



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA**

Marketing digital y posicionamiento de la empresa Botica Intifarma  
de Tarapoto, 2021.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Administración de Negocios - MBA

**AUTOR:**

Flores Arévalo, Rolando Luis (ORCID: 0000-0001-9429-4297)

**ASESOR:**

Dr. Ramírez García, Gustavo (ORCID: 0000-0003-0035-7088)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Métodos y herramientas gerenciales.

**TARAPOTO – PERÚ**

**2021**

## Dedicatoria

Dedico en primer lugar a Dios, así como a mis Padres, pues sin ellos no lo habría logrado, a mi esposa Sandra por su amor, permanente cariño y comprensión.

A mis hijos Luis y Diego, quienes son mi motor para conseguir las metas y objetivos propuestos.

Rolando

## Agradecimiento

El agradecimiento va dirigido primero a Dios ya que sin su amor y bendición todo hubiera sido un fracaso, también para mi esposa e hijos quienes estuvieron pendientes apoyándome para que nada salga mal, así como al Gerente de Boticas Intifarma por brindarme todo los accesos e infraestructura para el desarrollo.

A mis compañeros por el apoyo.

El autor

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
<b>I.INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II.MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>4</b>
<b>III.METODOLOGÍA.....</b>	<b>20</b>
3.1.Tipo y diseño de investigación .....	20
3.2.Variable, operacionalización .....	21
3.3.Población (criterios de selección)muestra, muestreo y unidad de analisis	21
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	22
3.5.Procedimientos .....	24
3.6.Métodos de análisis de datos .....	24
3.7.Aspectos éticos .....	25
<b>IV.RESULTADOS.....</b>	<b>26</b>
<b>V.DISCUSIÓN.....</b>	<b>29</b>
<b>VI.CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>VII.RECOMENDACIONES.....</b>	<b>34</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>40</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b>	Nivel de marketing digital de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021.....	26
<b>Tabla 2.</b>	Nivel de posicionamiento de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021.....	27
<b>Tabla 3.</b>	Prueba de normalidad.....	28
<b>Tabla 4.</b>	Relación entre el marketing digital con el posicionamiento de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021.....	29

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Dispersión entre el Marketing digital y el posicionamiento.....	29
--	----

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el marketing digital con el posicionamiento de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021, la investigación fue tipo básica, diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional, cuya población fue de 1500 y muestra fue de 211 clientes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, los resultados determinaron que el nivel de marketing digital de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021, fue bueno en 30%. Asimismo, el nivel de posicionamiento de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021, fue muy bajo en 30%. Concluyendo que existe relación entre el marketing digital con el posicionamiento de la empresa Botica Intifarma, Tarapoto 2021, debido a que el coeficiente de correlación de Spearman se alcanzó un coeficiente de 0,987 (correlación positiva alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ).

**Palabras claves:** Marketing, posicionamiento, clientes.

## **Abstract**

The research aimed to determine the relationship between digital marketing and the positioning of the company Botica Intifarma, Tarapoto 2021, the research was basic type, non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, whose population was 1500 and sample was 211 clients , the data collection technique was the survey and the questionnaire as an instrument, the results determined that the level of digital marketing of the company Botica Intifarma, Tarapoto 2021, was good by 30%. Likewise, the level of positioning of the company Botica Intifarma, Tarapoto 2021, was very low by 30%. Concluding that there is a relationship between digital marketing and the positioning of the company Botica Intifarma, Tarapoto 2021, because the Spearman correlation coefficient reached a coefficient of 0.987 (high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ( p-value  $\leq$  0.01).

Keywords: Marketing, positioning, customers.





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS -  
MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, RAMIREZ GARCIA GUSTAVO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA BOTICA INTIFARMA DE TARAPOTO, 2021.", cuyo autor es FLORES ARÉVALO ROLANDO LUIS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 11 de Agosto del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
RAMIREZ GARCIA GUSTAVO <b>DNI:</b> 01109463 <b>ORCID</b> 0000-0003-0035-7088	Firmado digitalmente por: RRAMIREZGA24 el 11- 08-2021 17:45:53

Código documento Trilce: TRI - 0181970