable 2: Posicionamiento												SUMA TOTAL
3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	42
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	28
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	42
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	50
3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	50
5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	41
4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	28
3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	39
2	2	2	3	2	4	3	5	3	4	3	3	36
3	3	4	2	2	3	3	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	40
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	4	51
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	31
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	48
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	39
4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	55
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	54
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	43

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43	
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	45	
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40	
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46	
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	47	
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	44	
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42	
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42	
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45	
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44	
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44	
3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	44	
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	44	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	37	
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	41	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	44	
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	41	
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52	
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42	
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	28	
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	41	
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	41	
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	42	
3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	40	
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	44	
3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	41	
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	40	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37	
3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	38	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47	

4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	52
3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	46
3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	3	42
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	28
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	42
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	45
4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	4	50
3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	50
5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	41
4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	52
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	56
3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	28
3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	39
2	3	3	2	2	4	3	5	3	4	3	3	3	36
3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	55
3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	4	4	51
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	31
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	48
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	39
4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	55
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	54
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	46
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	47
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	44
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	44
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	44
3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	37
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	44
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	52
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	28
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	41
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3	40
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	44
3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37

3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	52
3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	46
3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	42
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	28
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	42
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	50
3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	50
5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	41
4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	28
3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	39
1	2	3	3	2	4	3	5	3	4	3	3	36
3	3	3	1	4	3	3	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	40
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	4	51
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	31
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	48
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	39
4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	55

4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	54
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	47
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	44
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44
3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	37
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	44
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	28
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	41
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	42
3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	40
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	44
3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	40

4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	52
3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	46
3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	42
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	28
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	42
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	45
4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	50
3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	50
5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	41
4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	28
3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	39
2	2	3	3	2	4	3	5	3	4	3	3	37
3	3	4	2	2	3	3	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	40
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	4	51
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	31
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	50
3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	48
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	39
4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	47

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	55
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	54
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	46
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	47
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	44
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	44
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	44
3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	37
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	44
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	52
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	28
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	41
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3	40
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	44

3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	52
3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	46
3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	3	42
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	28
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	42
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	45
4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	4	50
3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	50
5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	41
4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	52
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	56
3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	28
3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	39
2	2	3	3	2	4	3	5	3	4	3	3	3	37
3	3	4	2	2	3	3	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	55
3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	4	4	51
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	31
3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	48
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39

4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	39
4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	55
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	54
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	47
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	44
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44
3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	37
5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	44
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	28
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	41
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	42

3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	40
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	41
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	42
3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	40
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	44

Alfa de Cronbach

ENCUESTADOS	ÍTEMS																												SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
E1	5	3	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	97
E2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	83
E3	4	2	5	2	5	5	4	4	5	4	3	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5	85
E4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	105
E5	3	3	1	3	5	1	1	1	2	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	90
E6	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	5	4	5	3	3	3	5	5	4	5	4	117
E7	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	1	5	2	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	115
E8	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	117	
E9	3	3	2	3	5	3	5	5	4	3	3	2	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	95
E10	5	2	2	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	105
E11																													
E12																													
E13																													
E14																													
E15																													
VARIANZA	0.8	0.8	2	0.6	0.4	1.4	1.6	1.7	1.2	0.8	0.9	0.8	0.7	1.6	1	1.2	1.1	1	1.4	1.4	1.2	1	0.9	1.7	1	0.5	0.8	0.8	
SUMATORIA DE VARIANZAS	30.21																												
VARIANZA DE LA SUMA DE ÍTEMS	149.29																												

Coeficiente de confiabilidad de cuestionario → **0.827184476**
 Número de ítems de Instrumento → 28
 Sumatoria de las varianzas de ítems → 30.21
 Varianza Total del Instrumento → 149.29

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	confiabilidad nula
0.54 a 0.59	confiabilidad baja
0.60 a 0.65	confiable
0.66 a 0.71	muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

0.83 Nuestro Instrumento es de excelente confiabilidad

ANEXO N° 02 Matriz de consistencia lógica

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS MYPES DEL RUBRO TEXTIL EN TRUJILLO, 2022.

