



**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**“LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING  
DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS  
DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE  
HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y  
CATEGORIZADOS TRES ESTRELLAS DEL  
DISTRITO DE TARAPOTO, 2012”.**

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

**AUTOR:**

**LUCIA MELISSA VASQUEZ RODRIGUEZ**

**ASESORES:**

**Ms.Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO  
LIC. ADM. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI**

**TARAPOTO – PERÚ  
2012**

## DEDICATORIAS

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mí querida madre.**

Por apoyarme en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

**MELISSA**

## **AGRADECIMIENTO**

Para poder realizar esta tesis con éxito, fue necesario el apoyo de muchas personas a las cuales quiero agradecer.

En primer lugar a mi madre, quien ha sido un apoyo moral e incondicional para lograr este fin. Gracias por su paciencia.

A mi asesor de tesis M. Sc. Alberto Sotero Montero, por su conocimiento, exigencia e impulso para hacer realidad el presente informe.

A Ángel Rodolfo Ojeda Acosta por ayudarme y apoyarme sin condiciones. Gracias por facilitarme las cosas.

**LA AUTORA.**

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de Tesis de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad "César Vallejo", para elaborar la tesis de titulación de Licenciado en Administración, presento el trabajo de investigación denominado: "LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS TRES ESTRELLAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO, 2012"

En el trabajo mencionado, se apreció cuáles son las herramientas de marketing digital implementadas y su influencia en las ventas de los establecimientos de hospedaje clasificados y categorizados tres estrellas.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Atentamente.

**LA AUTORA.**

# ÍNDICE

Dedicatoria  
 Agradecimiento  
 Presentación  
 Índice  
 Resumen  
 Abstract

<b>I. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	08
1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	08
1.1.1. Planteamiento del problema.....	08
1.1.2. Formulación del problema.....	10
1.1.3. Justificación.....	11
1.1.4. Antecedentes.....	12
1.1.5. Objetivos.....	17
1.1.5.1. General.....	17
1.1.5.2. Específicos.....	17
1.2. MARCO TEÓRICO.....	18
1.2.1. Marco Teórico.....	18
1.2.2. Marco Conceptual.....	49
<b>II. CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	52
2.1. Hipótesis.....	52
2.2. Variables.....	52
2.2.1. Definición conceptual.....	52
2.2.2. Definición operacional.....	52
2.3. Metodología.....	53
2.3.1. Tipos de estudio.....	53
2.3.2. Diseño.....	53
2.4. Población y muestra.....	54
2.5. Método de investigación.....	54
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54
2.7. Métodos de análisis de datos.....	55
<b>III. CAPÍTULO III: RESULTADOS</b> .....	56
<b>IV. CAPÍTULO IV: DISCUSION DE RESULTADOS</b> .....	68
<b>V. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b> .....	72
<b>VI. CAPÍTULO VI: SUGERENCIAS</b> .....	74
<b>VII. CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	76
<b>VIII. CAPÍTULO VIII: ANEXOS</b> .....	79

## RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación fue apreciar las herramientas de marketing digital implementadas y establecer la influencia en las ventas de los establecimientos de hospedajes clasificados y categorizados tres estrellas del distrito de Tarapoto.

El diseño de la investigación fue explicativo, porque trasciende o supera los niveles exploratorios y descriptivos, que usa; para llegar al nivel explicativo, ya que, además de responder la pregunta ¿Cómo es la realidad? = Descripción; trata de responder la pregunta ¿Por qué es así la realidad que se investiga?

Para la recolección de datos se aplicó una guía de entrevista y una guía de análisis documental; asimismo, los datos estadísticos que sostuvo esta investigación fueron de los resultados obtenidos por el programa de análisis SPSS.

Finalmente, la investigación ha demostrado que los establecimientos de hospedaje clasificados y categorizados tres estrellas del distrito de Tarapoto utilizan las herramientas de marketing digital y que representan entre el 60% y 80% de sus ventas, demostrando así el potencial del marketing digital y su aporte para los procesos de mejora para la gestión empresarial.

**LA AUTORA.**

## **ABSTRACT**

The main objective of this research was appreciate the tools of digital marketing implemented and establishes the influence in the sales of the establishments of lodgings classified and categorized three stars of the district of Tarapoto.

The design of the explanatory research was, because it transcends levels or beyond exploratory and descriptive, that uses; to reach the explanatory level, since, in addition to answer the question ¿what does it look like in reality? = Description; attempts to answer the question ¿why is that the reality investigated?.

For the data collection was applied an interview guide and a guide to documentary analysis; also, the statistical data that said this research were of the results obtained by the analysis program SPSS.

Finally, research has shown that the establishments classified and categorized three stars of the district of Tarapoto used the tools of digital marketing and representing between 60% and 80% of its sales, thus demonstrating the potential of digital marketing and its contribution to the improvement processes for business management.

**THE AUTHOR.**