



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCION DE EMPRESAS**

**“PREVALENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS
BOUTIQUES DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA 2014”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN MARKETING**

AUTORA

ALIAGA ARANDA SHELLA ROSMERY

ASESOR

Dr. MORILLO FLORES, JHON

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING ESTRATEGICO PARA MYPES, PYMES Y ARTESANOS

LIMA - PERÚ

2014

.....
PRESIDENTE DEL JURADO

.....
SECRETARIO DEL JURADO

.....
VOCAL DEL JURADO

A mis padres por darme todo su apoyo incondicional y una buena formación en valores, que ha sido valiosa en el desarrollo de mi vida personal y profesional.

Un profundo y sincero agradecimiento a los docentes de la Escuela de Marketing y Gestión Empresarial de la Universidad César Vallejo, a nuestros amigos por su valioso apoyo en el desarrollo de nuestras experiencias, que influyeron en la educación y que sin duda formaran parte de nuestra vida personal y profesional.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Shella Rosmery Aliaga Aranda con DNI N° 44488416, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamentos de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, escuela de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 y omisión tanto de los documento como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad cesar vallejo.

PRESENTACIÓN

Señor presidente.

Señores miembros del Jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento para la Elaboración de Tesis de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad "César Vallejo, presento el trabajo de investigación básico descriptivo titulado: PREVALENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS BOUTIQUES DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA 2014.

En el trabajo mencionado se describe la variable Redes Sociales, en relación con el nivel de uso en las boutiques del distrito de los Olivos, según los resultados obtenidos de la investigación.

La presente investigación consta de cuatro capítulos: En el capítulo I se expone el planteamiento del problema incluyendo la formulación del problema, la justificación, las limitaciones, los antecedentes y los objetivos. En el capítulo II se desarrolla el Marco Teórico. En el capítulo III se da a conocer la metodología empleada en esta investigación, las hipótesis, la variable de estudio, diseño, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis. El capítulo IV corresponde a la interpretación de los resultados; que comprende la descripción y discusión del trabajo de estudio, finalmente se dan a conocer las conclusiones y sugerencias, así como referencias bibliográficas y anexos de la tesis.

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

ÍNDICE

Paguina de Jurado	ii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	iv
Declaracion de Autenticidad	v
Presentacion	vi
Indice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCION	11
1.1PROBLEMA	21
1.2HIPOTESIS	21
1.3 OBJETIVOS	22
II. MARCO METODOLOGICO	23
2.1 VARIABLE	24
2.2 OPERACIONALIZACION DE VARIABLE	33
2.3 METODOLOGIA	34
2.4 TIPOS DE ESTUDIO	34
2.5 DISEÑO	35
2.6 POBLACION, MUSTRA Y MUESTREO	35
2.7 TECNICAS E INSTRUMENTO DE RELCOLECCION DE DATOS.	36
2.8 METODOS DE ANALISIS DE DATOS	37
III. RESULTADOS	39
IV. DISCUSION	45

V. CONCLUSIONES	47
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	51
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Operacionalización de variables.

TABLA 2: Diseño de estudio.

TABLA 3: Promedio de Valoración del Juicio de Expertos.

TABLA 4: Confiabilidad del Instrumento

TABLA 5: Descripción de la variable Redes Sociales.

TABLA 6: Descripción del uso del Facebook en las boutiques del distrito de los Olivos, 2014.

TABLA 7: Descripción del uso del Twitter en las boutiques del distrito de los Olivos, 2014.

TABLA 8: Descripción del uso del instagram en las boutiques del distrito de los Olivos, 2014.

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Niveles de uso de las redes sociales en las boutiques del distrito de Los Olivos, 2014.

FIGURA 2: Niveles de uso del Facebook en las boutiques del distrito de Los Olivos, 2014.

FIGURA 3: Niveles de uso del Twitter en las boutiques del distrito de Los Olivos, 2014.

FIGURA 4: Niveles de uso del Instagram en las boutiques del distrito de Los Olivos, 2014.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como título general Prevalencia del uso de las redes sociales en las boutiques del distrito de los Olivos, Lima 2014 y como problema general: ¿Cuál es la prevalencia del uso de las redes sociales en las boutiques del distrito de los olivos Lima 2014?, su objetivo general fue: Determinar el nivel de prevalencia del uso de las redes sociales en las Boutiques del Distrito de Los Olivos, Lima 2014.

La metodología de la investigación fue básica descriptiva. El diseño fue no experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 20 Boutiques ubicadas en la Av. Antúnez de Mayolo del Distrito de Los Olivos. Se aplicó la técnica de la encuesta con cuestionario cerrado tipo escala de Likert. Los datos obtenidos se analizaron mediante el programa estadístico SPSS versión 20 en español.

En la investigación, se ha encontrado que entre los principales resultados de la variable Redes Sociales, el nivel que prevalece en el uso de las redes sociales en las boutiques del distrito de los olivos alcanza es el bajo (45%); mientras que el 40% de ellos manifiesta que el uso de las redes sociales alcanza el nivel medio. El nivel que prevalece en el uso del Facebook en las boutiques del distrito de los olivos alcanza es el medio (60%); mientras que el 40% de ellos manifiesta que es el nivel medio. El 65% de los encuestados sostienen que no usa el Twitter en las boutiques del distrito de Los Olivos; mientras que el 25% de ellos manifiesta que el uso del twitter alcanza el nivel medio medio. El 55% de los encuestados sostienen que no usa el instagram en las boutiques del distrito de Los Olivos; mientras que el 45% de ellos manifiesta que el uso del instagram alcanza el nivel medio.

Palabras claves: facebook, instragam y twitter.

ABSTRACT

The present research had as the level of prevalence of social networks Boutiques District Los Olivos, Lima 2014. general problem: What is the prevalence of social networks in the boutiques of the Lima district of Olives 2014? its overall objective was: To determine the level of prevalence of social networks Boutiques District Los Olivos, Lima 2014.

The research methodology was basic descriptive. The experimental design was not - cross. The sample consisted of 20 Boutiques located at Av. Antunez de Mayolo District Los Olivos. The survey technique was applied to closed Likert scale questionnaire. Data from analyzed using SPSS version 20 in Spanish.

On investigation, it was found that the main results of the variable Social Networks, the level prevailing in the use of social networks in the district boutiques the olive reaches is low (45%); while 40% of them said that the use of social networking reaches the average level.

The level prevailing in the use of Facebook in the boutiques of the district is olive reaches the middle (60%); while 40% of them said that is the average.

65% of respondents say they do not use the Twitter district boutiques in Los Olivos; while 25% of them stated that the use of twitter average level reaches half.

55% of respondents say they do not use the instagram district boutiques in Los Olivos; while 45% of them said that the use of instagram reaches the average level.