



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y

DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El marketing digital y el posicionamiento de Kake's Naul, Independencia,
2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

AUTORA

Verde Urrutia, Geraldine Ninoska

ASESORES

Dra. Villanueva Figueroa, Rosa Elvira

Mg. Luna Gamarra, Magaly Ericka

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comunicación integral del marketing

LIMA – PERÚ

2017

Dedicatoria

Este trabajo de investigación lo dedico con todo mi amor y cariño, a mis padres y seres queridos que estuvieron a mi lado apoyándome en todo momento, además con la motivación de seguir adelante para la superación y felicidad de la familia.

También a mis bellos sobrinos por las sonrisas robadas, todos han contribuido para dar valor y darle sentido al verdadero concepto familiar.

Agradecimiento

A Dios por darme la dicha de tener una familia formada y por aun el pasar del tiempo mantenerla unida siempre.

A la Universidad Cesar Vallejo que me ha permitido realizarme profesionalmente con los mejores profesores de la carrera.

A mi familia y todos en general que me ayudaron a no rendirme.

Declaración de autenticidad

Yo, Geraldine Ninoska Verde Urrutia con DNI N° 75672251, 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 Marketing y Dirección de empresas, 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, 05 de Diciembre del 2017

Geraldine Ninoska Verde Urrutia

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 el posicionamiento de Kake’s Naul, Independencia, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Marketing y dirección de empresas.

La Autora.

ÍNDICE

	Pag.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	4
1.2 Trabajos Previos	7
1.2.1 Internacionales	7
1.2.2 Nacionales	10
1.3 Teorías relacionadas al tema	12
1.3.1 Teorías del Marketing digital	12
1.3.2 Teorías del Posicionamiento	16
1.3.3 Variable 1: Marketing Digital	19
1.3.4 Variable 2: Posicionamiento	23
1.3.5 Marco Conceptual	28
1.4 Formulación del problema	29
1.4.1 Problema General	29
1.4.2 Problemas Específicos	29
1.5 Justificación del estudio	30
1.6 Hipótesis	31
1.6.1 Hipótesis General	31
1.6.2 Hipótesis Especificas	31
1.7 Objetivos	32
	vii

1.7.1 Objetivo General	32
1.7.2 Objetivos Específicos	32
II. METODOLOGÍA	33
2.1 Diseño de Investigación	34
2.2 Variables, Operacionalización	36
2.3 Población y muestra	41
2.3.3 Tipo de Muestreo	42
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	42
Confiabilidad del instrumento de medición	44
2.5 Método de análisis de datos	47
2.6 Aspectos éticos	47
III. RESULTADOS	41
3.1. ANALISIS DESCRIPTIVO.	49
3.2. ANALISIS INFERENCIAL.	52
3.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD.	52
IV. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	62
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS	71
ANEXOS	72
Anexo 1: Matris de Consistencia	79
Anexo 2: Validación de instrumentos	80
Anexo 3: Instrumento del Marketing digital	86
Anexo 4: Instrumento del posicionamiento	87
Anexo 5: Base de datos de la Variable 1 y 2	88
Anexo 6: Turnitin	98

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1: Matriz Operacional Variable 1	36
Tabla 2: Matriz Operacional Variable 2	38
Tabla 3: Validez de contenido del instrumento por juicio de expertos	43
Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos de la variable 1	45
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 1	45
Tabla 6: Escala de confiabilidad	45
Tabla 7: Resumen de procesamiento de casos de la variable 2	46
Tabla 8: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2	46
Tabla 9: Análisis descriptivo del marketing digital	49
Tabla 10: Análisis descriptivo del posicionamiento	50
Tabla 11: Análisis de normalidad del marketing digital	52
Tabla 12: Análisis de normalidad del posicionamiento	53
Tabla 13: Análisis de normalidad de los atributos	54
Tabla 14: Análisis de normalidad de los beneficios	55
Tabla 15: Análisis de normalidad de las creencias y valores	56
Tabla 16: Grado de relación según coeficiente Rho de Spearman	57
Tabla 17: Coeficiente de la correlación Rho de Spearman de las variables: Marketing digital y posicionamiento	58
Tabla 18: Coeficiente de la correlación Rho de Spearman de las variables: Marketing digital y atributos	59
Tabla 19: Coeficiente de la correlación Rho de Spearman de las variables: Marketing digital y beneficios	60
Tabla 20: Coeficiente de la correlación Rho de Spearman de las variables: Marketing digital y creencias y valores	61

ÌNDICE DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. Histograma del Marketing digital	49
Figura 2. Histograma del Posicionamiento	51

Resumen

Es significativo mencionar que, en la actualidad toda organización debe considerar implementar marketing digital para lograr entablar lazos con el público al que se dirige. El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre el marketing digital con el posicionamiento de Kake's Naul, Independencia, 2017. Se investigó el distrito de Independencia en 3 ejes, constituido por Tupac Amaru, Tahuantinsuyo y zona Industrial con un total de población 120244. Cuya muestra investigada fue de 384 habitantes del distrito, cabe mencionar que, para la recolección de datos se usó los formularios de Google. Mediante los resultados obtenidos en la investigación, se observa que el Marketing digital se relaciona con el Posicionamiento, hallándose un valor calculado para $p = 0,000$, a un nivel de significancia de 0,05 y un nivel de correlación de 0,663. Los resultados estadísticos que se realizaron con los datos de las 384 encuestas ratificaron la aceptación del objetivo general. Demostrando así que existe una relación entre el marketing digital y el posicionamiento. Por lo tanto, se concluye, que se acepta la hipótesis general: El marketing digital se relaciona con el posicionamiento de Kake's Naul, Independencia, 2017.

Palabras claves: Marketing 3.0, Internet, relaciones, posición

Abstract

It is significant to mention that, nowadays, every organization should consider implementing digital marketing in order to establish ties with the target audience. The objective of the present investigation was to determine the relationship between digital marketing and the positioning of Kake's Naul, Independencia, 2017. The district of Independencia in 3 axes was investigated, constituted by Tupac Amaru, Tahuantinsuyo and Zona Industrial with a total population 120244. Whose sample was investigated was 384 inhabitants of the district, it is worth mentioning that, for the data collection, the Google forms were used, and it was also processed in the SPSS statistical program. Through the results obtained in the research, it is observed that digital Marketing is related to Positioning, finding a value calculated for $p = 0.000$, at a level of significance of 0.05 and a level of correlation of 0.663. The statistical results that were made with the data of the 384 surveys ratified the acceptance of the general objective. Proving that there is a relationship between digital marketing and positioning. Therefore, it is concluded that the general hypothesis is accepted: Digital marketing is related to the positioning of Kake's Naul, Independencia, 2017.

Keywords: Marketing 3.0, Internet, relationships, position