



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**El efecto del uso de las redes sociales en el posicionamiento de los
partidos políticos en los estudiantes universitarios de la ciudad de
Trujillo, 2016**

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

AUTORA

Amaya Ramírez, Arantxa

ASESORA

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

Trujillo – Perú

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dra. Flor Alicia Calvanapón Alva
Presidente

Gustavo Ugarriza Gross
Secretario

Luz Alicia Baltodano Nontol
Vocal

DEDICATORIA

A Dios,
por todas las bendiciones derramadas
sobre mi persona, mi familia y mis amigos.

A mis padres y hermana,
por todo su amor y apoyo.

A Lizzeth's y Guillermo,
por siempre darme las palabras de aliento
y la motivación necesaria para continuar.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes:

Ya que sin su perseverancia
demostrada y su gran
enseñanza, nos hicieron ver que
con esfuerzo y determinación
nuestros objetivos no se hubieran
logrado.

A mi madre:

Que todos los días alegra mi vida
con su sonrisa, carisma y amor.

A mi padre:

Por enseñarme a no rendirme y
que cada quien avanza a su
propio ritmo.

A mi hermana:

Por sus risas, abrazos y siempre
cuidar de mí.

A mis amigos:

Que han sabido entenderme y
apoyarme en los momentos más
difíciles.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Arantxa Amaya Ramírez, identificado con DNI N°47543866, estudiante de la Escuela Académico profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, con la tesis “El efecto del uso de las redes sociales en el posicionamiento de los partidos políticos en los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo, 2016”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi exclusiva autoría y ha sido elaborada con el apoyo de la docente asesora asignada.
- 2) La tesis no ha sido publicada con anterioridad ni presentada previamente para obtener algún grado o título.
- 3) La tesis no presenta plagio total o parcial, habiéndose respetado las normas internacionales de citas y referencias.
- 4) Los resultados y conclusiones del trabajo son reales, fidedignos y originales.

Trujillo, Julio del 2016

Arantxa Amaya Ramírez
DNI N°47543866

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones vigentes para la Obtención de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, someto a vuestra consideración la presente tesis titulada “El efecto del uso de las redes sociales en el posicionamiento de los partidos políticos en los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo, 2016”.

Esperando que el presente sea de vuestra aprobación.

Atentamente

La Autora

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	2
1.2. Trabajos previos.....	3
1.2.1 Internacionales.....	3
1.2.2 Nacionales.....	4
1.3. Teorías relacionadas al tema	5
1.3.1. Marketing.	5
1.3.1.1. Definición.	5
1.3.1.2. Evolución.	6
1.3.1.3. Marketing digital.....	7
1.3.1.4. Redes Sociales.....	7
1.3.2. Posicionamiento.....	9
1.3.2.1. Definición.	9
1.3.2.2. Posicionamiento de los partidos políticos	9
1.4. Formulación del problema	10
1.5. Justificación del estudio.....	10
1.6. Hipótesis.....	11
1.7. Objetivos	11
MÉTODO.....	13
2.1. Tipo de investigación.....	14
2.2. Diseño de investigación.....	14
2.3. Variables y Operacionalización	14
2.3.1. Variable.....	14

2.3.2. Operacionalización.....	15
2.4. Población y muestra	17
2.4.1. Población	17
2.4.2. Muestras	17
2.3.3 Unidad de Análisis.....	18
2.3.4 Muestreo.....	18
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.6. Métodos de análisis de datos	19
2.7. Aspectos éticos	19
RESULTADOS	20
DISCUSIÓN	26
CONCLUSIONES.....	29
RECOMENDACIONES	31
ANEXOS	33
REFERENCIAS.....	44

RESUMEN

Las redes sociales son una herramienta de interacción usada por la mayoría de jóvenes, las empresas ahora intentan posicionar su marca por este medio, y no sólo las empresas, sino también las personas. El principal objetivo de la presente investigación fue la de determinar si existe un efecto positivo en el uso de las redes sociales en el posicionamiento de los partidos políticos en los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo al año 2016. Se evaluó a los estudiantes de la Universidad César Vallejo, Universidad Privada Antenor Orrego, Universidad Nacional de Trujillo y Universidad Privada de Norte de la ciudad de Trujillo. Se aplicó un Cuestionario sobre Redes Sociales y preferencias por partidos políticos, en escala de Likert, el cual permite determinar si hay efecto del uso de las redes sociales en el posicionamiento de los partidos políticos basado en dimensiones que la caracterizan: visibilidad, interacción, influencia, beneficios diferencial, preferencia de marca y nivel de preferencia. Se llegó a la conclusión que los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo en el año 2016 recuerdan más a la candidata Keiko Fujimori (45,71%) por tener una mejor preparación académica (45,71%), mayor experiencia (45,71%) y mayor liderazgo (56,10%) frente al resto de sus competidores políticos y que existe una fuerte correlación entre el uso de las redes sociales y el posicionamiento de los partidos políticos.

Palabras clave: Redes sociales, partidos políticos, posicionamiento.

ABSTRACT

Social networks are a tool of interaction used by most young companies are now trying to position their brand in this way, and not only companies, but also people. The main objective of this research was to determine whether there is a positive effect on the use of social networks in the positioning of political groups in college students of the city of Trujillo in 2016. Students are evaluated in the Universidad César Vallejo, Antenor Orrego Private University, National University of Trujillo and Private University of North of the city of Trujillo. Questionnaire on Social Networks and preferences for political groups was applied on Likert scale, which determines whether there is effect of using social networks in the positioning of political groups based on dimensions that characterize it: visibility, interaction, influence differential benefits, brand preference and preference level. It was concluded that college students from the city of Trujillo in 2016 more reminiscent of the candidate Keiko Fujimori (45.71%) for a better academic preparation (45.71%), greater experience (45.71 %) and greater leadership (56.10%) compared to the rest of its political competitors and there is a strong correlation between the use of social networks and positioning of political groups.

Keywords: social networks, political groups, positioning.