



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“MARKETING DIGITAL Y EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA  
TEO IMPORTACIONES – COMAS, 2018”**

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

**AUTOR:**

**AYALA HARO, RUBEN ALBERTO**

**ASESOR:**

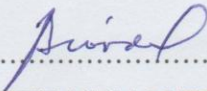
**Dr. DÍAZ SAUCEDO, SEVERINO ANTONIO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

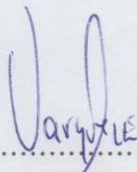
**MARKETING**

**LIMA – PERÚ**

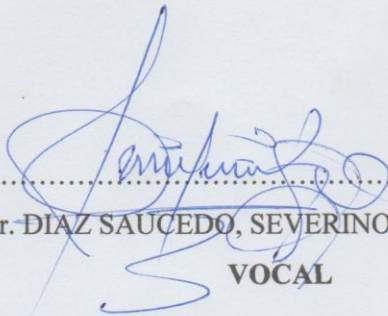
**2018**



.....  
Dr. CARDENAS SAAVEDRA, ABRAHAM  
**PRESIDENTE**



.....  
Dr. JUAN MANUEL VASQUEZ ESPINOZA  
**SECRETARIO**



.....  
Dr. DIAZ SAUCEDO, SEVERINO ANTONIO  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo dado en este trabajo se lo dedico a mis padres Baldomero y Teofila y a mi hermana Edith que siempre incentivaron en mí el camino profesional, en el cual lograron motivar a alcanzar mi objetivo educativo.

## **AGRADECIMIENTO**

Es importante para mí agradecer a Dios que me permitió culminar con este hermoso camino formativo. Y que en sus manos quedo para seguir formando un exitoso camino profesional. Así mismo a mi profesor Antonio Díaz Saucedo por compartir conmigo su conocimiento y permitirme desarrollar este trabajo con éxito.

### **Declaración de autenticidad**

Yo, Ruben Alberto Ayala Haro con DNI N° 45688959, 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 Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César vallejo.

Lima, 26 diciembre del 2018



---

Ruben Alberto Ayala Haro

## **Presentación**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis que titula **“MARKETING DIGITAL Y EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TEO IMPORTACIONES – COMAS, 2018”** La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciado en Administración.

Ruben Alberto Ayala Haro

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
PRESENTACIÓN	V
INDICE	VI
RESUMEN	
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	9
1.1. Realidad Problemática	9
1.2. Trabajos Previos	10
1.3. Teorías Relacionadas al Tema	16
1.4. Formulación Del Problema	25
1.5. Justificación Del Estudio	25
1.6. Hipótesis	26
1.7. Objetivos	26
<b>II. MÉTODO</b>	27
2.1. diseño de investigación	27
2.2. variables y Operacionalización	29
2.3. población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.6. Métodos de análisis de datos	33
2.6. aspectos éticos	33
<b>III. RESULTADOS</b>	34
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	46
<b>VI. CONCLUSIÓN</b>	48
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	49
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	50
<b>ANEXO</b>	51
✓ Instrumentos de medición	53
✓ Validación de los instrumentos	55

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación titulada “marketing digital y el posicionamiento de la marca Teo Importaciones – Comas, 2018”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la marca Teo importaciones. La población estuvo conformada por 70 clientes de la empresa, Los datos obtenidos fueron procesados en el programa estadístico SPSS 24, y se aplicó la estadística descriptiva para el análisis de los resultados. En efecto se logró determinar la relación entre las dos variables de estudio, concluyendo que el marketing digital guarda relación con el posicionamiento de la marca.

Palabras clave: marketing digital, posicionamiento

## **ABSTRACT**

The present work of qualified investigation " digital marketing and the positioning of the brand Teo Importaciones - Commas, 2018 ", had as general aim determine the relation between the digital marketing and the positioning of the brand Teo imports. The population was shaped by 70 clients of the company, The obtained information was processed in the statistical program SPSS 24, and the descriptive statistics was applied for the analysis of the results. In effect it was achieved to determine the relation between both variables of study, concluding that the digital marketing guards relation with the positioning of the brand

Key words: digital marketing, positioning