



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y

DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Social media marketing y el Posicionamiento de la empresa HIDROMECA INGENIEROS
SAC Chiclayo.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas

AUTORA:

Br. Rocío del Carmen Arbulú Arbulú (ORCID: 0000-0002-3788-0158)

ASESOR:

Mg. Marcelino Callao Alarcón (ORCID: 0000-0001-7295-2375)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación Integral al Marketing

CHICLAYO - PERÚ

2019

Dedicatoria

Esta importante investigación la dedico a mis hijos Gabriel y Lucia, a mi madre Martha por ser ellos el pilar de mi vida quienes me han apoyado para llegar a concluir mis estudios profesionales, a mis docentes, amigos y familiares más cercanos Carla, Tía Gladys y Melissa.

Agradecimiento

Mi agradecimiento:

A la Universidad César Vallejo, a sus dignas autoridades, a los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Escuela Profesional Marketing y Dirección de Empresas va mi agradecimiento y consideración.

En especial a mis asesores y docentes quienes con su apoyo hicieron el logro de mi anhelado desarrollo profesional en la Carrera de Marketing y Dirección de Empresas.

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Rocío del Carmen Arbulú Arbulú
estudiante de la Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la
Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 41837353, con el trabajo
de investigación titulada, "SOCIAL MEDIA MARKETING Y EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA HIDROMEC INGENIEROS SAC, Chiclayo".

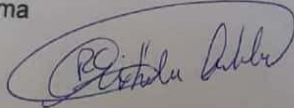
Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 13 de DICIEMBRE, 2019

Nombres y apellidos Rocío del Carmen Arbulú Arbulú
DNI 41837353
Firma



Scanned with
CamScanner

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	8
2.1. Tipo y diseño de Investigación	8
2.2. Operacionalización de Variables	9
2.3. Población, muestra y muestreo	12
2.3.1. Población.	12
2.3.2. Muestra.	12
2.3.3. Muestreo.	12
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	12
2.4.1. Técnicas.....	12
2.4.2. Instrumento.....	13
2.4.3. Validez.....	13
2.4.4. Confiabilidad.	13
2.5. Procedimiento	14
2.6. Métodos de análisis de datos	14
2.7. Aspectos éticos	14

III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	22
V. CONCLUSIONES	24
VI. RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS	26
ANEXOS	30
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	42
REPORTE TURNITN	43
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	44
AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	45

Índice de Tablas

Tabla 1: <i>Definición conceptual</i>	9
Tabla 2: <i>Definición operacional</i>	10
Tabla 3: <i>Estadísticas de fiabilidad de la escala social media marketing</i>	13
Tabla 4: <i>Estadísticas de fiabilidad de la escala de posicionamiento</i>	14
Tabla 5: <i>Nivel de Social media marketing</i>	15
Tabla 6: <i>Nivel de Poscionamiento</i>	16
Tabla 7: <i>Correlación entre Social Media Marketing y Poscionamiento</i>	17
Tabla 8: <i>Pruebas de normalidad</i>	18
Tabla 9: <i>Correlaciones</i>	19
Tabla 10: <i>Correlaciones</i>	20

Índice de Figuras

Figura 1: Nivel Social media marketing.....	15
Figura 2: Nivel de Posicionamiento	16
Figura 3: Pruebas de Normalidad de Social Media Marketing	18
Figura 4: Pruebas de Normalidad de Posicionamiento.....	19

RESUMEN

La presente investigación titulada: “SOCIAL MEDIA MARKETING Y EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA HIDROMEC INGENIEROS SAC CHICLAYO”, cuyas variables de estudio fueron Social Media Marketing y Posicionamiento, el estudio se realizó en la empresa Hidromec Ingenieros de la ciudad de Chiclayo. La presente investigación presenta como objetivo general determinar la relación entre Social Media Marketing y el Posicionamiento de la empresa HIDROMEC INGENIEROS SAC Chiclayo. La investigación fue de tipo descriptivo con diseño transversal correlacional ya que los instrumentos fueron aplicados en un sólo momento. La muestra fue seleccionada a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia de la investigadora, se contó con una muestra de 32 colaboradores. Para hallar la correlación entre las variables de estudio se utilizó el método no paramétrico Rho de Spearman, habiendo obtenido una correlación de 0.799, significa que existe una relación alta entre las variables Social Media Marketing y Posicionamiento.

Palabras Claves: Social Media Marketing, Posicionamiento, colaboradores.

ABSTRACT

This research entitled: "SOCIAL MEDIA MARKETING AND THE POSITIONING OF THE COMPANY HIDROMECA INGENIEROS SAC CHICLAYO", whose study variables were Social Media Marketing and Positioning, the study was conducted at the company Hidromec Ingenieros of the city of Chiclayo. The present research presents as a general objective to determine the relationship between Social Media Marketing and the Positioning of the company HIDROMECA INGENIEROS SAC Chiclayo. The investigation was of a descriptive type with cross-correlation design since the instruments were applied in a single moment. The sample was selected through a non-probabilistic sampling for the convenience of the researcher, it had a sample of 32 collaborators. To find the correlation between the study variables, Spearman's nonparametric Rho method was used, having obtained a correlation of 0.799, which means that there is a high relation between the variables Social Media Marketing and Positioning.

Keys Words: Social Media Marketing, Positioning, collaborators

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Vilma Cristina Celis Sirlopú, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y **Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas** de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor (a) de la tesis titulada:

Social Media Marketing y el Posicionamiento de la empresa HIDROMECA INGENIEROS SAC Chiclayo, de la egresada ROCÍO DEL CARMEN ARBULÚ ARBULÚ que la investigación tiene un índice de similitud de **16%**, 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 César Vallejo.

Chiclayo, 18 de diciembre 2019.



.....
Vilma Cristina Celis Sirlopú
DOCENTE A TIEMPO COMPLETO - DTC
DNI: 41964053

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------



Scanned with
CamScanner