



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**MARKETING DIGITAL Y EL POSICIONAMIENTO DEL CENTRO  
COMERCIAL ARENALES, JESÚS MARÍA, AÑO 2017**

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

**AUTORA:**

**VANESSA DEL ROSARIO AQUINO SALVADOR**

**ASESORA:**

**MSc. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING**

**LIMA - PERÚ**

**2017**

## **PÁGINA DE JURADO**

---

**PRESIDENTE**

**DR. ARCE ÁLVAREZ EDWIN**

---

**SECRETARIO**

**DR. JIMÉNEZ CALDERÓN CÉSAR EDUARDO**

---

**VOCAL**

**MSC. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres quienes siempre han sabido aconsejarme para ser mejor persona cada día. En especial a mi madre quien me escucha y esta para mí en todo momento, quien por lo general comprende y apoya las decisiones que he tomado día a día.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a los doctores y compañeros de mi primer trabajo quienes fueron motivo de inspiración para la decisión de estudiar la carrera de Administración. Y una persona especial en mi vida quien me ha apoyado y brindado ánimos para continuar y no rendirme.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Vanessa Del Rosario Aquino Salvador, con DNI N° 70501525, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que es veraz y auténtica.

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

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 de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, Diciembre del 2017

---

**Vanessa Del Rosario Aquino Salvador**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis “Marketing digital y el Posicionamiento del Centro Comercial Arenales, Jesús María, año 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Aquino Salvador, Vanessa Del Rosario

## INDICE

	Pág.
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
I. Introducción	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos Previos	3
1.2.1 Trabajos Internacionales	3
1.2.2 Trabajos Nacionales	4
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	5
1.3.1 Marketing Digital	5
1.3.1.1 Teoría de las redes sociales	5
1.3.1.2 Definición de marketing digital	5
1.3.1.3 Dimensiones de marketing digital	6
1.3.2 Posicionamiento	8
1.3.2.1 Teoría de la calidad de servicio	8
1.3.2.2 Definiciones de posicionamiento	9
1.3.2.3 Dimensiones de posicionamiento	10
1.4 Formulación del Problema	11
1.4.1 Problema General	11
1.4.2 Problemas Específicos	11
1.5 Justificación del estudio	12
1.6 Hipótesis	13
1.6.1 Hipótesis General	13
1.6.2 Hipótesis Especificas	13
1.7 Objetivos	14
1.7.1 Objetivo General	14

1.7.2	Objetivo Específicos	14
II.	Método	15
2.1	Diseño de Investigación	16
2.2	Variables, Operacionalización	17
2.3	Población y muestra	18
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5	Métodos de análisis de datos	21
2.6	Aspectos éticos	21
III.	Resultados	22
3.1	Análisis descriptivo de los resultados por dimensiones y variables	22
3.2	Análisis Inferencial de los resultados por hipótesis	28
IV.	Discusión	33
V.	Conclusiones	37
VI.	Recomendaciones	38
VII.	Referencias	39
VIII.	Anexos	41

## RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo determinar la relación del marketing digital y el posicionamiento en el Centro Comercial Arenales, Jesús María, año 2017, el método de esta investigación es hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es aplicada con un nivel descriptivo-correlacional y un diseño de investigación no experimental-transversal. Para este fin se desarrolló un cuestionario de 20 preguntas en medición de la escala tipo Likert con una confiabilidad de 0.891 del alfa de Cronbach y se aplicó una encuesta a un total de 90 clientes del centro comercial Arenales. Los datos han sido procesados, analizados y estudiados a través del programa estadístico SPSS 23, se obtiene como resultado al desarrollo la prueba Rho de Spearman un coeficiente de correlación 0.730 y se concluye que existe una relación significativa entre las variables de estudio.

**Palabras clave:** Marketing digital - Posicionamiento

## **ABSTRACT**

This thesis aims to determine the relationship between digital marketing and positioning in the Arenales Shopping Center, Jesús María, 2017, the method of this research is hypothetical deductive with a quantitative approach, the type of research is applied with a descriptive level - correlational and a non-experimental-transversal research design. For this purpose, a questionnaire of 20 questions was proposed in the measurement of the Likert scale with a reliability of 0.891 of Cronbach's alpha and a survey was applied to a total of 90 clients of the Arenales shopping center. The data have been processed, analyzed and studied through the statistical program SPSS 23, as a result of the development of the test. Spearman's Rho a correlation coefficient of 0.730 and it is concluded that there is a significant relationship between the study variables.

**Keywords:** Digital marketing - Positioning

## **. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Realidad Problemática**