



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS**

Influencia del marketing digital en el posicionamiento de marca de la
empresa Viru Tours Travel en Trujillo - 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas

AUTORAS:

Gil Rodriguez, Analucia (orcid.org/0000-0001-9999-6482)

Ramos Apolitano, Esther Evelyn (orcid.org/0000-0002-6070-7695)

ASESORES:

Mg. Mendoza Castillo, Alvaro Larry Luis Felipe (orcid.org/0000-0002-2877-2622)

Dr. Ventura Aguilar, Henry Elder (orcid.org/0000-0003-4207-7682)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Digital

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO — PERÚ

2023

DEDICATORIA

Quisiera dedicar esta investigación a mi padre y a mis abuelos, que están en el cielo y a mi madre por su apoyo incondicional durante las etapas de formación profesional que atravesé, por brindarme apoyo emocional y motivarme a luchar por un futuro mejor, por ayudarme siempre a afrontar las situaciones que se presentan, este logro se lo dedico a ustedes como una meta más cumplida, a Dios que ha estado conmigo todos los días para llevarme a este momento tan especial de mi vida y a mis hermanos que han estado conmigo y me han apoyado para convertirme en una profesional.

Gil Rodriguez, Analucia

A Dios, cuya guía y fortaleza han sido mi sustento en este camino, dedico este trabajo como expresión de gratitud por su constante presencia en mi vida. A mis padres y hermanos, pilares fundamentales de mi existencia, les dedico este logro con todo mi amor y gratitud. Su inquebrantable apoyo, amor y aliento han sido el motor que impulsó mi determinación en esta travesía académica.

Ramos Apolitano, Esther Evelyn

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios porque nunca se apartó de nuestro lado, nos dios la fuerza y el coraje para completar esta etapa de nuestras vidas, a nuestros padres por el apoyo incondicional que nos otorgaron. Extendemos un sincero agradecimiento a nuestros asesores, Henry Ventura Aguilar y Larry Mendoza Castillo por toda su paciencia, colaboración y los conocimientos impartidos a lo largo de la presente investigación.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Regresión lineal del objetivo específico 1	18
Tabla 2 Coeficientes de Marketing Digital y Recordación de Marca	18
Tabla 3 Regresión lineal del objetivo específico 2	19
Tabla 4 Coeficientes de Marketing Digital y Asociación de Marca.....	20
Tabla 5 Regresión lineal del objetivo específico 3	21
Tabla 6 Coeficientes de Marketing Digital y Lealtad de Marca	21
Tabla 7 Regresión lineal del objetivo GENERAL	22
Tabla 8 Análisis de la varianza de Marketing Digital y Posicionamiento de Marca	23
Tabla 9 Coeficientes de Marketing Digital y Posicionamiento de Marca	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Diagrama de dispersión de Marketing Digital y Recordación de Marca	19
Figura 2	Diagrama de dispersión de Marketing Digital por Asociación de Marca	20
Figura 3	Diagrama de dispersión de Marketing Digital y Lealtad de Marca.....	22
Figura 4	Diagrama de dispersión de Marketing Digital por Posicionamiento de Marca	24

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general establecer como influye el marketing digital en el posicionamiento de marca en la empresa Viru Tours Travel, Trujillo 2023. La investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y un alcance correlacional causal. La población objeto fue de 300 clientes, de los cuales se seleccionó una muestra de 169 clientes mediante un muestreo aleatorio simple. Se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento se tuvo un cuestionario basado en la escala de Likert. Como resultado se obtuvo que el marketing digital influye de manera positiva en el posicionamiento de marca, con un coeficiente de R cuadrado del 0,255. También se muestra que el t estadístico es mayor a 2, lo cual significa que el marketing digital es una variable significativa que contribuye a explicar el comportamiento del posicionamiento de marca, esto se comprueba con la significancia de 0,000. Por último, se concluyó que el marketing digital influye positivamente en el posicionamiento de marca de la empresa Viru Tours Travel, Trujillo – 2023.

Palabras clave: Marketing digital, posicionamiento de marca, redes sociales, lealtad de marca.

ABSTRACT

The general objective of this study was to establish how digital marketing influences brand positioning in the company Viru Tours Travel, Trujillo 2023. The research was applied, with a quantitative approach, a non-experimental design and a causal correlational scope. The target population was 300 clients, from which a sample of 169 clients was selected through simple random sampling. The survey was used as a data collection technique and a questionnaire based on the Likert scale was used as an instrument. As a result, it was obtained that digital marketing has a positive influence on brand positioning, with an R-squared coefficient of 0.255. It is also shown that the statistical t is greater than 2, which means that digital marketing is a significant variable that contributes to explain the behavior of brand positioning, this is proven with the significance of 0.000. Finally, it was concluded that digital marketing positively influences the brand positioning of the company Viru Tours Travel, Trujillo - 2023.

Keywords: Digital marketing, brand positioning, social networks, brand loyalty.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, MENDOZA CASTILLO ALVARO LARRY LUIS FELIPE , VENTURA AGUILAR HENRY ELDER, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Influencia del marketing digital en el posicionamiento de marca de la empresa Viru Tours Travel en Trujillo - 2023.", cuyos autores son GIL RODRIGUEZ ANALUCIA, RAMOS APOLITANO ESTHER EVELYN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos 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, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 12 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MENDOZA CASTILLO ALVARO LARRY LUIS FELIPE DNI: 40872130 ORCID: 0000-0002-2877-2622	Firmado electrónicamente por: ALMENDOZAC el 26- 12-2023 18:17:14
VENTURA AGUILAR HENRY ELDER DNI: 18074679 ORCID: 0000-0003-4207-7682	Firmado electrónicamente por: HEVENTURA el 26- 12-2023 18:20:26

Código documento Trilce: TRI - 0694294