



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

**MARKETING DE CONTENIDO APLICADO EN LAS  
PUBLICACIONES DE LA RED SOCIAL FACEBOOK UTILIZADAS  
POR LA EMPRESA TOKA PRODUCCIONES S.R.L. EN EL AÑO 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

Ariza Bolo José Manuel

**ASESOR:**

Mg. Mejia Medina Hugo Miguel

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación Integral de Marketing

**LIMA - PERÚ**

**2015**

**PÁGINA DEL JURADO**

---

Presidente

---

Secretario

---

Vocal

## **DEDICATORIA**

Dedico este estudio a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante, a mi familia y amigos por el apoyo incondicional que me han brindado estos años de completa alegría y triunfos. Y sobre todo dedico este trabajo a mi hijo Joaquín que es el motor de mi vida para realizar todas mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dar las gracias a mi esposa por el apoyo que siempre me ha brindado y por estar ahí dándome las fuerzas necesarias cuando más las necesitaba. Agradecer a mi madre por su incondicional apoyo que siempre me ha entregado. A la Virgen de Guadalupe por guiar mis pasos y protegerme siempre y a cada uno de mis compañeros que desinteresadamente contribuyeron al logro de este estudio.

**DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD:**

Conste por el presente documento que yo, **José Manuel Ariza Bolo con DN 41817101** y domicilio en Av. Sergio Bernales 479 Dpto. 1102 Barrio Medico Surquillo; DECLARO BAJO JURAMENTO, que la tesis elaborada por el suscrito con el título de **“Marketing de contenido aplicado en las publicaciones de la red social Facebook utilizadas por la empresa Toka Producciones S.R.L. en el año 2014”**, es AUTÉNTICA.

Como constancia de la presente firmo a continuación para efectos que se estime conveniente.

Lima, Septiembre del 2015

.....  
JOSE MANUEL ARIZA BOLO  
DNI: 41817101

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de investigación titulado: **MARKETING DE CONTENIDO APLICADO EN LAS PUBLICACIONES DE LA RED SOCIAL FACEBOOK UTILIZADAS POR LA EMPRESA TOKA PRODUCCIONES S.R.L EN EL AÑO 2014**, se ha elaborado con el objeto de obtener el Grado Académico de Bachiller en Marketing y Dirección de Empresas, en estricta observancia y cumplimiento del Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de Empresas.

Con este propósito se ha visto por conveniente organizar la estructura formal de la presente tesis o trabajo de investigación en orden señalado en el protocolo de la Universidad César Vallejo, consistente en los siguientes pasos: en el primero, se presenta la introducción, en el que desarrollo los tópicos referentes a los antecedentes de estudio, la justificación, el problema de investigación y los objetivos; en el segundo, se aborda el marco teórico que consiste de ocho tópicos; en el tercero, los resultados y la discusión; terminando con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y el anexo correspondiente.

La presente tesis, se pone a consideración de los señores miembros del honorable Cuerpo de Jurados, a efecto que se sirvan evaluar para el propósito arriba aludido.

Por lo expuesto, creemos haber satisfecho las expectativas de los señores miembros del jurado, así como de las exigencias académicas, propias de la Escuela y de la Universidad.

José Ariza Bolo

## ÍNDICE

	Página
Carátula	i
Página Del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria De Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes	15
Fundamentación científica y técnica	22
Justificación	32
1.1. Problema de la investigación	33
1.2. Objetivos	37

II. MARCO METODOLOGICO	38
2.1. Variables	39
2.2. Operacionalizacion de variables	40
2.3. Metodología	41
2.4. Tipo de estudios	41
2.5. Diseño	41
2.6. Población, muestra y muestreo	42
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
2.8. Métodos de análisis de datos	45
III. RESULTADOS	46
IV. DISCUSION	56
V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES	61
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	64
VIII. ANEXOS	67

## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Operacionalización de Marketing de contenidos	43
Tabla 2 Distribución de la muestra	45
Tabla 3 Validación de expertos	47
Tabla 4 Niveles de Confiabilidad	47
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad	48
Tabla 6 Distribución de frecuencias y porcentajes según los pasos del marketing de contenido	50
Tabla 7 Distribución de frecuencias y porcentajes según la importancia de implementar	51
Tabla 8 Distribución de frecuencias y porcentajes según establecer la Estrategia de posicionamiento	52
Tabla 9 Distribución de frecuencias y porcentajes según desarrollo de medición	53
Tabla 10 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem 5 de Marketing de contenido.	55
Tabla 11 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem 15 de Marketing de contenido.	56
Tabla 12 Distribución de frecuencias y porcentajes según resultados del ítem 24 de Marketing de contenido.	57

## INDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1 Distribución de frecuencia y porcentaje de Marketing de contenidos	50
Figura 2 Distribución de frecuencia y porcentaje de Marketing de contenidos con respecto a implementar.	51
Figura 3 Distribución de frecuencia y porcentaje de Marketing de contenidos con respecto a la estrategia de posicionamiento.	53
Figura 4 Distribución de frecuencia y porcentaje de Marketing de contenidos con respecto a su medición.	54
Figura 5. Distribución porcentual según resultados del ítem 5 de Marketing de contenido.	55
Figura 6. Distribución porcentual según resultados del ítem 15 de Marketing de contenido.	56
Figura 7. Distribución porcentual según resultados del ítem 24 de Marketing de contenido.	57

## RESUMEN

Marketing de contenido aplicado en las publicaciones de la red social Facebook utilizadas por la empresa Toka Producciones S.R.L. en el año 2014; cuyo objetivo general fue determinar los pasos de marketing de contenido aplicado en las publicaciones de la red social Facebook utilizada por la empresa Toka Producciones S.R.L. En el año 2014. Según Megan Wilcock, Marketing de contenido se evalúa tomando en cuenta la implementación, estrategia de posicionamiento y la medición.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación aplicada que se ubica en el nivel descriptivo. El diseño de la investigación ha sido no experimental de corte transversal. La muestra estuvo representada por un grupo de control de mayor cercanía de 28 colaboradores de la empresa Toka Producciones S.R.L. La técnica de investigación empleada ha sido la encuesta para recoger información sobre la variable Marketing de contenido.

Sobre los resultados obtenidos para el objetivo general, la información se obtuvo con la aplicación de un método estadístico que es el SPSS, encontrando que un 64% de los encuestados consideran que el marketing de contenido es un resultado y positivo, por lo que concluye en líneas generales que es imperativo desarrollar el marketing de contenidos en la empresa Toka Producciones S.R.L.

Palabras claves: Marketing, Contenido, implementar, estrategia, medición.

## ABSTRACT

Marketing applied content publications Facebook social network used by the company Toka Productions SRL in 2014 ; whose overall objective was to determine the steps applied content marketing publications in social network Facebook used by the company Toka Productions SRL In 2014. According to Megan Wilcock, Marketing content is evaluated taking into account the implementation, strategy of positioning and measurement.

The methodology used for the preparation of this thesis was related to the quantitative approach. It is an applied research that is at the descriptive level. The research design was not experimental cross section. The sample was represented by a group of control closer to 28 company employees Toka Productions SRL The research technique used was a survey to gather information on the marketing variable content.

On the results for the overall objective, the information was obtained by applying a statistical method which is the SPSS found that 64 % of respondents believe that content marketing is a result and positive, so that concludes lines general it is imperative to develop content marketing in the company Toka Productions SRL

Keywords: marketing, content, implement, strategy, measurement.