



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Estrategia de marketing digital para la mejora del posicionamiento de la empresa Grupo
SL Ingenieros S.A.C., Chiclayo.

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

AUTORA:

Br. Mardely Chávez García (ORCID: 0000-0002-6383-9212)

ASESORA:

Mg. Julissa Elizabeth Reyna González (ORCID: 0000-0001-9970-9025)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing digital

Chiclayo – Perú

2019

Dedicatoria

A Dios por las fuerzas que me brinda cada día,
ya que sin él no soy nadie.

A mis padres, Antonia y Alejandro
Por ser el principal motivo de seguir adelante.

A mis hermanos y sobrinos, por estar siempre a mi lado
apoyándome.

A los clientes de la empresa, por ser honestos, para que mi investigación sirva
para otras investigaciones.

Mardely Chávez García

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por darme salud y bendecirme cada día de mi vida, para afrontar los obstáculos que se me presentan y poder culminar con este trabajo de investigación, especialmente a mis padres por inculcarme cada día sus valores y estar siempre apoyándome en toda mi vida universitaria, gracias a ellos soy la persona que soy, también agradecer a mis hermanos por estar siempre conmigo, a mis sobrinos por brindarme su amor incondicional y hacerme cada día más fuerte, siendo un ejemplo para ellos y sean alguien en la vida.

A cada uno de mis profesoras por enseñarme sus conocimientos y experiencias que me servirá durante mi vida laboral, solo me queda decirles que estoy muy agradecida por todo lo que hicieron por mí y mis compañeros.

La Autora.

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Mardely Chávez García**, estudiante de la Escuela Profesional de **Marketing y Dirección de Empresas** de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 76451299, con el trabajo de investigación titulada, **"Estrategia de marketing digital para la mejora del posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros S.A.C., Chiclayo"**

Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 26 de julio de 2019

Nombres y apellidos: **Mardely Chávez García**

DNI: 76451299

Firma: _____



Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos Previos.....	4
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	13
1.4 Formulación del Problema.	21
1.5 Justificación del Estudio.....	21
1.6 Hipótesis.	22
1.7 Objetivos.....	22
II. MÉTODO.....	23
2.1 Diseño de Investigación.....	23
2.2 Variables y Operacionalización	24
2.3 Población y Muestra.	26
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	27
2.5 Métodos de análisis de datos.....	29
2.6 Aspectos éticos.....	30
III. RESULTADOS.....	31

3.1 Análisis de resultados por nivel.	31
3.2 Análisis por dimensión del pre test y post test.	33
IV. DISCUSIÓN.....	38
V. CONCLUSIONES.....	41
VI. RECOMENDACIONES.....	42
VII. PROPUESTA	43
7.1 Fundamentación.	43
7.2 Objetivos de la estrategia.....	43
7.3 Construcción del aporte práctico.....	43
REFERENCIAS	61
ANEXOS	66
Acta de aprobación de originalidad de tesis	114
Reporte de turnitin.....	115
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV	116
Autorización de la versión final del trabajo de investigación	117

Índice de tablas

Tabla 1: Validación de juicios de expertos.....	28
Tabla 2: Estadísticas de fiabilidad del pre test.	28
Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad el post test.	29
Tabla 4: Nivel de posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros, en el pre test.	31
Tabla 5: Nivel de posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros, en el post test. ...	32
Tabla 6: Comparación de resultados del nivel de posicionamiento del pre test y post test.	33
Tabla 7: Análisis de resultados según dimensión “Recordación” en el pre test.....	33
Tabla 8: Análisis de resultados según dimensiones “Recordación” durante el post test	34
Tabla 9: Análisis de resultados según dimensiones “Asociación” del pre test.	34
Tabla 10: Análisis de resultados según dimensiones “Asociación” del post test.....	35
Tabla 11: Análisis de resultados según dimensiones “Fidelización” del pre test.	35
Tabla 12: Análisis de resultado según dimensiones “Fidelización” del post test.	36
Tabla 13: Resultado de la contrastación de hipótesis.	37
Tabla 14: Presupuesto del social media marketing.	44
Tabla 15: Presupuesto de email-marketing.....	44
Tabla 16: Estrategia de marketing digital	45

Índice de figuras

Figura 1: Organigrama de la empresa Grupo SL Ingenieros.....	4
Figura 2: Nivel del Posicionamiento en el Pre Test.....	31
Figura 3: Nivel de Posicionamiento del Post Tes	32
Figura 4: Estadísticas actuales de la Fan Page.	47
Figura 5: Datos demográficos de la Fan Page.	48
Figura 6: Comportamiento del usuario en la Fan Page.	49
Figura 7: Fan Page linkeado con el Instagram	52
Figura 8: Base de Datos de la empresa.	53

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación dominada Estrategia de Marketing Digital para la mejora del Posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros S.A.C., Chiclayo, presenta el objetivo general determinar la estrategia de marketing digital para la mejora del posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros siendo las variables principales del estudio. El trabajo de investigación fue de tipo descriptivo aplicativo de carácter preexperimental, teniendo un muestreo por conveniencia, el cual se aplicó un cuestionario de preguntas donde fue evaluada a través de juicio de expertos. La muestra estuvo constituida por 50 clientes fidelizados quienes participaron de forma directa en el trabajo de investigación. Así mismo, se procesó la recolección de datos obtenidos, se realizó en el programa SPSS STATISTICS 25, que consistió en realizar de forma clara a través de los gráficos y tablas logrando una mejor comprensión, obteniendo analizar el posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros. Las conclusiones del trabajo de investigación fue determinar la estrategia de marketing digital, en la cual se implementó las estrategias para mejorar su posicionamiento, conllevando a obtener un nivel alto de posicionamiento en el mercado gracias al desarrollo de las estrategias de marketing digital.

Palabras claves: Marketing Digital, Posicionamiento, Clientes.

ABSTRACT

In the present research work dominated Digital Marketing Strategy for the improvement of the Positioning of the company Grupo SL Ingenious SAC., Chiclayo, presents the general objective of the digital marketing strategy for improving the positioning of the company Grupo SL Ingenious are the variables principal of the study the research work was of a descriptive application type of preexperimental character, taking into account the convenience, which is a problem of questions. The sample consisted of 50 loyal customers who participate directly in the research work. Likewise, the data collection was processed, the SPSS STATISTICS 25 program was run, the form was construed in a clear manner through the graphics and tables, achieving a better understanding, obtaining the positioning of the company Grupo SL ingenious. The conclusion of the research work was the determination of the digital marketing strategy, in which strategies were implemented to improve their positioning, which led to obtaining a high level of positioning in the market thanks to the development of marketing strategies digital.

Keywords: Digital marketing, Positioning, Customers.

Acta de aprobación de originalidad de tesis



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, **Yosip Ibrahin Mejía Díaz**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor (a) de la tesis titulada:

"Estrategia de marketing digital para la mejora del posicionamiento de la empresa Grupo SL Ingenieros S.A.C., Chiclayo", de la egresada Bach. Mardely Chávez García que la investigación tiene un índice de similitud de 24%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chiclayo, 10 febrero 2020.


UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
UCV
CHICLAYO
COORDINACIÓN
MBA. Yosip J. Mejía Díaz
Coordinador Escuela de
Marketing y Dirección de Empresas

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------