<i>Problema General</i>	<i>Objetivo General</i>	<i>Hipótesis General</i>	<i>Variable</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Metodología</i>
	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.	Las redes sociales influyen significativamente en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.	USO DE LAS REDES SOCIALES	Uso de Facebook	Uso de las redes sociales en Facebook Volumen de interacción con sus clientes	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Correlacional Enfoque: cuantitativo Técnica e instrumento de muestreo: Encuesta . Recolección de datos del cuestionario Procesamiento de datos del análisis: Estadístico SPSS Población: Son las Mypes del rubro textil infinita ya que no se halló un número exacto Muestra :386 Mypes formales e informales del rubro textil
				Uso de WhatsApp	Uso de las redes sociales en WhatsApp Volumen de interacción con sus clientes	
Problemas específicos	Determinar la influencia de la red social Facebook en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.	La red social red social Facebook influye significativamente en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.		Uso de Instagram	Uso de la red social Instagram Nivel de confiabilidad para comprar o vender	
	Determinar la influencia de la red social WhatsApp en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.	La red social red social Whatsapp influye significativamente en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.		Uso de Tik Tok	Uso de la red social Tik Tok Volumen de interacción con clientes	
	Determinar la influencia de la red social Instagram en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.	La red social red social Instagram influye significativamente en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.	POSICIONAMIENTO	Diferenciación	Nivel de preferencia Nivel de fidelización	
	Determinar la influencia de la red social Tiktok en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.	La red social red social TikTok influye significativamente en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo,2022.		Fidelización	Nivel de precio Nivel de calidad	
				Satisfacción	Nivel de recordación Nivel de recomendación	


ANEXO N° 03 Matriz de operacionalización

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS MYPES DEL RUBRO TEXTIL EN TRUJILLO, 2022.

<i>Variable</i>	<i>Definición conceptual</i>	<i>Definición operacional</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Items</i>	<i>Escala de medición</i>
Redes Sociales	Según, Cabero, et al. (2015) Las redes sociales a través del tiempo han evolucionado la nueva tecnología de comunicación e investigación en la vida cotidiana, llegando así a tener una intercomunicación online, perdiendo así mismo el contacto físico, obteniendo una relación más frívola entre los seres humanos.	Las redes sociales se dividen en 4 dimensiones principales Uso de Facebook Uso de WhatsApp Uso de Instagram Uso de Tik Tok	Uso de Facebook Uso de WhatsApp Uso de Instagram Uso de Tik Tok	Uso de las redes sociales en Facebook Volumen de interacción con sus clientes Uso de las redes sociales en WhatsApp Volumen de interacción con sus clientes Uso de la red social Instagram Nivel de confiabilidad para comprar o vender Uso de la red social Tik Tok Volumen de interacción con clientes	1, 2, 3 4, 5, 6 7, 8, 9 10, 11, 12 13, 14, 15, 16	Escala de Likert - Ordinal
Posicionamiento	Sordo, (2021) “Es recomendable diseñar un grupo de acciones claras y diferenciadas para que el consumidor pueda comparar y notar la oferta de la empresa con la competencia”	El posicionamiento se divide en 3 dimensiones. Diferenciación Fidelización Satisfacción	Diferenciación Fidelización Satisfacción	Nivel de preferencia Nivel de fidelización Nivel de precio Nivel de calidad Nivel de recordación Nivel de recomendación	17, 18,19,20,21,22,23, 24,25,26,27,28.	Escala de Likert - Ordinal

ANEXO N° 04 I

CUESTIONARIO DE REDES SOCIALES

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Uso de las redes sociales N° <u> 1 </u>						
<p>El siguiente cuestionario tiene como finalidad recolectar información para fines de la investigación “Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.”. El cuestionario es en calidad anónima, por lo que rogamos que responda con la mayor sinceridad posible.</p> <p>Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las proposiciones. No hay respuestas buenas ni malas.</p> <p style="text-align: center;">Escala de medición consta: (5) SIEMPRE - (4) CASI SIEMPRE- (3) A VECES - (2) CASI NUNCA- (1) NUNCA</p>						
DATOS ESPECÍFICOS						
Sexo:		Edad:		Grado de instrucción:		
V1: Uso de redes sociales		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
D1: Uso del Facebook		5	4	3	2	1
1	Que tan a menudo utiliza la red social Facebook					
2	Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a Facebook					
3	Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en Facebook					
4	Que tan a menudo comparten tus publicaciones en Facebook					
D2: Uso de WhatsApp		5	4	3	2	1
5	Que tan a menudo utiliza la red social WhatsApp					
6	Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios WhatsApp					
7	Que tan a menudo interactúa con tus clientes a través de WhatsApp					
8	Que tan a menudo los clientes solicitan información acerca de tus					

