



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“EL MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL
POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EXPERT INGENIERÍA DE
GESTIÓN SAC, LIMA CERCADO – 2016”**

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

AUTORA

GRANADOS YAMUNAQUE, JANET JAKELYNI

ASESOR

DR. DIAZ SAUCEDO, ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

AÑO 2016

PÁGINA DE JURADO

.....
PRESIDENTE

Dr. Antonio Díaz Saucedo

.....
SECRETARIO

**Mg. Edihl Geobana Rosales
Domínguez**

.....
VOCAL

Dra. Nérida Rey Córdova

DEDICATORIA

A mis padres Melva y Amancio por todos los principios que me inculcaron siempre, a mí hermana Tania por su apoyo incondicional en todos mis proyectos y a mis mejores amigas por la gran motivación y aliento que me dan.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis profesores de administración y a la empresa Expert SAC por el apoyo que le han brindado a mi investigación.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Janet Jakelyni Granados Yamunaque con DNI N° 72216859, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela de administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño 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 César Vallejo.

Lima, Noviembre del 2016

.....

Janet Jakelyni Granados Yamunaque

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada:

”El Marketing Digital y su influencia en el Posicionamiento de la empresa Expert Ingeniera de Gestión SAC, Lima Cercado – 2016”

La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional en Administración de Empresas.

Janet Jakelyni Granados Yamunaque

INDICE

Página del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autenticidad	vi
Presentación	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	1
1.2. Trabajos Previos	3
1.2.1. Antecedentes Nacionales	3
1.2.2. Antecedentes Internacionales	4
1.3. Teorías relacionadas al tema	5
Variable Independiente: Marketing Digital	5
Variable Dependiente: Posicionamiento	8
1.4. Formulación del problema	11
1.4.1. Problema General	11
1.4.2. Problemas específicos	11
1.5. Justificación del estudio	11
1.6. Hipótesis	12
1.6.1. Hipótesis general	12
1.6.2. Hipótesis alternativas	12
1.7. Objetivos	12
1.7.1. Objetivo General	12
1.7.2. Objetivos Específicos	12
II. MÉTODO	26

2.1. Método, Diseño. Tipo y Nivel de Investigación	26
2.2. Variables, operacionalización	26
2.2.1. Definición Conceptual	26
2.2.2. Matriz de Operacionalización	27
2.3. Población y muestra	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, Validez y confiabilidad	28
2.5. Métodos de análisis de datos	30
2.6. Aspectos éticos	30
III. RESULTADOS	32
3.1. Prueba de Hipótesis	32
3.2. Prueba de Hipótesis por Dimensiones	40
3.3. Análisis descriptivo	42
IV. DISCUSION	46
VI. RECOMENDACIONES	51
VII. REFERENCIAS	52
ANEXOS	56

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado; "El Marketing Digital y su influencia en el Posicionamiento de la empresa Expert Ingeniería de Gestión SAC, Lima Cercado – 2016". Tiene como objetivo general determinar como el Marketing Digital influye en el Posicionamiento de la empresa Expert Ingeniería de Gestión SAC en Lima Cercado durante el año 2016. La muestra de la investigación está conformado por 50 microempresarios. La hipótesis general de la investigación, fue aceptada, en donde se observa que la influencia entre las variables Marketing Digital en el Posicionamiento es de 0.594. Metodológicamente, el tipo de investigación es aplicada, de nivel explicativo – causal, el diseño es no experimental, y de corte transversal. Para analizar los datos se ha utilizado el método cuantitativo y estadístico teniendo en cuenta el análisis descriptivo mediante la presentación de tablas de contingencia, figuras e interpretaciones y el análisis de las hipótesis bajo la estadística inferencial, a través de la cual se llevará generó los resultados de la investigación.

Palabras clave: Marketing Digital, Posicionamiento.

ABSTRACT

The present research work titled; "The Digital Marketing and its influence in the Positioning of the company Expert Ingeniería de Gestión SAC, Lima Cercado - 2016". Has general objective is determine how the Digital Marketing influences in the positioning of the company Expert Ingeniería de Gestión SAC in Lima Cercado during the year 2016. The sample of the investigation is conformed by 50 microentrepreneurs. The general hypothesis of the research was accepted, where it is observed that the influence between the variables Digital Marketing in Positioning is 0.594. Methodologically, the type of research is applied, explanatory - causal level, the design is non - experimental, and cross - sectional. In order to analyze the data, the quantitative and statistical method has been used, taking into account the descriptive analysis through the presentation of contingency tables, figures and interpretations and the analysis of the hypotheses under the inferential statistics, through which the results will be generated Of research.

Key words: Digital Marketing, Positioning.

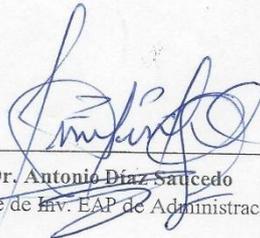
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Antonio Díaz Saucedo Docente de Investigación de la EAP de Administración y revisor de la Tesis del estudiante: Janet Jakelyni Granados Yamunaque; titulada: "El Marketing Digital y su influencia en el Posicionamiento de la empresa Expert Ingeniería de Gestión SAC, Lima Cercado – 2016", constato que el índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa *turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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 Cesar Vallejo.

Lima, 21. de noviembre del 2016



Dr. Antonio Díaz Saucedo
Docente de Inv. EAP de Administración