	productos y servicios.					
	D3: Uso del Instagram	5	4	3	2	1
9	Utilizas de manera frecuente la red social Instagram					
10	Que tan a menudo posteas en Instagram tus productos y servicios					
11	Que tan a menudo interactúa con tus clientes en Instagram					
12	Que tan a menudo vendes tus productos y servicios en Instagram					
13	Compras insumos a través de Instagram para elaborar tus productos					
	D4: Uso del Tik tok	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
14	Que tan a menudo utiliza la red social TikTok					
15	Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a TikTok					
16	Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en TikTok					

CUESTIONARIO DE POSICIONAMIENTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Posicionamiento

N° _____

El siguiente cuestionario tiene como finalidad recolectar información para fines de la investigación **“Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.** El cuestionario en calidad anónimo, por lo que rogamos que responda con la mayor sinceridad posible.

Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las proposiciones.

No hay respuestas buenas ni malas.

Escala de medición consta:

(5) SIEMPRE - (4) CASI SIEMPRE- (3) A VECES - (2) CASI NUNCA- (1) NUNCA

DATOS ESPECÍFICOS

Sexo:

Edad:

Grado de instrucción:

D1. Diferenciación		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
17	Tienes productos distintos en diseño ante la competencia					
18	Tienes productos distintos en calidad ante la competencia					
19	Tienes productos distintos en precio ante la competencia					
20	Con qué frecuencia usas estrategias de fidelización en tu negocio					
D2. Fidelización		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
21	Con qué frecuencia tus clientes se identifican con tu marca					
22	Con qué frecuencia recomiendan tus productos a un familiar o amigo					
23	Qué tanto influye su marca en los gustos y preferencias de sus clientes					
24	La calidad de servicio que brinda se diferencia de su competencia					
D3. Satisfacción		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca

		5	4	3	2	1
25	Con qué frecuencia comprendes a tus clientes					
26	Con qué frecuencia tus clientes quedan satisfechos					
27	Con qué frecuencia resuelves los problemas o inquietudes que tienen tus clientes con tus productos					
28	Con qué frecuencia tus clientes regresan a comprar tus productos					

ANEXO Nº 05 Matriz de validación

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
SOBRE EL
USO DE LAS REDES SOCIALES**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZAVALA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Redes sociales	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	Boy Vásquez, Jessica Fiorella Sugay	
Documento de Identidad:	71696108	
Grado Académico	Lic. en marketing y dirección de empresas Mg. en administración de negocios – MBA	
Especialidad:	Administración de negocios	
Experiencia Profesional (años):	4 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
x		



Firma y sello

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
SOBRE EL
EL POSICIONAMIENTO**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZAVALA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Redes sociales	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	Boy Vásquez, Jessica Fiorella Sugey	
Documento de Identidad:	71696108	
Grado Académico	Lic. en marketing y dirección de empresas Mg. en administración de negocios – MBA	
Especialidad:	Administración de negocios	
Experiencia Profesional (años):	4 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
x		



Firma y sello

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
			0	1	2	3	Relación entre								
							VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		VARIABLE Y EL INDICADOR		INDICADOR Y EL ÍTEM		ÍTEM Y LA RESPUESTA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
REDES SOCIALES	Uso de Facebook	1. Que tan a menudo utiliza la red social Facebook					X		X		X		X		
		2. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a Facebook					X		X		X		X		
		3. Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en Facebook					X		X		X		X		
		4. Que tan a menudo comparten tus publicaciones en Facebook.					X		X		X		X		
	Uso de WhatsApp	5. Que tan a menudo utiliza la red social WhatsApp					X		X		X		X		
		6. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios WhatsApp					X		X		X		X		
		7. Que tan a menudo interactúa con tus clientes a través de WhatsApp					X		X		X		X		
		8. Que tan a menudo los clientes solicitan información acerca de tus productos y servicios.					X		X		X		X		
	Uso de Instagram	9. Utilizas de manera frecuente la red social Instagram					X		X		X		X		
		10. Que tan a menudo posteas en Instagram tus productos y servicios.					X		X		X		X		
		11. Que tan a menudo interactúa con tus clientes en Instagram					X		X		X		X		

X

	12. Que tan a menudo vendes tus productos y servicios en Instagram					x	X	X		
	13. Compras insumos a través de Instagram para elaborar tus productos					x	X	x	x	
Uso de TikTok	14. Que tan a menudo utiliza la red social Tik Tok					X	X	X	X	
	15. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a Tik Tok					X	X	X	X	
	16. Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en Tik Tok					X	X	X	X	

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
SOBRE EL
USO DE LAS REDES SOCIALES**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZA VALETA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Redes sociales	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	Alvarado Enríquez, Luis Miguel	
Documento de Identidad:	42744311	
Grado Académico	Maestro	
Especialidad:	Marketing	
Experiencia Profesional (años):	10	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
Si		



Firma y sello

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
SOBRE EL
EL POSICIONAMIENTO**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZAVALA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TITULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Redes sociales	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	Alvarado Enríquez, Luis Miguel	
Documento de Identidad:	42744311	
Grado Académico	Maestro	
Especialidad:	Marketing	
Experiencia Profesional (años):	10	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
Si		



Firma y sello

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
			0	1	2	3	Relación entre								
							VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		VARIABLE Y EL INDICADOR		INDICADOR Y EL ÍTEM		ÍTEM Y LA RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
REDES SOCIALES	Uso de Facebook	1. Que tan a menudo utiliza la red social Facebook					X								
		2. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a Facebook					X								
		3. Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en Facebook					X								
		4. Que tan a menudo comparten tus publicaciones en Facebook.					X								
	Uso de WhatsApp	5. Que tan a menudo utiliza la red social WhatsApp					X								
		6. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios WhatsApp					X								
		7. Que tan a menudo interactúa con tus clientes a través de WhatsApp					X								
		8. Que tan a menudo los clientes solicitan información acerca de tus productos y servicios.								X					
	Uso de Instagram	9. Utilizas de manera frecuente la red social Instagram								X					
		10. Que tan a menudo posteas en Instagram tus productos y servicios.								X					
		11. Que tan a menudo interactúa con tus clientes en Instagram								X					

		12. Que tan a menudo vendes tus productos y servicios en Instagram							X					
		13. Compras insumos a través de Instagram para elaborar tus productos							X					
Uso de Tik Tok		14. Que tan a menudo utiliza la red social Tik Tok								X				
		15. Que tan a menudo subes contenido de tus productos o servicios a Tik Tok								X				
		16. Interactúas con tus clientes en tus publicaciones, en vivos, historias entre otros en Tik Tok									X			


**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO SOBRE EL
USO DE LAS REDES SOCIALES**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZAVALA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Redes sociales	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	CRUZADO VALLAJAS MARIA PEREGRINA	
Documento de Identidad:	17975553	
Grado Académico	DOCTOR	
Especialidad:	INVESTIGACION	
Experiencia Profesional (años):	22 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		


 Firma y sello

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO SOBRE
EL POSICIONAMIENTO**

DATOS DEL ESTUDIANTE DE PREGRADO		
Apellidos y Nombres	ESPINOZA ZAVALA, LUPE GISELA SALDAÑA SANTA CRUZ, JULIO DAVID	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes del rubro textil en Trujillo, 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento	Cuestionario – Posicionamiento	
Objetivo:	Determinar la influencia de las redes sociales en el posicionamiento de las Mypes.	
Dirigido a:	Mypes del rubro textil	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres	CRUZADO VALLEJOS MARIA PEREGRINA	
Documento de Identidad:	17975557	
Grado Académico	DOCTOR	
Especialidad:	INVESTIGACIÓN	
Experiencia Profesional (años):	22 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X.		


 Firma y sello



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MENDOZA CASTILLO ALVARO LARRY LUIS FELIPE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS MYPES DEL RUBRO TEXTIL EN TRUJILLO,2022.", cuyos autores son SALDAÑA SANTA CRUZ JULIO DAVID, ESPINOZA ZA VALETA LUPE GISELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, 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 la 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.

TRUJILLO, 22 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MENDOZA CASTILLO ALVARO LARRY LUIS FELIPE DNI: 40872130 ORCID: 0000-0002-2877-2622	Firmado electrónicamente por: ALMENDOZAC el 22-12-2022 17:44:13

Código documento Trilce: TRI - 0499287